



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Oğulcan Ozan KAYA

Hollywood'un Ekonomi Politikası Bağlamında Marvel Filmlerinin Göstergebilimsel
Analizi

Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2022



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Oğulcan Ozan KAYA

Hollywood'un Ekonomi Politikası Bağlamında Marvel Filmlerinin Göstergebilimsel
Analizi

Danışman

Doç. Dr. Sibel KARADUMAN

Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2022

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Oğulcan Ozan KAYA'nın bu çalışması, jürimiz tarafından Radyo Televizyon ve Sinema
Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Emine Uçar İLBUĞA

Üye (Danışmanı) : Doç. Dr. Sibel KARADUMAN

Üye : Dr.Öğr. Üyesi Aslı Erciyeş TOSUN

Tez Başlığı: Hollywood'un Ekonomi Politikası Bağlamında Marvel Filmlerinin Göstergebilimsel Analizi
--

Tez Savunma Tarihi : 24/01/2022

Mezuniyet Tarihi : 24/02//2022

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Hollywood’un Ekonomi Politikası Bağlamında Marvel Filmlerinin Göstergebilimsel Analizi” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

İmza

OĞULCAN OZAN KAYA



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	Oğulcan Ozan KAYA
Öğrenci Numarası	20185256001
Anabilim Dalı	Radyo Televizyon ve Sinema
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Doç. Dr. Sibel Karaduman
Yüksek Lisans Tez Başlığı	Hollywood'un Ekonomi Politikası Bağlamında Marvel Filmlerinin Göstergebilimsel Analizi
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	1758369697
Rapor Tarihi	09/02/2022
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: % 5 Alıntılar dahil: %15
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE, Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 177 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır. Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: (X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.	
Gerekçe:	
Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımdan yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.	
Danışman Öğretim Üyesi Unvanı, Adı-Soyadı İmza	

İÇİNDEKİLER

GÖRSELLER LİSTESİ.....	iv
KISALTMALAR LİSTESİ	vi
ÖZET	vii
SUMMARY	viii
ÖNSÖZ	ix
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM KİTLE VE KİTLE İLETİŞİMİ

1.1.Kitle İletişimin Ekonomi Politikası.....	9
1.1.1.Küreselleşme.....	11
1.1.1.1.Küreselleşmeyi Açıklamak.....	12
1.1.1.2.Küreselleşmenin Tarihsel Yolcuğu	16
1.1.1.3. Küreselleşmenin Boyutları	17
1.1.2.De-regülasyon	28
1.1.3. Tekelleşme	32
1.1.4. Sayısallaşma.....	43

İKİNCİ BÖLÜM KÜLTÜR EMPERYALİZMİ VE KİTLE İLETİŞİMİ

2.1. Modernleşme ve Kültürel Bağımlılık	46
2.1.1. Merkez-Çevre İlişkisi.....	48
2.1.2. Kültür Emperyalizmi.....	50
2.1.3. Medya Emperyalizmi	55

2.1.3.1. Medya Mülkiyeti ve İçerik İlişkisi	60
2.1.3.2.Eğlence Endüstrisi.....	63
2.2. Hollywood Sinemasının Bir Endüstri Olarak Doğuşu	65
2.3. Hollywood Sineması.....	68
2.3.2. Hollywood'un Tarihi.....	70
2.3.2.3. Hollywood Stüdyo Sistemi.....	77
2.3.2.4. Yıldız Sistemi	82
2.3.2.5. Tür Sistemi	85
2.3.2.1. Klasik Hollywood Anlatısı Yapısı	86
2.3.2.2. Hollywood Sinemasının Karakter Yapısı.....	90

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BÖLÜMÜ

MARVEL

3.1. Marvel Comics.....	95
3.1.1. Marvel Studios	97
3.1.2. Marvel Sinematik Evreni	98
3.2. Yöntem	104
3.3. Marvel Süper Kahraman Filmlerinin Göstergebilimsel Analizi.....	108
3.3.1. Iron Man (2008).....	108
3.3.1.1. Iron Man Filminin Künyesi	109
3.3.1.2. Iron Man Filminin Özeti.....	109
3.3.1.3. Iron Man Filminin Göstergebilimsel Analizi	110
3.3.2. İlk Yenilmez: Kaptan Amerika (2011)	117
3.3.2.1. İlk Yenilmez: Kaptan Amerika Filminin Künyesi	118
3.3.2.2. İlk Yenilmez: Kaptan Amerika Filminin Özeti.....	118
3.3.2.3. İlk Yenilmez Kaptan Amerika'nın Göstergebilimsel Analizi.....	120
3.3.3. Galaksinin Koruyucuları (2014)	127

3.3.3.1. Galaksinin Koruyucuları Filminin Künyesi	128
3.3.3.2. Galaksinin Koruyucuları Filminin Özeti	128
3.3.3.3. Galaksinin Koruyucuları Filminin Göstergebilimsel Analizi	129
3.3.4. Kaptan Amerika: Kış Askeri (2014)	132
3.3.4.1. Kaptan Amerika: Kış Askeri Filminin Künyesi	133
3.3.4.2. Kaptan Amerika: Kış Askeri Filminin Özeti.....	133
3.3.4.3. Kaptan Amerika: Kış Askeri’ni Göstergebilimsel Analizi.....	134
3.3.5. Kaptan Marvel (2018)	139
3.3.5.1. Kaptan Marvel Filminin Künyesi.....	140
3.3.5.2. Kaptan Marvel Filminin Özeti	140
3.3.5.3. Kaptan Marvel Filminin Göstergebilimsel Analizi	141
3.3.6. Avengers: Sonsuzluk Savaşı (2018)	146
3.3.6.1. Avengers: Sonsuzluk Savaşı Filminin Künyesi	147
3.3.6.2. Avengers: Sonsuzluk Savaşı Filminin Özeti.....	147
3.3.6.3. Avengers: Sonsuzluk Savaşı Filminin Göstergebilimsel Analizi.....	149
3.3.7. Avengers: Endgame (2019)	154
3.3.7.1. Avengers: Endgame Filminin Künyesi	155
3.3.7.2. Avengers: Endgame Filminin Özeti.....	155
3.3.7.3. Avengers: Endgame Filminin Göstergebilimsel Analizi.....	157
SONUÇ	163
KAYNAKÇA.....	167
ÖZGEÇMİŞ	171

GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1. Iron Man Filminin Afişi	108
Görsel 2. Iron Man ve Afganlı Teröristler	110
Görsel 3. Tony Stark'ın evi.....	111
Görsel 4. Afganlı teröristlerin yaşadığı yer.....	111
Görsel 5. Tony Stark'ın tanıtım afişi	112
Görsel 6. Stark Industy'e ait mühimmatlar.....	114
Görsel 7. Iron Man Afganistan semalarında	115
Görsel 8. İlk Yenilmez: Kaptan Amerika Film Afişi.....	117
Görsel 9. Sinema filmleri öncesinde savaş propagandası yapılmakta.	120
Görsel 10. 1943 Geleceğin Dünya Fuarı'nda askere alım noktaları.	120
Görsel 11. Kaptan Amerika olan Steve Rogers'ın savaşın reklam yüzü olması.....	122
Görsel 12. Kaptan Amerika ve ekibi Hydra'nın üslerini yok eder	123
Görsel 13. Kaptan Amerikan'ın Vibranium kalkanı	124
Görsel 14. Kaptan Amerika	125
Görsel 15. Johann Schmidt	125
Görsel 16. Galaksinin Koruyucuları Film Afişi.....	127
Görsel 17. Peter Quill (Star Lord).....	129
Görsel 18. Ronan.....	129
Görsel 19. Quill'in Sony marka Walkman'i	130
Görsel 20. Quill'in walkman'inden müzik dinleyen Xandarlı.....	131
Görsel 21. Kaptan Amerika Kış Askeri Film Afişi.....	132
Görsel 22. S.H.I.E.L.D.'in sahip olduğu teknolojik güç.....	134
Görsel 23. Smithsonian Müzesi'ndeki Kaptan Amerika Bölümü.....	135
Görsel 24. Kış Askeri.....	136
Görsel 25. Nathasha Romanoff (Black Widow)	137
Görsel 26. Kaptan Marvel Film Afişi	139
Görsel 27. Carol Danvers (Kaptan Marvel), ABD Hava Kuvvetleri'nde görevli bir pilottur.	141
Görsel 28. Kaptan Marvel'ın üniforması.....	142
Görsel 29. Dr. Lawson'un laboratuvarında yer alan Arcade ve masa oyunları.	143
Görsel 30. Kaptan Marvel.....	144

Görsel 31. Avengers: Sonsuzluk Savaşı Film Afişi.....	146
Görsel 32. Hulk, Thanos tehdidine karşı Kaptan Amerika'yı arar.	149
Görsel 33. Thanos, gezegeni Titan'ın eski ve yeni halini gösterir.....	150
Görsel 34. Wakanda'nın Avengers ekibine yardım etmesi.....	151
Görsel 35. Kaptan Amerika, güç eldivenini elinde tutan Thanos'a direnir.	152
Görsel 36. Avengers: Endgame Film Afişi.....	154
Görsel 37. Thor ve arkadaşları bir popüler kültür oyunu olan Fortnite oynar.	157
Görsel 38. Hawkeye Jopanya'da Yakuza çetesini yok eder.	158
Görsel 39. Kaptan Amerika New York savaşında Avengers ekibine liderlik eder....	158
Görsel 40. Kaptan Amerika Thor'un çekici Mjölnir'i kaldırır.	159
Görsel 41. Kaptan Amerika ve Thanos'un ordusu.....	160
Görsel 42. Kaptan Amerika kalkanını Sam'e (Falcon) verir.	161

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BM	: Birleşmiş Milletler
FAO	: Gıda ve Tarım Örgütü
GATT	: Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşmaları
ILO	: Uluslararası Çalışma Örgütü
IMF	: Uluslararası Para Fonu
IMP	: Independent Moving Picture Company
MPPDA	: Motion Picture Producers and Distributors of America (Amerikan Sinema Filmleri Derneği)
NAFTA	: Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması
MCU	: Marvel Sinematik Evreni
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
SHIELD	: Supreme Headquarters, International Espionage and Law-Enforcement Division
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNICEF	: Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu
WB	: Dünya Bankası
WTO	: Dünya Ticaret Örgütü

ÖZET

Bu çalışmada Hollywood sinema endüstrisi içerisinde faaliyet gösteren Marvel Studios filmlerinin egemen kültür ve ideolojiyi yaymadaki ve pekiştirmedeki rolü araştırılmaktadır. Tarih boyunca üretim araçlarına sahip olanlar düşünsel üretim araçlarına (medya) da sahip olmuşlardır. Dolayısıyla bu çalışmada, kitle iletişim araçları ve bu araçlar içerisinde yer alan sinema, ekonomi politik bağlamda ele alınmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde kitle ve kitle iletişim kavramları tanımlanmakta, ekonomi politiğin kitle iletişim alanında kendisini nasıl gösterdiği analiz edilmekte, küreselleşme, tekelleşme, de-regülasyon ve sayısallaşma kavramları ile geçmişten günümüze kitle iletişim araçlarının işlevleri ele alınmaktadır. İkinci bölümde kültür endüstrisi biçimini alan kitle iletişim araçlarından sinema ve kültür emperyalizmi ilişkisi ele alınarak, belirli bir azınlığın kültürel egemenliğe sahip olduğu ortaya konmaktadır. Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise Marvel Studios'a ait filmler, göstergibilimsel yöntem ile analiz edilmiş, filmlerde yer alan egemen kültürel ve ideolojik değerler, göndermeler ekonomi politik yaklaşım çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kitle iletişim, Kültür emperyalizmi, Ekonomi Politik, Hollywood, Marvel, Göstergibilim.

SUMMARY
SEMIOTIC ANALYSIS OF MARVEL MOVIES IN THE CONTEXT OF
HOLLYWOOD'S POLITICAL ECONOMY

In this study, the role of Marvel Studios film operating within the Hollywood cinema industry in spreading and reinforcing the dominant culture and ideology is researched. Throughout history, the ones who owned the production tools have also owned the intellectual production tool (media). Therefore in this study, mass media and cinema as a part of mass media are examined in the context of political economy.

In the first part of the study, mass and key concepts of mass media are being identified, how the political economy shows itself in mass media is analyzed, the functions of mass media are being identified with the notions of globalization, monopoly, deregulation and digitization from past to future. In the second part of the study, it is revealed that a certain minority has cultural sovereignty by observing the relationship between two of the mass media that take the forms of the culture industry cinema and cultural imperialism. In the third and the last part of the study the movies belong to Marvel Studios is analyzed with the semiotic method, the dominant culture and ideological figures and references are evaluated with political economy approach.

Keywords: Mass Communication, Cultural Imperialism, Political Economy, Hollywood, Marvel Studios, Semiotic

ÖNSÖZ

Uluslararası düzeyde önemli hale gelen, metalar ve dijital olarak üretilen artı değerin paylaşımını kontrol etme çabası aslında tam anlamıyla bir egemenlik mücadelesidir. Bu egemenlik mücadelesinde eğlence endüstrisi büyük bir paya sahiptir. Sinema, duyguların beyaz perde aracılığıyla izleyicilere aktarmaktan çok daha fazlasıdır. Sinema her şeyden önce bir endüstridir. Üretimin, dağıtımın ve gösterimin belirli ellerde toplandığı bir endüstridir. Sinema alanında faaliyet göstermek çok pahalı bir iş olduğundan dolayı, sinema endüstrisi küresel düzeyde faaliyet gösteren şirketlerin tekellerindedir. Bunlardan en önemlilerinden biri olan ve küresel düzeyde kültürel ve ideolojik anlam üreten Walt Disney'dir. Walt Disney, özellikle Marvel filmleri ile her yaştan kitleyi hedef almakta, filmlerinin ulaştığı her yerde pazar oluşturmaktadır. Marvel'ın 22 filminin toplam hasılatı 17 milyar dolara ulaşarak gelmiş geçmiş tüm filmleri geride bırakmıştır. Marvel sinematik evreninde yer alan süper kahramanlar, insanların daima bir kurtarıcıya ihtiyaç duymaları gerektiğini ve dünyayı Küresel Kuzey'in ya da Küresel Batı'nın kısacası "biz" 'in gözünden görmesini sağlamaktadırlar. İlk amacı kar elde etmek olan devasa bir endüstrinin parçası Marvel, günümüzün en önemli kültür emperyalizmi unsurlarından birisi ve filmleri de basit bir süper kahraman filmlerinden çok daha fazlasıdır.

GİRİŞ

Kitlesel üretim ve tüketimin gerçekleştiği çağımızda, insanlara kitlesel olarak hitap edebilmek, onlara belirli davranış kalıplarını aşlamak ve belirli ürünleri pazarlayıp satmak için en etkili araç kitle iletişim araçlarıdır.

Kitle iletişim araçlarının her yeni teknolojiyle iç içe geçmesi, beraber çalışmaları (bazen sahiplik yapısıyla, bazen üretim ve tüketim ilişkileriyle) nüfuz alanlarını genişletmektedir. Sermayenin sınırsız dolaşımı, kapitalist sistemin dünyanın her tarafını pazar yapma faaliyeti, kaynak arayışı, gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkeler üzerindeki ekonomik, siyasi ve kültürel baskıları ve tüm bu ilişkiler ağı içinde teknolojik gelişmeler (kitle iletişim teknolojisi de dahil) küreselleşmeye yol açan etkenlerden olmuştur.

Kapitalist üretim ve pazarlamanın getirdiği, sürekli tüketimin istendiği, en çok karın/kazancın amaçlandığı küreselleşme sürecinde, medya olarak da adlandırılan kitle iletişim araçları kapitalist sistemin ve sistemi lehine işletenlerin ideolojisi doğrultusunda kullanılmaktadır. İnsanlar gerek haberdar olmak, bilgi sahibi olmak, gerek eğlenmek, hoşça vakit geçirmek, gerekse toplumsal, kültürel pratikleri anlamak için medya karşısında çokça vakit geçirmektedirler. Görsel ve işitsel mesajlardan oluşan medya ürünleri, tüketicisinde nasıl davranması ve düşünmesi gerektiği, neleri tüketmesi gerektiği konusunda bilinç oluşturmaktadır. Dolayısıyla, medyanın denetimine sahip olanlar, medyanın tüketicisi olan toplumların da denetimini sağlamaktadır.

Neo-liberal politikalar sonucu ortaya çıkan ve küreselleşme denilen bu süreçte medyanın yapısındaki düzenlemeler önce yıkılmış, sonra baştan tanzim edilmiştir. Bu yeni yapıya amacı salt ticari kazanç ve siyasi nüfuz elde etmek olan küreselleşmiş dev şirketler egemen olmuşlardır ve medya alanında faaliyet göstermek çok pahalı bir iş haline gelmiştir. Bu durum da medya endüstrisinde tekellerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Teknolojik gelişmeler, internet ağı alt yapısı, uydu iletişimi gibi etkenlerle çağımız iletişim çağı olmuş, dünya göreceli küçülmüş, küreselleşme her boyutta (ekonomik, siyasi, kültürel ve teknolojik) gerçekleşmiştir. Bu boyutlar aynı zamanda küreselleşmeye olumsuz bakış açısı veren boyutlardır. Çünkü teknolojiyi, sermayeyi, medyayı elinde tutan güçlerin (ABD ve Batılı ülkeler) baskısının, sömürsünün simgesi olmuştur.

En büyük medya tekellerine sahip ülkeler, bu gücü kullanarak (kendilerine atfettikleri doğal üstünlüklerinden de hareketle) tüm dünyayı kendilerine faaliyet alanı seçip, hem kültürleri hem ideolojilerini hem de ticari ürünlerini pazarlamışlardır. Buna ilaveten, modernleşmenin, kitle iletişim araçlarıyla, ABD ve batılı kültürel öğeleri, hayat tarzlarını, siyasi

ve ekonomik kalıplarını uygulamakla gerçekleşeceği düşüncesi (temelinde ekonomi olan emperyalist uygulamalarla birlikte), kültür ve medya emperyalizmini doğurmuştur.

Amerika'nın kültüründen ticari ürünlerine en iyi tanıtıcısı ve pazarlayıcısı da Hollywood olmuştur. Amerikan kültürünün küreselleşmesinde, belki de en etkili kitle iletişim aracı Hollywood sinemasıdır.

Sinema, görsel ve işitsel mesajları kitlelere taşıyan, ekonomik kazancın yanında, toplumlarda siyasi, ekonomik, kültürel bilinç oluşmasına katkı sağlayan (pekiştirme amaçlı benzer tekrarlarla), zihinlerde ideolojik taraftarlıklar ya da imajlar yaratan bir kitle iletişim aracıdır. Bir endüstri olarak sinema, diğer kitle iletişim araçları gibi öncelikle kendi üretiminin satışını sağlar. Yarattığı düş dünyasıyla da, sistem içinde ticari her türlü ürünün pazarlayıcısıdır.

Hollywood sinemasını kontrol eden ABD, elinde bulundurduğu ekonomik, teknolojik ve siyasi güçle hem kendi toplumunu hem de tüm dünyayı kendi ekonomik, siyasi, askeri, stratejik, kültürel, ideolojik çıkarlarına göre yönlendirmekte, lehine bilinç oluşturmaktadır.

Hollywood sinema endüstrisinde üretim, dağıtım ve gösterim faaliyetleri, tekelleşmiş küresel düzeyde faaliyet gösteren ABD merkezli şirketlerin elindedir. Şirketler doğası gereği tabii ki öncelikle pazar payı ve kar getirisine odaklıdır. Ancak şirketlerin faaliyet alanı medya olunca ürün sadece ticari bir mal olarak değerlendirilememektedir. Medyada, özellikle de sinemada ürün; kültürü biçimlendirmesi, tüketimle varlık bulan bireyler-toplamlar yaratılması, zihinlerin şekillendirilerek ideolojik denetim altına alınması, üstünlük ve güç algısının yerleştirilmesi, toplumdaki sınıfsal ayrımların gizlenerek sistemin isteği işleyişin devamlılığının sağlanması gibi daha birçok açıdan ele alınmaktadır. Bu nedenle, Hollywood sinemasının eleştirel ekonomi politik bakış açısıyla incelenmesi önem kazanmaktadır.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışma, Marvel filmlerinin sıradan birer süper kahraman filmleri olmadığını, aksine ABD'nin etkili olduğu kapitalist sistemin devamlılığında, yeniden üretilmesinde büyük paya sahip olduğunu; Küresel Güney ya da Küresel Doğu'nun kültürlerinin altlarının oyulup popüler kültürle/tüketim kültürüyle yok edildiğini; ABD'nin, sahip olduğu askeri, ekonomik, siyasi ve kültürel güç ile dünya hakimiyetini devam ettirmesinde Hollywood ile iş birliği içinde olduğunu eleştirel ekonomi politik yaklaşım çerçevesinde göstergebilimsel analiz yöntemi ile incelemeyi amaçlamaktadır.

Araştırmanın Önemi

Bu çalışma, Hollywood sinema endüstrisinde yer alan ve günümüz eğlence endüstrisi içinde son derece önemli bir paya sahip olan Marvel süper kahraman filmlerinin, ABD ve Batı kültürünün öğelerini, sembollerini, ideolojisini empoze ettiğini savunmaktadır. Bu bağlamda Amerikan emperyalizminin diğer medya kollarının yanı sıra her yaştan kitleye hitap eden Marvel çizgi romanlarından uyarlanan süper kahraman filmlerinde de kendisini nasıl yeniden ürettiğini film analizleri üzerinden ortaya çıkarması yönüyle önem taşımaktadır.

Araştırmanın Örneklemi

Bu çalışmada Marvel Sinematik Evreni seçilmiştir. Bu evrende tüm filmler birbirleriyle bağlantılıdır. Birini anlamak için diğerlerini de izlemiş olmak gerekir. Fakat bu evrendeki tüm filmler zaman kısıtlamasından dolayı ele alınamayacağı için çalışmanın kapsamında toplam 7 film ele alınmıştır. Bunlar:

- Iron Man (2008)
- Captain America (2011)
- Captain America: Winter Soldier (2014)
- Guardians Of Galaxy (2014)
- Captain Marvel (2018)
- Avengers: Infinity War (2018)
- Avengers: Endgame (2019)

Kuramsal Çerçeve

Günümüz kapitalist sisteminde sinema, gündelik hayatı etkileyen en önemli kitle iletişim kurumlarından biridir. Bu kurumlar endüstriyel düzeyde üretim ve dağıtım yapan ve küresel düzeyde işleyen kurumlardır. Ekonomik ve politik sistemden (işleyişten) etkilenmekte, ürünleri ve içerikleriyle de özellikle toplumsal düşüncüyü, davranış kalıplarını şekillendirmekte, etkilemektedir. Sinemanın bu işlev ve işleyiş biçimi diğer tüm kitle iletişim araçlarında olduğu gibi araştırma konusu edilmiştir.

Sinemayı, etkileri ve etkenleriyle, üretim, dağıtım ve tüketimiyle bir bütün olarak ele alan, sinema endüstrisinin mülkiyet yapısı ve kontrol mekanizması gibi konuları tarihsel bir biçimde ele alan yaklaşımlardan biri ekonomi politik yaklaşımdır. Ekonomi politik yaklaşım kendi içerisinde klasik liberal ekonomi politik ve eleştirel ekonomi politik yaklaşım olmak üzere ikiye ayrılır.

Adam Smith'in fikir ve düşüncelerinden beslenen klasik liberal ekonomi politik yaklaşım, kapitalist sistemde ekonomik ve kültürel kaynakların eşitsiz paylaşımından ortaya çıkan egemen iktidar ve tekelci yapıyı görmezden gelmektedir. Mülkiyet ilişkilerini ve diğer ekonomik ve siyasi yönlendirmeleri sürece dahil etmez. Bu yaklaşıma göre sinema da diğer tüm ticari kuruluşlar gibi üretim yapıp, serbest piyasa koşullarında daha çok izleyiciye ulaşp, kar elde etmeyi amaçlamaktadır. Serbest piyasa koşullarında çok seslilik vardır, rekabet vardır, devlet sürece müdahale etmez, filmlerden kar veya zarar edilmesi tüketicinin/izleyicinin elindedir. Dolayısıyla içeriklere de yön veren izleyicilerdir. Onlara göre, sinema endüstrisinde karar veren, tekel olan mülkiyet sahibi egemen yapı değil, pazar mekanizması ve izleyicinin tercihleridir.

Marksist gelenekten beslenen eleştirel ekonomi politik yaklaşımda ise, film üretiminde, izleyicilerden ziyade, sinema endüstrisinin ve sinema endüstrisine etki eden finansal, politik ve toplumsal güç odaklarının etkisinin daha büyük olduğu tezi savunulmaktadır. Üretim tüketimden önce geldiği için, üretim tüketimi şartlandırır görüşü vardır. "Marksist ekonomi politik yaklaşım üretim, değişim, bölüşüm ve tüketimi bir bütünlük içinde ele alır ve inceler. Bunu yaparken de incelediği toplumun mülkiyet ilişkilerine, materyal ve düşünsel kaynakları kimlerin kontrol ettiğine bakar ve devletin varlığını ve toplumsal ilişkiler üzerindeki etkisini de analize dahil eder" (Yaylagül,2009:165). Yani ekonomik, siyasi ve toplumsal ilişkileri bir bütün olarak ele alır ve sinemayı da bu ilişkiler bütünü içinde, tarihsel gelişimi, değişimi ve bu değişime yol açan toplumsal, küresel dinamikleri içinde inceler.

Eleştirel ekonomi politik yaklaşıma göre, kapitalist toplum sınıflardan oluşur ve sınıfları belirleyen üretim, bölüşüm ilişkileridir ve eşitsizdir. Egemen sınıf üretim araçlarına sahiptir ve düşünce üretim araçlarını ve devleti de kontrol altında tutmaktadır. Dolayısıyla da sinema endüstrisini de (üretimi, yöneticileri ve diğer çalışanlarıyla) egemen sınıf kontrol eder.

Hollywood sinema endüstrisi, ekonomik ve siyasi yapının sınırlandırdığı bir alanda faaliyet gösteren, sistemi parlatan, pazarlayan ve devamlılığını sağlayan bir endüstridir. Dolayısıyla sinema üzerine yapılan çalışmalar, toplumsal, ekonomik, siyasal ve kültürel yapılardan ayrı ele alınamaz. Tüm bu nedenlerden olsa gerek bu çalışmalar, Hollywood sinemasını, pazar ekonomisine göre içerik üreten, ekonomik sistemin ve bilinç yönetiminin satışını yapan bir kurum olarak gören eleştirel yaklaşımlardır. Bu çalışmanın kuramsal çerçevesini de eleştirel ekonomi politik yaklaşım oluşturmaktadır.

Kapitalizmin koşullarından doğan ekonomi politik, kapitalist toplumlardaki üretim ilişkilerini, mülkiyet biçimlerini, toplumsal sınıfların durumlarını ve konumlarını, üretilen toplumsal zenginliğin dağılımını içermektedir.

Bu bağlamda çalışmanın birinci bölümünde kitle iletişimin ekonomi politiği anlatılmış, ekonomi politiğin kitle iletişim alanında kendini dört farklı şekilde göstermesi ve bu alanların kitle iletişimine etkileri ele alınmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise, Hollywood sineması ve kültür emperyalizmi bağlantısı irdelenmiş ve Hollywood'un hakim ideoloji ve kültürü yaymasındaki rolüne bakılmıştır. Çalışmanın son bölümünde ise, Marvel süper kahraman filmlerinde yer alan kültürel ve ideolojik kodlar göstergebilimsel çözümleme yöntemi ile analiz edilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

KİTLE VE KİTLE İLETİŞİMİ

İnsanoğlu, tarihinin başından bu zamana kadar kendi fiziksel varlığını, benliğini devam ettirme çabası içerisinde olmuştur. Bu tarih, kıtlıklarla, göçlerle, doğal afetlerle, hastalıklar ve savaşlarla geçen bir tarihtir. Topluluklar halinde yaşayarak, hem kendi aralarında hem de doğa ile mücadele etmişlerdir. Kimileri yaşananları tarihsel bir süreç olarak değerlendirirken kimileri de kahramanların, tanrıların işi olarak değerlendirmişlerdir ve yaşananların kahramanlar ve tanrılar ile ilişkilendirilmesi de insanın toplumsal bilincinin dışavurumudur.

Toplumsal yapılar, işleyişleri, birbirleriyle bağlantıları, değişimleri dönüşümleri, sosyal, siyasi, ekonomik, kültürel açılardan, ilkel-modern, açık-kapalı gibi, monarşik, oligarşik, demokratik gibi adlandırmalarla, liberalizm, nasyonalizm, sosyalizm, kapitalizm, emperyalizm ve daha birçok kavramlarla açıklanmaya ve anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Toplumlar sürekli bir hareketliliğe sahiptirler ve sosyal, ekonomik, siyasi kalıplar-işleyişler-örgütlenmeler tarafından şekillendirilirler, dönüştürülür. Toplum içinde yaşayan bireyler de toplumsal çerçeve içinde şekillenir, kimliklenir, belirlenen sosyal normlara, pratiklere göre davranış kalıpları-fikir kalıpları kazanır. Ancak toplum birey ilişkisini tek taraflı bir bağımlılık ilişkisi olarak açıklamak doğru olmaz, çünkü bireylerin yaşadıkları koşulları değiştirme, yaratıcılık, üreticilik, düşünme-akıl yürütme, karar verme yetileri-yetenekleri-davranışları da toplumu etkiler, değiştirir, dönüştürür. Birey bazen siyasi otoritedir, bazen dini otoritedir, bazen de ekonomik güçtür.

Dünya üzerinde yaşanan toplumsal olayları açıklamada ve anlamlandırmada toplumsal bilinç ve varlık büyük önem arz etmektedir. “Yani insanın kendisine ve topluma ait fikirleri ve düşünceleri mi önceliklidir yoksa insanların maddi varoluş koşulları mı bu fikirleri önceler” (Yaylagül,2018:13).

İki önemli kuram yukarıdaki soruya yanıt oluşturmaktadır. Bunlar İdealizm ve materyalizmdir. İdealizme göre insanlar toplumsal olayları anlamlandırmada ve açıklamada kendi bilinç, fikir ve düşüncelerinden yararlanmaktadır. Materyalizm ise toplumsal olayları anlamlandırmada ve açıklamada insanların içinde bulunduğu, kendini ürettiği üretim ve bölüşüm faaliyetlerinden yararlanmaktadır. Üretim ve bölüşüm faaliyetleri üretici güçlerle yakından ilişkilidir. Dünyanın farklı coğrafyalarında insanlar (genellikle coğrafi özelliklerin,

iklim koşullarının, bitki ve hayvan çeşitliliğinin belirlediği) belirli üretim biçimlerinin uygulandığı, var olduğu yerlerde doğmakta ve oradaki ürün ve üretim biçiminin bir parçası olmaktadır.

İnsanlar tarih boyunca birlikte yaşamışlar, avcılıktan, toplayıcılıktan, tarıma, ilkel komünal toplumdaki, sanayi toplumuna, teknoloji toplumuna, beraber üretim faaliyetlerinde bulunmuşlar, bu arada iletişime ihtiyaç duymuşlar, (binlerce) dil ve iletişim araçlarını geliştirmişlerdir. İletişim araçları ile birlikte, iletişim de yüz yüze iletişim, bireysel iletişim kavramlarını aşarak kitle iletişimi kavramına evrilmiştir.

Genel anlamda iletişim, duyguların, fikir ve düşüncelerin, bilginin simgeler aracılığı ile aktarılmasıdır. Haberleşme, iletişim, bildirişim gibi eş anlamlı kullanımları vardır. Kitle İletişim ise, mesajın hedef alınan kitleye (izleyici/okuyucu) kitle iletişim araçları kullanılarak iletilmesidir. TDK, kitle iletişimi dağınık insan topluluklarının örgütlenmiş bir kaynaktan iletilen haberlere veya uyarılara aynı anda maruz kalması, birtakım kaynaklardan elde edilen bilgi ve haberlerin değişik araçlarla geniş halk topluluklarına yaygın olarak duyurulması, kitle haberleşmesi¹ şeklinde tanımlamaktadır. “Kitle iletişimi terimi, kamuya, kitlelere yönelik ileti üretimi ve dağıtımının kurumsallaşmış biçimlerini anlatmaktadır” (Özdemir,1998:33).

Kitle iletişiminin genel kabul gören özellikleri şunlardır:

1. Format ve içeriği hazırlayan profesyoneller farklı içeriklerden oluşan iletiler oluşturmaktadırlar.
2. Oluşturulan iletiler teknoloji ile donanmış araçlar ile hızlı ve kesintisiz bir şekilde dağıtmakta ve yayımlanmaktadır.
3. İletiler farklı özelliklere sahip (din, ırk, cinsiyet, etnisite vb) kitlelere (izleyici/okuyucu) ulaştırılmaktadır.
4. Kitleleri oluşturan bireyler aldıkları iletileri içinde bulunduğu ve kendini ürettiği üretim biçimlerine göre yorumlamakta ve anlamlandırmaktadırlar.
5. Kitle iletişimi tek yönlüdür, geri dönüt neredeyse yoktur. Dolayısıyla içeriği oluşturan ve iletiyi gönderen ile hedef kitle arasında (izleyici/okuyucu) keskin bir ayrım bulunmaktadır.
6. Kitle iletişimi sağlayan kitle iletişim araçlarının içerikleri düşük maliyet ile ulaşılabilir. Kitle iletişimi kamusaldır. Oluşturulan içerik herkese açıktır.

¹ Türkçe Sözlük, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara 2011 s:1451

7. Son olarak da kitleler öyle ya da böyle iletiler tarafından etkilenirler. Bu etkilenmeler, belirli bir siyasi görüş, ideolojik tutum, kültürel yaşam biçimi şeklinde olabilmektedir.

Yukarıda bahsedilen özelliklerden iletişimin kamusal olması ve içeriklerin herkese açık olması, ulaşılabilir olması zamanla değişime uğramıştır. Ödediğin kadar izle seçeneği sunan uydu yayını ve dijital platformlar belirli ücretler karşılığında izlenebilmektedir. Dolayısıyla buralarda sunulan içeriklere herkesin ulaşamaması söz konusudur. Ayrıca iletişim alanında değişen ekonomi politikaları ile birlikte kamusal alandan giderek uzaklaşmış, amacı kar etmek olan tekelci kapitalist şirketlerin mülkiyeti altına girmiştir. Bu duruma ilerleyen konuda ayrıntılı bir şekilde değinilecektir.

Kitle, ortak hedefleri-amaçları-istekleri olan çok sayıda insandan oluşan topluluktur. Kitle olarak üretim ve tüketimin gerçekleştiği kapitalizmin gelişmesi ve bu üretim biçiminin egemen olması ile birlikte kentlerde kitle kavramı ortaya çıkmıştır. Kitle olarak adlandırılan insanlar, kitle iletişim alanında faaliyet gösteren örgütsel yapıların ürettikleri ürünleri, formatları, kitle iletişim araçları aracılığı ile dağıtılan içerikleri tüketen insanlardır

Kitle kavramının hem olumsuz hem de olumlu çağrışımları vardır. “Yığın-niteliksiz insan topluluğu” gibi anlamlarda kullanılması olumsuz çağrışım yapmasında etkilidir. Öte yandan sosyalist toplumlarda “ortak amaç ve çıkar etrafında örgütlenmiş” işçi sınıfını da belirttiği için olumlu bir anlam olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yığın olan kitle düşük ve ortak beğeni düzeyine hitap eden bir kültüre sahiptir. Bu kültüre de kitle kültürü denilmektedir. Kitle kültürü yüksek kültürün karşısında yer alır ve kitle iletişim araçları da kitle kültürünün bir formu olan popüler kültürün yayılmasında büyük rol oynar. Kapitalizmin kanatlandığı, endüstriyel-kitleselel üretimin kitleselel tüketim gerektirdiği ve teknolojik kitle iletişim araçlarının geliştirilip kullanılmaya başlandığı 19.Yüzyılda ve devamında, egemen sınıf (elit seçkinler), kitleleri birer tehdit olarak algılamışlar ve kitleleri kontrol ederek yönlendirmek istemişlerdir. Bu durum kitle toplumu yaklaşımı olarak adlandırılmıştır.

Modern toplum olarak adlandırılan endüstriyel toplum heterojen bir yapıya sahipken, geleneksel toplum ise homojendir. Endüstriyel toplumlarda insanlar egemen, elit azınlıklar ve kitle şeklinde ikiye ayrılmış durumdadır. Egemen elit azınlık nitelikli, yaratıcı ve yönetici, kitle ise niteliksiz, yönetilen, yığın, kalabalık (çoğunluk) olarak tasvir edilmektedir. Kitle, “bir öz-kimlikten, öz-bilinçten yoksundur ve bir takım amaçları gerçekleştirmek için örgütlü bir şekilde bir araya gelip eylemde bulunma yetisine sahip değildir; değişen sınırlar içinde değişen bir bileşimle karakterize olur; aynı türdendir, tüm toplumsal katmanlardan ve demografik

kümelerden gelen büyük sayılarda kişilerden oluşur; ama özgül bir ilgi nesnesini, kendisini güdüp yönetmek isteyenlerin algısına göre seçme davranışında ise türdeşdir” (Mutlu,2017:200).

“Kitle toplumu, endüstrileşme ve teknolojinin kullanımı ile toplumu tehdit eden patolojik bir durum olarak görülmüştür” (Yaylagül,2018:21) Kentlerde yaşayan insanları topluma entegre eden, insanları toplumun bir parçası haline getiren aile, kilise, cami, okul gibi kurumlar ve değerler önemini yitirmiştir. Kitleler bu kurum ve geleneksel değerlerden giderek uzaklaşmaktadırlar. Bu durum kültürel çözülme ve toplumsal sıkıntıları da beraberinde getirmektedir. Endüstrileşmeyle paralel gelişen kitle iletişimi de toplumların geleneksel yapılarının altını oymuştur.

Ortaya çıkan kitle kültürü-popüler kültür, amacı karı maksimize etmek olan egemen sınıfın (kapitalist elitler, çok uluslu şirketler) çıkarına hizmet etmektedir. Bir endüstri halini alan, kültür ve ideoloji üreten medya, kitleleri yönetmek, onlara belli başlı tutum ve davranışları vermek için standartlaşmış, formüle edilmiş, denenmiş, düşük beğeni düzeyine hitap eden ürünleri, içerikleri sunarak kapitalist sistemin devamlılığını ve yeniden üretimini sağlamaktadır. Bu işleyişte kitleler sorgulama yeteneklerini kaybederken, kitle iletişim araçlarına sahip olanlar bu araçları kullanarak kitleyi kendi amaçlarında kullanılacak şekilde pasifleştirmektedirler. Yaylagül (2018: 22) de kitle insanının giderek yalnızlaştığını, yalnızlaştıkça da kitle iletişim araçlarına bağımlılıklarının arttığını ve medyada gördüklerinin onların gerçek deneyimi haline geldiğini vurgulamaktadır.

Dil, söz ve anlam iletişimin olmazsa olmazıdır ve anlamların aktarımı çeşitli araçlar ile sağlanmaktadır. Bu araçlar medya da denilen kitle iletişim (gazete, radyo, televizyon, sinema, internet gibi) araçlarıdır. Kullanılan dil, söylenen söz ve içerdiği anlam bağımsız değildir. Üretim güçleri ve mülkiyet ilişkileri tarafından şekillendirilmektedir.

Kitle iletişim araçları kapitalist toplum ilişkilerinin birer ürünleridir. Etkisi kitlesel, küresel düzeyde gerçekleşmektedir. Hem kapitalist sistem içinde yer alan ekonomik işlevli bir sektör, hem de ekonomik, teknolojik, sosyal, kültürel, ideolojik, siyasi ve akla gelebilecek her türlü alanda ilişki ağını oluşturan, biçimlendiren, yön veren, akışı sağlayan kitle iletişim araçlarının önemi tartışılmazdır. Kitle iletişim araçlarını ve bu araçlar vasıtası ile gerçekleştirilen faaliyetleri anlamak için tarihsel ve toplumsal bir bakış açısı takınmak gerekmektedir.

1.1.Kitle İletişimin Ekonomi Politikası

İletişim ve kültür endüstrileri kapitalist pazar yapısının sınırlandırdığı siyasi ve ekonomik yapı içerisinde faaliyette bulunmaktadır. Böyle bir yapı içerisinde ekonomi

politik, medyada üretilen içeriklerin kültürel alandaki üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerini ele almaktadır.

Graham Murdock ve Peter Golding' e göre, medya ve kültür alanı giderek diğer endüstrilerle ortak bir hal almakta hem de onlardan farklı bir özellik göstermektedirler. Medya ve kültür birer endüstri haline gelmişlerdir. Bu alanda üretilen bütün ürünler birer emtiadır. Bu ürünlerin üretimi, dağıtımı ve tüketimi var olan egemen kapitalist üretim yapısının kurallarına göre düzenlenmektedir. Dolayısıyla diğer üretim alanlarıyla da benzer özelliklere sahiptirler. Öte yandan bu endüstrilerde üretilen ürünler (televizyon programları, filmler, gazeteler, reklamlar...) ve bu ürünlerin içerikleri diğer endüstrilerde üretilen ürünlerden farklı bir işlevi de yerine getirmektedirler. Bu da ideolojik işlevdir. Medya ve kültür endüstrileri insanların dünyayı anlamlı kıldıkları söylemleri düzenlemede önemli bir role sahiptir.

Medya ideolojik işlevini, içerisinde bulunduğu ekonomi politik yapıdan dolayı, egemen toplumsal yapıyı ve mevcut iktidar ilişkilerini meşrulaştırma, insanları sürekli belirli malları tüketmeye yönlendiren düşünceleri pekiştirme ve yeniden üretme şeklinde yerine getirmektedir.

Terry Eagleton'a göre ideolojinin var olan tahakküm ilişkilerini meşrulaştırma durumunun altı farklı stratejisi bulunmaktadır. Bu stratejiler şöyledir: “Egemen iktidar kendisini, kendine yakın inanç ve değerlerin *tutunmasını sağlayarak*, bu tür inançları doğrulukları kendinden menkul ve görünüşte kaçınılmaz şekilde *doğallaştırılarak* ve *evrenselleştirilerek*, kendisine meydan okumaya kalkışan fikirleri *karalayarak*, rakip düşünce biçimlerini, muhtemelen açığa vurulmayan ama sistemli bir mantıkla *dışlayarak* ve toplumsal gerçekliği kendine uygun yollarla *çarpıtırarak* meşrulaştırılabilir” (Eagleton, 2005: 23).

Adam Smith gibi liberal ekonomi politikçiler, serbest pazar anlayışını savunurlar ve pazardaki mübadele üzerine eğilirler. Pazarda faaliyet gösteren güçler/sermayeler ne kadar kolay ve serbest hareket ederse tüketicilerin seçme özgürlüğü de o kadar iyi olur. Tüketiciler pazarda rekabet halinde olan farklı ürünleri, sundukları fayda ve doyuma göre seçerler. Pazarın kendi haline bırakılmasını ve devlet müdahalesinden uzak olmasını ön gören kendi kendini düzenleyen “görünmez bir el” anlayışını benimsemişlerdir. Bu anlayışın, her alanda çok sesliliğe neden olacağını dile getirmişlerdir.

Eleştirel ekonomi politikçiler ise klasik liberal düşünürlerin ortaya koyup benimsedikleri serbest pazar anlayışının zaman içerisinde giderek holdingleşmeye ve tekelleşmeye neden olduğunu belirtmektedirler. Dolayısıyla medya ve kültür endüstrileri de küresel düzeyde faaliyet gösteren az sayıda şirketlerin elinde yoğunlaşmaktadır.

Medya alanında eleştirel ekonomi politik iki farklı yaklaşım vardır. Bunlar yapısalcı ve araçsalcı yaklaşımdır. Araçsalcı yaklaşım medyayı kapitalist sınıfın bir aracı olarak görür. Bu yaklaşım, iletişim endüstrisinde üretim sürecini ve kurumsal politikaları belirleyen mülkiyet yapısı olduğunu belirtir. Üretim araçlarını kontrol edenler düşünsel üretim araçlarını da kontrol etmektedirler. Yani içeriği, kimin çalışıp çalışmayacağını ve ücretleri de medyanın sahiplik yapısı belirlemektedir, medya sahibinin sesidir.

Öte yandan yapısalcı yaklaşım ise medya içeriğini, kapitalist ekonominin dinamikleri belirler görüşünü savunmaktadır. Bu yaklaşıma göre kapitalist ekonominin yapısı ve dinamikleri medyanın örgütsel yapısını ve işleyişini belirlemektedir. Bu durum aynı zamanda iktidarlar tarafından da desteklenmektedir. Yapısalcı yaklaşımın temsilcilerine göre, mülk sahiplerinin medya üretim sürecine doğrudan müdahale etmelerine gerek yoktur. Çünkü egemen olan işleyiş biçimi ve pazar yapısı medya ürünlerinin, onların çıkarlarına karşı koymak şöyle dursun, çıkarlarını destekleyici olmalarını sağlamaktadır.

Günümüz dünyasında hemen hemen her toplumda başat hale gelen kapitalist ekonomik ilişkiler neticesinde, medya en büyük kültür endüstrisi haline gelmiştir. Belirli bir sınıfın mülkiyetinde olan medya, mevcut kapitalist ilişkilerin yürütülmesinde, bu ilişkilerin pekiştirilmesinde ekonomik ve ideolojik bir işlevi yerine getirmektedir. Büyük bütçeli Hollywood filmleri ile toplumlara ideolojik mesajlar aktarılmakta, izleyicilerin sisteme eklemlenmesinde büyük bir rol oynamaktadır.

Hollywood sinema endüstrisinin bugünkü geldiği noktayı, küreselleşme adı altında Amerikan emperyalizminin gücünün dünyaya yayılmasındaki rolünü ve bunun sonucunda bir kültür emperyalizmine yol açtığını anlamak için, bu endüstrinin ekonomik yapısına bakmak gerekmektedir.

Cees Hamelink'e göre, 90'lı yıllardan sonra ekonomi politik, sinema gibi ideoloji ve kültür üreten endüstrilerde kendini dört farklı yaklaşım ile göstermektedir. Bu dört farklı yaklaşım küreselleşme, de-regülasyon, tekelleşme ve sayısallaşmadır.

1.1.1.Küreselleşme

Günümüz toplumlarının yaşadığı çağı anlamlandırmada enformasyon çağı, bilgi çağı, iletişim çağı gibi adlandırmalardan yararlanılmaktadır. Bu adlandırmalar küresel düzeyde toplumlarda yaşanan gelişmeler, değişimler ve ilişkilerle ilgilidir. Bugün gelinen noktada dünya, geçmiş dönemlerde hiç olmadığı kadar hızlı bir değişim geçirmektedir. Bu değişimi, toplumlar, uluslar, ülkeler, ulus ötesi ve uluslararası örgütlenmeler ve şirketler arası ilişkiler, bilgi, haber, kültür, teknoloji, kaynak akışları sağlamaktadır.

“Küreselleşme, artan akışkanlıkları ve insanların, nesnelerin, mekanların, bilginin büyüyen çok yönlü akıntıları ile bunların karşılaştığı ve yarattığı yapıları içeren gezegen çapındaki bir süreç ya da bir dizi süreçtir” (Ritzer’den akt. Büyükbaykal, 2014: 10). Bu süreçte bilgi ve iletişim teknolojilerini elinde bulunduran az sayıdaki ülke ve şirketler sistem kurucu, oyun kurucudurlar. Bu ülkelerin başında ekonomik, askeri, siyasi, kültürel ve teknolojik güçleri ve yapılanmasıyla ABD gelmekte, şirketlerin çoğunluğunu ise ABD merkezli ulus ötesi şirketler oluşturmaktadır.

Küreselleşmede teknolojik gelişmelerin, değişen ekonomi politikalarının, uygulanan siyasi politikaların ve de kitle iletişim araçlarının etkisi büyüktür. Kitle iletişim araçları sayesinde ekonomik, teknolojik, sosyo-kültürel ve siyasi boyutlarıyla hayatımızın her alanına nüfuz etmektedir.

Çalışmanın bu bölümünde küreselleşme, tarihsel yapısı, ayrıntıları ve boyutları ile ele alınacak olup, küreselleşmenin kültürel boyutunda yer alan medya, özellikle sinemanın küreselleşmede oynadığı rol tartışılacaktır.

1.1.1.1.Küreselleşmeyi Açıklamak

Küreselleşme kavramı, ilk olarak 1960’larda gündeme gelmiş, 1980’de değişen ekonomi politikaları ve 1990’lı yıllarda teknolojideki atılımlarla birlikte hayatın her alanında hissedilmesi neticesinde sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır.

TDK’nın (Türk Dil Kurumu) sözlüğünde “küreselleşme durumu, globalleşme” diye geçmektedir. Küreselleşmek kavramı ise “Dünya milletlerini ekonomik, siyaset ve iletişim bakımlarından birbirine yaklaştırmaya ve bir bütün olmaya götürmek, globalleşmek” olarak yer almaktadır.²

Küreselleşme kavramı üzerine çok fazla tartışma yapılmıştır ve halen de yapılmaktadır. Bu tartışmaların odağında Hiperküreselleşmeciler, Kuşkucular ve Dönüşümcüler yer almaktadır.

Hiperküreselleşmecilerden biri olan “Ohmae gibi yazarlara göre, küreselleşme akımına karşı konulamaz ve bir ülkenin ekonomisini korumaya ya da yerel kültürünü devam ettirmeye dönük politikalarla küreselleşmeye direniş gösterilemez” (Bilton ve vd., 2009: 50). Tam aksine eğer bir ulus gelişmek istiyorsa serbest ticarete ve serbest ticaretin getirmiş olduğu rekabet ortamına kendini hazırlamalıdır.

Herkesin giderek ortak bir küresel kültürün (ki bu kültür herkesin McDonald’s ürünlerini yedikleri, onlar için birer kurtarıcı simgesi olan Hollywood’un süper kahraman

² Türkçe Sözlük, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara, 2011, s:1562

filmlerini tükettikleri dolayısıyla, egemen ideolojinin düşüncelerini taşıyıp savundukları kültürdür) parçası olduğunu ve bunun da farklı uluslardaki insanları birleştirdiğini öne sürmektedirler. Küreselleşmenin durdurulamaz bir süreç olduğunu ve bu süreçten herkesin en iyi şekilde faydalanması gerektiğini savunup, kaderci bir tavır sergilemektedirler.

Öte yandan Kuşkucular ise Hiperküreselleşmecilerin kaderci görüşünü reddedeler. “Onlar uluslararası bağlantılar ve içsel bağımlılığa ilişkin yeni hiçbir şey olmadığını öne sürmektedirler. Bu yazarlar, rekabetin getirmesi gereken ortak fiyatlarla dünya çapında birleşmiş bir ticaret ve yatırım piyasası olduğu fikrine güçlü biçimde karşı çıkarlar. Aksine, dünyanın gittikçe güçlü ulusal ekonomilerin ve önemli kültürel bölünmelerin olduğu büyük ticari bloklara (Avrupa, Aysa-Pasifik, Kuzey Amerika) ayrıştığını ileri sürmektedirler” (Bilton ve vd., 2009: 51).

Küreselleşmeye diğerlerinden farklı olarak bakan yaklaşım ise Dönüşümcülerdir. Dönüşümcüler, serbest piyasa ekonomisini ve ortak bir kültür görüşünü reddederler. “Bu kuramcılar için küresel bağlantıların eşsiz ölçeği, hız ve yoğunluğu, küresel bağlar ve etkileşimlerin alanını büyük ölçüde genişletmiştir. Küresel bağlar daha hızlı yayılıyor ve bilgi ile kültürü olduğu kadar sosyal, ekonomik ve politik kurumları da dönüşüme uğratan bu bağlar, etkileri bakımından daha önceki politik ve askeri imparatorluklardan çok daha hızlı, yoğun ve yaygın bir nitelik gösteriyorlar” (Bilton ve vd., 2009: 51).

Bu tartışmaların dışında küreselleşme kavramı ele alınıp boyutlarına göre, (başta ekonomik boyut olmak üzere) çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır.

1995 yılında Devlet Planlama Teşkilatının hazırladığı raporda küreselleşme, Hiperküreselleşmecilere yakın bir şekilde tanımlanmaktadır: “Küreselleşme ya da global bütünleşme, global entegrasyon, ülkeler arasındaki iktisadi, siyasi, sosyal ilişkilerin yaygınlaşması ve gelişmesi, ideolojik ayrımlara dayalı kutuplaşmaların çözülmesi, farklı toplumsal kültürlerin, inanç ve beklentilerin daha iyi tanınması, ülkeler arasındaki ilişkilerin yoğunlaşması gibi farklı anlamda maddi ve manevi değerlerin ve bu değerler çerçevesinde oluşmuş birikimlerin ulusal sınırları aşarak dünya çapında yayılması anlamına gelir”.³

Zygmunt Bauman’a (2012: 64) göre küreselleşme fikrinin taşıdığı en derin anlam, dünya meselelerinin belirsiz, ele avuca sığmaz ve kendi başına buyruk doğasıdır; bir merkezin bir kontrol masasının, bir yönetim kurulunun, bir idari büronun yokluğudur.

Anthony Giddens (2016: 68) küreselleşme kavramını: “Uzak yerleşimleri birbirlerine, yerel oluşumların millerce ötedeki olaylarla biçimlendirildiği ya da bunun tam tersinin söz

³ DPT, Dünya Küreselleşme ve Bölgesel Bütünleşmeler, Yayın No: 2375-ÖİK: 440, Ankara, 1995, s:1

konusu olduğu yollarla bağlayan dünya çapındaki toplumsal ilişkilerin yoğunlaşması olarak” tanımlamaktadır. Giddens aynı zamanda küreselleşmeyi modernite ile de ilişkilendirmiştir. Modernitenin küresel ölçekte yayılmasında üç etkinin olduğunu dile getirir. Bunlar: Zaman ve mekanın birbirinden ayrılması, sosyal sistemlerin bağlamından koparılması, sosyal ilişkilerin düşününsel düzenlenmesidir.

Küreselleşme üzerine en çok dillendirilen tanım, Marshall McLuhan’ın ortaya koyduğu “küresel köy” kavramıdır. Bu kavramla McLuhan, elektronik iletişimin yaygınlaşmasıyla dünyanın küresel bir köye dönüşeceğini anlatmaktadır. Teknolojik gelişmeler sonucunda zaman ve mekanın bir önemi kalmamış, dünya küçülmüştür. Böylece nasıl köylerle herkesin birbirinden ve olan olaylardan haberi oluyorsa, televizyon, sinema, radyo gibi kitle iletişim araçları sayesinde de dünyanın herhangi bir coğrafyasında olan bitenlerden haber almakta kolaylaşmıştır.

“Küreselleşme ile ilgili olarak, öncelikle ekonomik alanda kendini gösterdiğinden olsa gerek, ekonomik vurgular ön plana çıkmaktadır... Bugün için gelinen noktada, küreselleşme ile ekonomik ve teknolojik rekabet alanlarında meydana gelen son değişimler kastedilmektedir (Talas ve Kaya, 2007: 151).

“Ünlü yatırım uzmanı Geroge Soros da, küreselleşmeyi ekonomik temele dayandırarak küresel finans piyasalarının gelişmesi, çok uluslu şirketlerin büyümesi ve giderek ulusal ekonomiler üzerinde hâkimiyet kurması şeklinde açıklamaktadır” (Dirik, 2007: 9). Bu hâkimiyetin ardında özellikle 1980 sonrası uygulanan neo-liberal politikalar ve özellikle 1990 sonrası yaşanan teknolojik gelişmeler bulunmaktadır.

“Küreselleşme, günümüzdeki koşullar altında, özellikle güç ve iletişim ilişkilerinin dünya üzerinde yayılması, zaman ve uzayın (yerin) daraltılması ve sosyal ilişkilerin yeniden biçimlendirilmesi olarak adlandırılır. Küreselleşmenin gelişmesinde, hızlı pazar değişimi, özelleştirme, de-regülasyon, merkezîyetçiliğin yerinin yerelliğin alması, uluslararası firmaların devleşmesi, enformasyon ve eğlence teknolojilerinin yeniden biçimlenmesi, özellikle uydu iletişiminin yaygınlaşması, bilgisayar teknolojisinin ekonomik ve siyasal pazar mekanizmalarının egemen bir parçası olması, kültürel ürünlerin emtialaşması ve hızlı yayılması gibi özellikler görmekteyiz” (Erdoğan, 2000: 270).

Küreselleşme olgusuna kültürel açıdan bakan George Ritzer ise ünlü kitabı “Toplumun McDonaldlaştırılması” nda, günümüzde tek tip bir kültür, tek tip bir toplum yapısının olduğunu, üretilen mal ve hizmetlerin sıradan ve ortak beğeni düzeyine hitap eden ve her birine önceki dönemlere nazaran daha kolay ve uygun fiyata zaman ve mekan fark etmeksizin erişilebildiğini,

üretim aşamasında çalışanların belirli politikalara uyduklarını (tıpkı montaj hattı gibi), tüketimin sembolü olan alışveriş merkezlerinin yeni ibadet yerleri olduğunu vurgulamaktadır.

“Küreselleşmeyi gündelik kurgusu içinde açıklamaya çalışan Raymond Williams ise kavramı şöyle tanımlamaktadır: ‘Merkezi Amerika’da bulunan uluslararası bir şirketin Londra’daki bürosunda çalışan genç İngiliz, işi bitince, Japon yapımı arabasına binerek evine geri döndü, Alman mutfak gereçleri ithal eden bir firmada çalışan eşi, eve ondan önce gelmişti. Çünkü küçük İtalyan arabasıyla trafikte daha kolay ilerleyebiliyordu. Yeni Zelanda pirzolası, Kaliforniya havucu, Meksika balı, Fransız peyniri ve İspanyol şarabından oluşan yemeklerini yedikten sonra, Fin yapımı televizyonlarında İngilizlerin Folkland Adaları’nı alışına dair bir program seyrettiler. Program sonrasında ne kadar ‘İngiliz’ olduklarını hissederek mutlu oldular” (Dirik, 2007: 10).

Kimilerine göre küreselleşme Batı’ya (ki burada batıdan kasıt ABD’dir) ait bir projedir. “Erkızan ‘Küreselleşmenin Tarihsel ve Düşünsel Temelleri Üzerine’ adlı çalışmasında Küreselleşme kavramını Batıyla ilişkilendirerek şu şekilde ele almaktadır: ‘Dünyayı etkisi altına alan küreselleşme süreci dünya üzerinde yaşayan her ulusun, her toplumun ve her insanın hep berabere gerçekleştirmekte karar kıldığı bir olgu değildir. Küreselleştirmeyi düşünsel, kültürel ve ekonomik bir güç olarak tasarlayıp uygulamaya yönelenlerin olayıdır. Kısaca küreselleşme düşünsel, kültürel ve ekonomik bağlamda yani bütününde, öznesinden bağımsız düşünülemez. Kuşkusuz bu özen tarihsel, düşünsel ve ekonomik olarak Batı’nın, Batı uygarlığının kendisidir” (Gavcar ve Dirlik, 2005: 80).

Eric Hobsbawm, küreselleşmeyi “ABD’nin ve onun yaşam tarzının küresel zaferi” diye tanımlarken, Henry Kissinger “Küreselleşme, Birleşik Devletlerin egemen rolünün diğer adıdır” diye tanımlamıştır. (Miller vd., 2012: 107) Yaylagül (2018, 187) ise küreselleşmenin kapitalizmin gelişim sürecinde yeni bir aşama olamadığını aksine sistemi meşrulaştıran ideolojik bir kavram olduğunu söylemektedir.

Küreselleşme dünya genelinde ekonomik, siyasi ve sosyokültürel gelişmeler ile birlikte emeğin, sermayenin, sanatsal ve bilimsel çalışmaların bütün coğrafi sınırları aşarak dolaşıma girmesine işaret etmektedir. Küreselleşme, bazılarına göre küresel şirketlerin arkasına sığındığı bir kavram bir propaganda aracı, bazılarına göre kapitalizmin büründüğü yeni şekil, bazılarına göre ise dünyayı merkezinde gelişmiş ülkelerin, çevrede ise gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkelerin bulunduğu ikili bir yapıya bölen kapitalist üretim ilişkilerini ve emperyalizm olgusunu gizleyen bir meşrulaştırma aracıdır.

1.1.1.2.Küreselleşmenin Tarihsel Yolcuğu

Küreselleşme sürecinin ne zaman başladığına dair ortak bir kanı bulunmamakla birlikte küreselleşmenin insanlık tarihi kadar eski olduğu görüşü yaygındır. Basit anlamda, insanlık tarihinin başlangıcından bu yana, insan hareketliliği (yeni yaşam alanları ve yiyecek arayışı gibi) ile kıtalar arası geçişlerle ve sonrasında üretim, bölüşüm, kazanımların arttırılması, toplumsal farklılıklar ve daha birçok gerekçelerle devam edegelmiştir. Ancak son 5-6 yüzyılın önceki dönemlerden farkı, küreselleşmenin (buluşlar, keşifler, kaynak arayışı, üretim, pazarlama, kolonicilik, sömürgecilik faaliyetleri, bilim ve teknolojik ilerlemedeki hızın etkisiyle) dünyanın her yerini etkilemesidir.

Küreselleşme kavramının günümüz koşullarında, Çok Uluslu Şirketlerin, Üçüncü Dünya Ülkeleri/Küresel Güney gibi bölgeleri sömürmesini (emperyalizm olgusunu) gizleyen ya da yumuşatan bir söylemi olduğu görüşü bulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında küreselleşme hareketinin temellerinin (15.Yüzyılda başlayan) coğrafi keşifler ile atılmış olduğu söylenebilir.

Avrupa’da denizcilik alanındaki gelişmeler (yeni gemi yapım teknikleri ve 11.yüzyılda Çin’de denizcilikte kullanılmaya başlanan pusulanın Avrupa’da da kullanılmaya başlanması) ve kendi aralarındaki ticari rekabet, Asya’ya özellikle de Hindistan’a giden yeni ticaret yolları keşfetme isteği coğrafi keşiflerin temel hareket noktalarını oluşturmaktadır. Doğu’da yer alan zenginlikleri Batı’ya getirme ve Batı inancını Doğu’ya yayma düşüncesi gibi nedenlerle ortaya çıkan sömürgecilik de (küreselleşmeye paralel) coğrafi keşifler ile dünyaya yayılamaya başlamıştır. Başta İspanya ve Portekiz olmak üzere Hollanda, İngiltere, Fransa gibi ülkeler, yeni deniz yolları, yeni kıtalar keşfederek, birbirleriyle yarışırasına sömürgeler oluşturmuşlardır.

Coğrafi keşiflerle, Avrupa’nın ticareti, ticaret yolları üzerindeki hâkimiyeti, sömürgelerden elde edilen altın, gümüş gibi değerli maden zenginliği ve sermaye birikimi artmıştır. Burjuvazi sınıfı oluşurken, kapitalizm de eşikte belirmiştir. Avrupa temelli bu yayılmacılık, kurduğu ekonomik sistemini de, geliştirdiği kültürünü de dünya geneline yaymaya ve üstün /egemen kılmaya çalışmıştır.

Keşfedilen yeni coğrafyalar Avrupa’da yeni bilimsel gelişmeler ortaya çıkarmış, akılcı düşüncenin yolunu açmış, Rönesans ve Reform hareketleri yaşanmış, sanata, edebiyata, felsefeye olan ilgi artmış, kilisenin toplum ve kurumlar üzerindeki etkinliğini de kaybetmesiyle aydınlanma çağına kapı aralamıştır. Tabii ki tüm bu süreçte Gutenberg’in geliştirdiği matbaanın etkisini de unutmamak gerekir. Kitap basımının ve okunmasının yaygınlaşması, düşüncenin ve bilginin yayılması yukarıda saydığımız gelişmelerde en büyük etkenlerden biri olmuştur.

Coğrafi keşiflerden sonra küreselleşme sürecine etki eden bir diğer olay İngiltere merkezli sanayi devrimidir. Sanayi devrimi ile üretimin yapısında köklü değişimler yaşanmıştır. Tarımda ve sanayide makineleşme, coğrafi keşifler sonucu elde edilen ham maddelerin işlenmesi ve üretilen ürünlerin başka ülkelere pazarlanmak istenmesi, sermaye ve ucuz iş gücü gibi etkenler yeni pazar arayışlarını da beraberinde getirmiştir. Karl Marx ve Friedrich Engels (2017: 53), Komünist Manifesto adlı eserlerinde bu pazar arayışını şu şekilde ifade etmişlerdir: “Ürünleri için durmadan genişleyen bir pazar gereksinimi, burjuvaziye yeryüzünün dört bir yanına salar. Burjuvazinin her yerde yuvalanması, her yere yerleşmesi, her yerle bağlantı kurması gerekir”.

Geleneksel üretim biçimlerinin geçmişte bırakıldığı, yerel pazarların ulusal pazarlara eklemlendiği, kar maksimizasyonun birinci amaç olduğu, sermayenin tüm dünyaya açılmaya başladığı yeni bir ekonomik yapı ortaya çıkmıştır. Bu ekonomik yapı, feodaliteden doğan kapitalizmdir. Laissez Faire (bırakınız yapsınlar) anlayışı da bu dönemden itibaren yayılmaya başlamıştır. Kapitalizmin bu yayılmacı karakterini Komünist Manifesto’da Marx ve Engels şöyle açıklamışlardır: “Ülke içinde üretilen ürünlerin karşıladığı eski gereksinimlerin yerini de uzak diyar ve ülkelerin ürünlerini gerektiren yeni gereksinimlerin aldığı görülmektedir. Eski ve ulusal içe kapanıklık ve kendi kendine yeterliliğin yerinin çok yönlü ilişkiler ve ülkelerin evrensel karşılıklı bağımlılığı almış bulunmaktadır. Üstelik yalnızca maddi üretimde değil, düşünsel üretimde de” (Marx ve Engels, 2017: 54).

“Günlük dilde kapitalizm sözcüğü genellikle ekonomik bir olguyu açıklayacak biçimde kullanılmaktadır. Ancak dikkat edilmesi gereken nokta, kapitalizmin ekonomik olduğu kadar toplumsal ve politik anlam ifade ettiğidir. Bu noktada kapitalizmi belirleyen temel öge, meta üretiminin giderek yaygınlaşması ve evrensel hale gelmesidir. Meta üretiminin belirleyici özelliği ise mal ve hizmetlerin esas olarak pazarda satılma amacına yönelik olarak üretilmesidir” (Dirik, 2007: 17).

Tüm bu anlatılanlar ışığında, küreselleşmenin 15. Yüzyıl’dan bu yana hep var olduğu, yaşanan savaşlar ve buhranlar nedeniyle hızında yavaşlamalar olsa bile 1991 yılında SSCB’nin dağılması ile de önünün tamamen açıldığı, 20. Yüzyıl sonunda uygulanan neo-liberal ekonomik politikalar ile de bu günkü ileri aşamaya geldiği söylenebilir.

1.1.1.3. Küreselleşmenin Boyutları

Yukarıda yapılan tanımlardan da görüldüğü üzere, küreselleşme olgusuna birçok kişi farklı açılardan yaklaşmakta, küreselleşme farklı boyutlarda tartışılmaktadır. Bunlardan en

temel olanları siyasal, ekonomik, kültürel ve teknolojik boyuttur. Küreselleşmeyi daha iyi anlamak için bu boyutlara bakmak önem taşımaktadır.

1.1.1.3.1. Ekonomik Boyut

Küreselleşmenin tarihsel süreci anlatılırken de görüleceği üzere hareket noktası ekonomidir. En temel boyutu, en temel işlevi ekonomidir. Ekonomi hayatın dinamiğidir, bu dinamik de diğer tüm alanları etkilemektedir. Gelişmiş ülkelerin iç piyasalarının doyması ve dış piyasalara açılma istekleri, küreselleşmenin ekonomik boyutunun oluşmasında önemli bir etken olmuştur. Sanayi devriminden sonra İngiltere'deki şirketlerin çoğalması, bankaların büyümesi, sermaye bolluğu ve bu sermayenin dış ülkelere açılma isteği bu duruma örnektir. Küreselleşme, uluslararası ticaretin artması, ekonomik ilişkilerin yaygınlaşması, sermaye hareketlerinin serbestleşmesi, ekonomik ilişkiler ve bağlantılarda serbest pazar anlayışının benimsenmesi, ülke ekonomilerinin dünya ekonomisiyle bütünleşip tek bir pazarda birleşmesi ve de teknolojik gelişmelerle ülkelerin siyasal, ekonomik ve kültürel açıdan birbirlerine bağlanması olarak tanımlanmaktadır.

“BM Küresel Komisyonu, küreselleşmeyi ulus ötesi (çok uluslu) şirketler gibi yeni aktörlerin güçlenmesi, iletişim ve birleşimdeki hızlı değişim ve OECD üyesi ülkelerdeki ‘serbestleşme’ girişimleri olarak tanımlıyor. Üretimin mekânsal olarak yaygınlaşması, finansal piyasaların entegrasyonu, benzer tüketim ürünlerinin ve alışveriş merkezlerinin küresel olarak tek tipliliği küreselleşmenin ekonomik boyutu olarak görülebilir” (Aydemir ve Kaya, 2007: 265).

Ekonomik küreselleşmenin baş aktörlerinden olan, özellikle ABD, Batı Avrupa ve Japonya merkezli, büyük ölçekli/sermayeli ulus ötesi şirketler, kaynağın, pazarın ve iş gücünün bol olduğu yerlerde/ülkelerde şubeler açmakta, hızlı ve standartlaşmış üretim sistemlerini, teknolojik yapılanmalarını, enformasyon, denetim, iletişim sistemlerini kurmakta, küresel ölçekte üretim yapmakta, iş görmektedirler.

Küresel pazarlar için küresel üretim yapan, en yeni teknolojileri üreten ve kullanan ulus ötesi ya da çok uluslu şirketler, dünya üzerinde üretilen artı değere sahip olmakta, dünya ekonomisinin kendi amaçlarına/ihtiyaçlarına göre şekillenmesini ve işlemlerini sağlamaktadırlar.

Kapitalizmin küreselleşmesi, yerel pazarlara uygulanması sonucu, neredeyse dünyanın her yerinde uygulanan ekonomi politikaları birbiriyle aynılaşmaktadır. Ticari sınırlar önemini yitirmektedir. Fakat öte yandan AB, NAFTA gibi ticari bloklar da ortaya çıkmaktadır. Bloklar genel olarak bilim, teknoloji ve sanayide üstünlüğü elinde bulunduran gelişmiş ülkelerin bir

araya gelmesiyle oluşmaktadır. Bu ticari blokların dışında kalan ülkeler ise bilim, teknoloji ve sanayide uluslararası arenada söz sahibi olamayan gelişmemiş ülkelerdir. Bu açıdan bakınca da ülkeler arası ekonomik ilişkilerin o kadar da karşılıklı olmadığı, bağılıkların, akışların tek yönlü olduğu görülecektir.

Uluslararası ticaretin artması, serbest piyasa yapılanması ve sermayenin hareketliliği gibi ekonomik unsurlar, uluslararası ekonomik örgütlenmeleri de beraberinde getirmiştir. IMF, WB ve GATT gibi kuruluşlar, bu örgütlemelere örnektir. Bunların kuruluş amaçları, uluslararası ticaretin ve işbirliğinin arttırılarak geliştirilmesi, uluslararası para sisteminin, ödemeler sisteminin düzenlenmesi, üye ülkelere, gelişmekte olan ülkelere kaynak/kredi sağlayarak istikrarlı büyümelerinin sağlanması, uluslararası refahın ikame edilmesi vb. şeklindedir. Kurulduklarından bu yana, dünyadaki ekonomik gelişmelere paralel yeni işlevler de edinmişler ve liberal/neo-liberal politikaları benimsemişler, uygulamışlar, uygulanmasını (dayatmışlar) sağlamışlardır.

“Bu kuruluşlar bir anlamda küreselleşmeyi yöneten kuruluşlardır, gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerini dünya pazarına uyumlu hale getirmek görevini üstlenmişlerdir” (Büyükbaykal, 2014: 42). Bu uyumlama, entegre etme görevleri/işlevleri nedeniyle, eleştirel açıdan bakıldığında kapitalist sistemin küreselleşmesinde büyük rol oynamışlardır.

“Ulusal düzeydeki sermaye gibi küresel sermayenin de, -Dünya Bankası, uluslararası mal ve nakit dolaşımı, uluslararası bankalar ve Uluslararası Para Fonu (IMF) gibi genel olarak kendi adına davranan ajansları ve kurumları vardır... Dünya Bankası, IMF ve borsalar, geniş küresel sistemi denetlemek ve düzenlemek için iş görmektedirler ki bu durum, ulusal sermaye, nakit sahipleri ve çok farklı mesleklerden işçiler üzerinde baskı anlamına gelebilmektedir” (Bilton ve vd., 2009: 122).

Kaçınılmaz olan, ekonomik açıdan destek verilen ülkelerin, ekonomik açıdan bağımlı hale gelmesi neticesinde bu ülkelerin siyasi yapılarına kolayca müdahale edilebilmesidir. Ekonomik bağımlılık, sistem düzenlemesi ve dayatması paralelinde diğer bağımlılıklara (siyasi, kültürel, teknolojik) da yol açmaktadır.

Küreselleşmenin ekonomik boyutu, devletin ekonomi alanındaki etkinliğinin yeniden tartışılmasının önünü açmıştır. Devletin mal ve hizmet üretimindeki yetkileri sınırlandırılmış bu alanlar özel sektöre açılmıştır. Ayrıca ulus ötesi ve çok uluslu şirketler üzerinde denetimi son derece zayıf olduğundan, hatta olmadığından, istihdam sağlanması, teknoloji gelmesi gibi yararlar düşünülerek, bu şirketler lehine düzenlemeler yapmak durumunda kalmaktadır.

De-regülasyon bölümünde de ele alınacağı gibi neo-liberal politikalarla ekonomik anlamda devlet ulaşım, telekomünikasyon, eğitim, sağlık gibi çeşitli alanları özelleştirmeye

açmıştır. Uygulanan neo-liberal politikalar dünyada ekonomik süreçlerin birbirine benzemesine ve küreselleşmenin hızlanmasına neden olmuştur ve olmaktadır.

“Neo-liberalizmin önerdiği ekonomi politikaları sonucunda; a) Ulus devletlerarasında var olan ekonomik sınırlar kalkacak, ülkelerin pazarları büyük şirketlere açılacak ve uluslararası sermayeye dayalı şirketler yeryüzündeki doğal kaynaklardan herhangi bir sınırlama olmaksızın faydalanacaklardır b) Sermaye ve teknoloji onu ellerinde tutanların istek ve ihtiyaçları doğrultusunda herhangi bir engelleme ile karşılaşmaksızın bütün dünya pazarlarında kapitalistin karlarını çoğaltmak için çalışacaktır c) Dünyada uygulanacak olan endüstri, finansman, bankacılık, teknoloji ve kültür politikaları egemen batılı çok uluslu şirketler tarafından belirlenecektir. Serbest ticaret kurallarının kayıtsızca ve önüne geçilmez bir biçimde yayılması ve hepsinden önce sermaye ve finans kaynaklarının serbest hareketlerinden dolayı ekonomi kademeli olarak politik kontrol dışına çıkmaktadır” (Büyükbaykal, 2014: 45).

Görüldüğü üzere sermayenin dünya üzerinde serbestçe dolaşarak yeni pazarlara ulaşma ve bu pazarları kendi devamlılığı ve yeniden üretimi için dünya ekonomisine entegre etme isteği ve tüm bunlarla paralellik gösteren kar maksimize etme güdüsü neticesinde ekonomi alanında yaşanan değişimler, siyasal, kültürel, medya gibi daha birçok alanı etkilemiştir.

Sonuç olarak küreselleşmenin ekonomik boyutunun yoksulluğu arttırdığı, eşitsiz ve adil olmayan bir dünya düzenine neden olduğu dile getirilmektedir. Küreselleşme bir tarafında fırsatları diğer tarafında ise eşitsiz, tek taraflı bir egemenliği barındırmaktadır.

Ekonomik bağlamda küreselleşme, kapitalist üretim ilişkilerinin dünya üzerindeki hâkimiyetine işaret etmektedir ve yerel olan her şey son bulmakta ve tüm dünyaya ait hale gelmektedir. Karşılıklı aitlik ve ilişkiler içeren küreselleşmenin emperyalizmin yerini adlığı dolayısıyla emperyalizmin son bulduğu dile getirilmektedir.

1.1.1.3.2. Siyasal Boyut

Devlet genel anlamda, toprak bütünlüğüne sahip, millet veya milletler topluluğunun oluşturduğu egemenliğe dayalı, meşru, hukuki siyasal örgütlenme şeklinde tanımlanmaktadır. Siyaset ise devlet işlerinin yürütülmesi, düzenlemelerin yapılması, devlet otoritesinin kullanılması ile ilgili fikir, görüş, anlayış, tavır, uygulama olarak tanımlanabilir.

Tarihsel gelişmelere, toplumsal yapılara paralel olarak devlet şekilleri, yönetim biçimleri değişiklik göstermiştir. “Günümüzün küresel boyutta en yaygın siyasal yapılanma modeli olan ulus devleti” (Büyükbaykal, 2014: 62), fikir olarak 1789 Fransız ihtilalinden sonra şekillenmeye başlamış ve ortaya çıkışı ise 19.Yüzyılın sonlarına doğru olmuştur.

Ulus devletin, vatandaşları ayırım gözetmeksizin korumak, sınıfsal eşitliği sağlamak ve bunun yanında da ekonomik açıdan refah ortamı yaratmak gibi görevleri vardır. “Ulus-devlet modernizme özgü bir çeşit siyasi otoritedir. Yasama, yargı, polis, silahlı kuvvetler ve merkezi ve yerel yönetimler gibi kurumları uzlaştırır. Sınırları belirlenmiş bir toprak parçasında iktidar ve meşruiyet üzerinde tekele sahiptir” (Bilton ve vd., 2009: 212). Ancak küreselleşme ile birlikte ulus devletin gücünün kırıldığı, karar alırken ve uygularken küresel ekonominin dinamiklerine göre hareket etmek zorunda kaldığı görüşü yaygın şekilde kabul görmektedir.

“Avrupa’nın kurumsallaştırdığı ulus devlet modeli, birçok devlete ve sömürgeye örnek olarak 1970’li yıllara kadar temel nitelikleri bozulmadan gelebilmiştir” (Dirik, 2007: 45). 1970’lerde yaşanan petrol krizinden sonra egemen devlet anlayışı tartışılmaya başlanmış, 1991’de de Sovyetler Birliği’nin dağılması sonucu bu tartışmalar giderek büyümüştür. 1980’li yıllarda uygulanmaya başlanan neo-liberal politikalarla birlikte hız kazanmaya başlayan küreselleşme neticesinde toplumsal kurumlarda olduğu gibi ulus devlet yapısında da değişiklikler gözlemlenmiş, ulus devletin etkinliği ve yaptırımları azalmıştır. Neo-liberal politikalarla uygulamaya geçen de-regülasyon neticesinde ulus devlet anlayışı yavaş yavaş terk edilmiş, yerine siyasi ilişkilerin, ekonomik ilişkilerle yakından bağlantılı olduğu günümüz kapitalist sistem çerçevesinde işleyen bir anlayış getirilmiştir.

Küreselleşmenin ulus devlet üzerinde; ulus devletin yetkilerinin daraltılması, bir kısmının yerel yönetimler ve uluslararası örgütlerle paylaşılması, devletin daha çok kamusal alanda hizmet vermesi, bireysel hak ve özgürlüklerin sınırlarının genişletilmesi, uluslararası şirketlerle işbirliğine gitmesi gibi baskı ve istekleri vardır. “Siyasi alanda küreselleşme kavramı ulus-ötesi yönetici ve düzenleyici kurumların örgütlenmesi ve liberal siyasal ideolojinin ve onun kurumsal birimlerinin yayılmasına karşılık bulmak üzere kullanılmaktadır. Küreselleşme süreciyle birlikte devlet, toplum ve birey ilişkisinin yeniden tanımlanması ihtiyacı ortaya çıkmış, ulus devletin hâkimiyeti sarsılmış, devletin etkin ve sınırlı bir yapıya kavuşturulması gereği yoğun bir şekilde tartışılmaya başlanmıştır” (Aktel, 2001: 199).

Ulus Devlet anlayışının zayıflamasındaki nedenler şu şekilde sıralanabilir:

- Sermaye küreselleşerek dünya ekonomisinde daha fazla etkin/söz sahibi hale gelmiştir. Sermayenin etkinliği, ulus devletin özellikle ekonomi politikalarında etkinliğini sınırlamıştır.
- Sermayeyi, kurumları, kişileri (ki buradaki kişiler küresel şirket sahipleridir) birer özne olarak gören politikaların benimsenmesi, uluslararası hukukun bu kıstaslara göre düzenlenmesi ulus devlet egemenliğini azaltan bir başka etkidir.

- BM, IMF, AB, NATO gibi uluslararası kuruluşlar küresel düzeyde işler hale gelmiş, kararları-bağlayıcılıkları ulus devletlerin egemenliklerinin üstüne çıkmıştır.

20. Yüzyıla gelindiğinde savaşlar da küresel çapta olmuş, I. Ve II. Dünya Savaşları adını almıştır. Onlarca devlet savaşa katılmış, milyonlarca insan ölmüş, milyonlarcası yaralanmış, milyarlarca dolar savaş zararı ortaya çıkmıştır. “Yeni oluşum aşamasında yaşanan süreçler, dönem dönem zamanın koşullarına göre değişmekle beraber ortaya çıkan sonuçlar hep aynıdır. Bir yanda sistemin işleyişine yön veren ve karar merkezi olma konumunda olan güçlüler, diğer yanda ise sistem içi ilişkilerin gidişatına ayak uydurmak zorunda kalan ve karar merkezi olmayıp sadece alınan kararları uygulayan güçsüzler” (Arıboğan’dan akt. Dirik, 2007: 23). II. Dünya savaşı sonrası da koşullar değişmiş, güçlüler belli olmuş ve bu güçler etrafında yeni oluşumlar ortaya çıkmıştır.

1945 yılında, Avrupa devletleri ekonomik ve askeri gücünü kaybetmiş bir durumda sahne gerisinde kalırken, sahneye süper güç konumunda olan ABD ve SSCB çıkmıştır. Farklı ideolojileri temsil eden, bu iki süper güç, dünya liderliği (küresel güç olma) için karşıya gelmişler, ABD’nin liderliğinde Batı Bloğu, SSCB’nin liderliğinde Doğu Bloğu ortaya çıkartarak soğuk savaş dönemini başlatmışlardır.

Soğuk savaş dönemi başta ideolojik/siyasi olmak üzere çok yönlü (güvenlik, askeri, ekonomik, kültürel, bilimsel, teknolojik vb.) çekişmelerin/yarışların yaşandığı, stratejik oyunların oynandığı, gizli servisleri çok aktif olduğu, yayılmacı politikaların üçüncü dünya ülkeleri üzerinden devam ettirildiği bir dönem (bazılarına göre barış dönemi) olmuştur. Bu dönemde taraflar kendi ideolojilerinin/ sistemlerinin üstünlüğünü vurgulayarak birbirlerini farklı şekillerle suçlamışlardır. ABD, SSCB’yi komünizm ile yönetilen bir diktatörlük olarak görmüş ve basın, ifade ve temel hak ve özgürlüklerin kısıtlandığını dile getirmiştir. SSCB ise ABD’yi emperyalist/sömürücü güç olmakla suçlarken, ABD’nin ekonomik özgürlüğü ve beraberinde hayatın birçok alanındaki özgürlüğü ortadan kaldırıldığına işaret etmiştir. Bu dönemde bu iki bloğa dahil olsun olmasın ülkelerin bağımsız politika izleyebildiklerini söylemek yanlış olur.

SSCB’nin liderlik yaptığı Doğu bloğunda, ekonomik yatırımların çoğunluğunun ABD ile olan silahlanma yarışı üzerine yapılması, zamanla toplumun genel ihtiyaçlarını karşılamada zorluk çekilmesi halkta huzursuzluk yaratmış ve SSCB’ye olan güvenin sorgulanmasına neden olmuştur. Hayatın her alanında tamamen ABD karşıtı bir kutuplaşma politikası izleyen SSCB’de, kendi içerisinde yaşadığı muhalefet hareketleri ve halkın memnuniyetsizliği neticesinde parçalanma başlamış ve 1989 yılında Berlin Duvarı’nın yıkılması ile birlikte de Doğu bloğu çökmüştür. Çok geçmeden 1991 yılında da SSCB dağılmıştır. Bu dağılma

kapitalizmin başarısı olarak görülmüş, kapitalizmin küreselleşmesinin önünde herhangi bir engel kalmamıştır. Doğu Bloğundaki ülkeler de kurtuluşu batıya açılmakta bulmuş, kendi ekonomilerini Batı'ya entegre etmeye çalışmışlardır. Bu süreçte IMF etkin bir rol oynamış bu ülkelerin kapitalist ekonomilere geçiş sürecini yönetmiş ve küresel bir örgüt olma başarısına erişmiştir.

Batı bloğunun lideri konumunda olan ABD, SSCB'nin çöküşünün ardından dünya üzerindeki farklı ülkelerin arasındaki duvarların, sınırların kalkacağını, insanların, kültürlerin, fikir ve düşüncelerin hiçbir engele takılmadan kolayca ve rahat bir şekilde dolaşacağını dolayısıyla tüm dünyada bir refah ve gelişme ortamı sağlanacağını tezini savunmuş, "büyük abi" sıfatını kazanmıştır.

Kapitalist sistemin en büyük temsilcisi olan ABD elinde bulundurduğu ekonomik, siyasi güç ve iletişim teknolojileri sayesinde dünyanın en uzak, en ücra köşelerine dahi nüfuz etmiş, buradaki toplumlara tüketim kültürünü, ideolojisini iletme imkanı bulmuştur. Kısacası dünyada serbestçe dolaşan şey, kapitalist kültür ve ideoloji olmuştur.

Soğuk savaş dönemi boyunca da kitle iletişim araçları fazlasıyla kullanılmıştır. Özellikle ABD merkezli Hollywood ekonomik getirisinin yanı sıra savaş süresince ideolojik ve politik bir işlev görmüştür. ABD, her zaman olduğu gibi o dönemde de Hollywood'u bir dış ilişkiler aracı olarak kullanmıştır. Hem kendi halkına hem de Batı bloğundaki müttefiklerine anti-komünist düşüncüyü aşılamayı amaçlamıştır. Ayrıca dünyanın diğer bölgelerinde yaşayan, karşı blokta yer alan toplumlardaki/diğer ülkeleri kazanmak ve kendi tarafına çekmek için kullanmıştır.

Hollywood, Soğuk Savaş sırasında Doğu bloğunda bulunan ve ideolojik olarak karşıt düşünceye sahip olan ülkeleri küçük düşüren, onları aciz, güçsüz gösteren ve zaferi kazanacak olanın ABD olacağını dile getiren filmler yapmıştır. Bu filmlerde ABD ve müttefikleri ülkeler yüceltilmiş, ABD ile aynı ideolojik ve politik çıkarı güden müttefik ülkeler güçlü ve iyi temsil edilmiştir. Hollywood ile kendi rejim ve ideolojisini kısacası "Amerikan demokrasisini" tüm dünyaya pazarlamaktadır.

Büyükbaykal'a (2014: 64-65) göre, küreselleşmenin siyasi boyutu, birbirlerine ortak çıkarlarla bağlanmış kurum ve birliklerin ortaya çıkışında görülebilir. Ortak çıkarlar, ortak sorunlar için gerek güvenlik, gerek ekonomik, gerekse siyasi olsun birlikte hareket etmek, üretilen çözümleri, politikaları, alınan kararları bağlayıcı kılabilmek için ulus ötesi ya da uluslararası örgütler (IMF, WB, BM, OECD, AB, NATO vs.) kurulmuş olup, etkileri de, katılımcıları da gün geçtikçe artmaktadır. Ayrıca yine uluslararası işleyişi kolaylaştırmak, standart oluşturmak, işbirliği ve yardımlaşmayı sağlamak amaçlı çoğu BM'e bağlı örgütlenmeler (ILO, FAO, WHO, UNİCEF, UNESCO gibi) de mevcuttur.

Birleşmiş Milletler alt/yardımcı örgütlenmeleri ile uluslararası işbirliğini hemen hemen her alanda düzenlemekte, organize etmektedir. Uluslararası güç merkezi olan Birleşmiş Milletlerin birçok kararı tavsiye niteliğinde iken, uluslararası barış ve güvenliği koruma görevi/sorumluluğu olan, 5 daimi üyesi bulunan (ABD, Rusya, Çin, İngiltere, Fransa) Güvenlik Konseyinin kararları (çok tartışılrsa da) bağlayıcıdır. Kararlarına uyulmadığı takdirde ekonomik, askeri, siyasi bir takım yaptırımlar, ambargolar uygulanması, hatta askeri müdahale yapılması gibi yaptırım seçeneklerine başvurmaktadırlar. Kısacası Birleşmiş Milletler (193 üye ülkeler de düşünülerek) küresel bir örgüt, küresel bir güçtür.

Uluslararası birliklerin/örgütlenmelerin büyümesi/güçlenmesi/küreselleşmesi, kapitalizmin küreselleşmesi, siyasi bağımlılık da dahil tüm bağımlılıkların artmasına yol açmıştır.

1.1.1.3.3. Kültürel ve Teknolojik Boyut

Küreselleşmenin tüm boyutları, birbirlerini tamamlar, önünü açar, destekler, hız kazandırır şekilde öylesine iç içe geçmiştir ki, ayrılmaz bir bütün durumundadır. Temel boyut ekonomi ise de, ekonominin şekillendirdiği toplum, yönetim, siyaset-ideoloji, askeri yapılanma-donanım, kültür-kimlik-cinsiyet ve daha diğer olgular-değerler de küreselleşme havuzu içerisinde bulunmaktadır.

Genel anlamda kültür tarihsel süreç içinde toplumların geliştirdiği maddi manevi değerler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Toplumun yaşam biçimidir, dili, dini, töresi, geleneği, kurumsal/davranışsal/sanatsal/düşünsel/ekonomik/siyasi yapıları/sistemleri ve daha birçok insana/yaşama özgü değeri ifade etmektedir. Kültür canlı bir organizma gibidir, birbirini etkileyen binlerce hücresi olan, hareketli, akışkan, zamanla ve mekanla değişip dönüşebilen bir organizma. Geçmişin genlerini taşıırken, güncelle yoğrulup, gelecekte de yaşama hevesindedir.

Ulus devlet sisteminin zayıflaması, küresel pazar ekonomisinin yükselmesinin yanı sıra küreselleşmenin bir diğer önemli olayı kültürün küreselleşmesi olmuştur. Kültürün küreselleşmesinin en belirgin göstergesi yaratılan kitle kültürü, popüler kültür, tüketim kültürüdür. Kültürün benzeşmesi, aynılaşmasıdır.

Kitle kültürü, kitlesel pazarlar için, kitle iletişim araçlarıyla üretilen, aktarılan, standartlaşmış, ortalama beğeni düzeyine hitap eden kültür ürünleri olarak değerlendirilmektedir. Kapitalist sistemin, kitle iletişim araçları ile (haberler, diziler, filmler, reklamlar, hatta belgesellerle) her türlü görsel ve işitsel simgelerle kitlelere hitap ederek, kitlelerin belli (sistem tarafından istenilen, kabul gören, dayatılan) davranış kalıpları, yaşam tarzları ve düşünce yapılarına sahip olmalarını sağlamasıyla, kileleri belli ürünleri tüketmeye,

sürekli, sürekli tüketmeye yönlendirmesiyle oluşan kültürdür. Kitle kültüründe, tüketim kültüründe; doyuma ulaşmak için tüketmek gerekir, tüketmek mutluluğun reçetesidir, hayatı anlamlı kılmamanın yoludur.

Tüketim toplumunda, tüketici eğitiminden Zygmunt Bauman “Kimlik” adlı kitabında şu şekilde bahseder: “Tüketicinin eğitimi tek seferlik bir mücadele veya tek seferde kati olarak ulaşılan bir başarı değildir. Erken başlar fakat hayatın geri kalanını doldurur. Tüketici becerilerinin geliştirilmesi, eğitim teorisyenleri ve uygulayıcılarının hâlihazırda savundukları şu ‘sürekli eğitim’ denen şeyin belki de yegâne başarısıdır. ‘Hayat boyu tüketici eğitimi’ kurumları sayısız ve her zaman her yeredir. Televizyon, gazete, duvar ve reklam panolarındaki günlük reklam akışıyla başlar, trend oluşturan ünlülerin ve tüketim sanatlarının büyük ustalarının hayat tarzlarını yaygınlaştırmak için rekabet eden, kuşe kağıda basılı çeşit çeşit ‘tematik’ dergiyle devam eder” (Bauman, 2017: 82).

“Medya, popüler kültürü yayan bir kitle kültürü formudur. Bu kültür yüksek kültürün karşıtıdır; ve kar peşinde koşan kapitalistlerin çıkarına hizmet eden bir kültürdür (Yaylagül, 2018: 22).

Tüketim kültürünün büyümesi ve gelişmesinde, Disney, AOL, Sony, Viacom, NBC vb. gibi şirketlerin faaliyet gösterdiği, söz sahibi olduğu ulus ötesi kitle iletişim şirketlerinin etkisi büyük olmuştur. “Bu şirketler, ulusal düzeyde tesis etmeyi başarmış oldukları, özellikle de boş zaman ve hizmet sektöründeki ürünler için oldukça büyük ve arzulu bir piyasayı küresel düzeyde de yeniden üretmeye çalışmaktadırlar. Kitle iletişim araçları, hem ulaştıkları izleyici kapsamı hem de bu izleyiciler için hazırlanan medyanın geniş alanı bakımından muazzam ölçüde yaygınlaşmıştır” (Bilton ve vd., 2009: 55).

Amerikan yaşam tarzını yansıtan Hollywood’un, tüketim kültürünü, medya aracılığıyla nasıl yaydığına ve bu kültürü nasıl yücelttiğine dair en iyi örneklerden birini George Ritzer “Toplumun McDonaşlaşması” adlı eserinde vermiştir. Ritzer kitapta McDonald’sın Amerikan popüler kültürü ile küresel kültürde nasıl bir merkezi konuma ulaştığından bahseder. “Coming to America (1988) adlı filmde Eddie Murphy, Amerika’ya, örtük bir biçimde McDonald’s’ı andıran ‘McDowells’ra işe başlayarak gelen Afrikalı bir prensi canlandırmaktadır... Sleeper (1973) adlı filmde Woody Allen gözlerini McDonald’s’la karşılaştığı bir geleceğe açar. Tin Men (1987) 1960’ların erken dönemlerindeki kahramanların, uzaklarda belli belirsiz görülen devasa bir altın kemerle temsil edilmiş geleceğe doğru yol almasıyla sona erer. Scotland, PA (2001) Shakespeare’ın McBeth’ini 1970’lerin Pennsylvania’sına taşır. Filmdeki meşhur cinayet sahnesi esnasında, bir donut kralının başı fritözün içindeki kaynayan yağa sokulur. Ardından kafesini ‘McBeth’ler’ yasadışı yollarla kazandıkları paraları kralın ucuz kafesini ‘McBeth’

hamburgerleri satan bir hazır gıda restoranına dönüştürmek için kullanırlar” (Ritzer, 2017: 28-29).

Kapitalizmin özünde olan yeni pazarlar bularak tüketimi arttırmak, karı çoklaştırmak, sürekli büyüyerek yayılmak yani küreselleşmek vardır. Bunun için de gelişen teknolojileri, özellikle de iletişim teknolojilerini, kitle iletişim araçlarını, uluslararası örgütlenmeleri kullanarak uygun ortamı yaratmaktadır.

“Tüketim toplumunun ortaya çıktığı tarihsel süreç ve mekan konusunda farklı yaklaşımlar sergilense de, genellikle İkinci Paylaşım Savaşı sonrası ve yer olarak da Amerika Birleşik Devletleri (ABD) gösterilmektedir. Savaş sonrası oluşan toplumsal refah, 1929 ekonomik bunalımını tekrarlamamak için tercih edilen ve toplam talebi arttırmayı hedefleyen Keynesyen ekonomi politikalarının tercih edilmesi ve fordist üretim tarzı sonucu Amerikan toplumunda başlayan ve diğer Batılı ülkelere yayılan tüketimdeki artış, tüketim toplumu/tüketim kültürü kavramını ortaya çıkarmıştır” (Dağtaş ve Dağtaş, 2009: 7).

İletişim araçlarını kültürel ve ideolojik aygıt olarak gören yaklaşımın başında gelen Frankfurt Okulu temsilcileri, kültürün bir endüstriye dönüştüğünü neticesinde popüler kültürün ya da diğer adıyla kitle kültürünün insanları tek tipleştirdiğini ve tüketim kültürünün başat kültür haline geldiğini savunmuşlardır.

Adorno ve Horkheimer “Aydınlanmanın Diyalektiği” adlı eserlerinde kitle kültürünü eleştirmişlerdir. Onlara göre, kitle kültürü despot bir yapıdadır ve sisteme karşı gelen veya gelebilecek eleştirilere kapalıdır, öte yandan da kitlelerin sisteme eklemlenmesinde önemli rol oynamaktadır.

Küreselleşmenin kültür üzerindeki bir etkisi de kitle kültürünün/popüler kültürün yayılmasıyla birlikte yerel kültürlerin baskılanması, dönüşmesi ve diğer kültürlerle benzeşmesi olmuştur. “Küreselleşme ile homojen bir dünya kültürü yaratılmaya başlanmıştır. İnsanlar aynı alet-edevat ve ürünleri kullanmakta, benzer şeyler yiyip içmeye başlamakta, aynı mağazalardan giyinmekte, benzer filmleri ve televizyon programlarını izlemekte, benzer müzikleri dinlemeye, benzer sigaraları tütürmeye başlamışlardır. Dolayısıyla küreselleşme sermayenin, bunların ürettiği malların ve bu malların tüketiminin, kısaca kültürün küreselleşmesidir” (Yaylagül, 2018: 195).

“Appudurai’ye göre, küresel kültür; etnik akış, teknolojik akış, finansal akış, medya akışı ve ideolojik akış olmak üzere beş boyutta akmakta ve sürekli bir ayrılma ve yeniden bütünleşme dinamiği taşımaktadır” (Dirik, 2007: 52). Tabii ki bu akış teknolojiyi üreten, geliştiren ve de sahiplenen merkez ülkelerden çevre ülkelere, gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkelere doğru yaşanmaktadır. Sinema televizyon gibi görsel ve işitsel medya ile ortaya çıkan

küresel kültür, çoğunlukla batı merkezlidir. Batı küresel kültürü (popüler kültür) yayacak olan iletişim araçlarına ve teknolojilere sahiptir.

“Küreselleşmenin teknolojik yeniliklerden ayrı düşünülmemeyeceği vurgulandığında, teknoloji kendinde bir taşıyıcılık-aracılık-bağlantı işlevi ile donatılır” (Tural’dan akt. Büyükbaykal, 2014: 68). Günümüzde uydu yayıncılığının, bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin gelişip yaygınlaşması (iletişim araçlarına ulaşmanın ve kullanmanın kolaylığı da dâhil) küreselleşmenin en uç noktalara kadar hissedilmesine, toplumlarda benzer ya da ortak kültürel yapıların oluşmasına yol açmıştır.

Görüldüğü üzere, küreselleşme, iletişim alanında yaşanan teknolojik gelişmelerle çok yakından ilişkilidir. Küreselleşmenin birinci unsuru olan ekonominin, uluslararası ya da çok uluslu şirketler için, dünyanın başka yerlerinde yeniden yapılandırılması sürecinde iletişim endüstrilerinin rolü son derecede önemlidir. “Küreselleşmenin her bir boyutu bir enformasyon ve iletişim altyapısı gerektirir... Bu hizmetler sağlanmadan ulus-aşırı şirketler işleyemez. Enformasyon ve iletişim onların işlerinin ayrılmaz bir parçasıdır” (Yaylagül: 2018: 196).

Küreselleşmenin beraberinde benzerliği ve bütünleşmeyi getirdiği görüşü sıkça dile getirilmektedir. Ancak, küreselleşme bölünme ve farklılığı da beraberinde getirmektedir. Küreselleşme olgusu her toplum için aynı düzeyde fayda sağlamamaktadır. Bu olgu eşitsizliklerle doludur ve dünyayı Küresel Kuzey-Batı ve Küresel Güney-Doğu diye ikiye ayıran bir olgudur. Bu kutuplar arasında pek çok alanda olduğu gibi teknoloji (geliştirme-üretme-kullanma yani sahiplik) alanında da eşitsizlikler söz konusudur. Oluşan bu eşitsiz ve dengesiz durum sonucunda gelişmemiş ülkelerin gelişmiş ülkelere olan teknolojik (artı ekonomik, siyasi, askeri) bağımlılığı giderek artmaktadır. Dolayısıyla iletişim teknolojileri ve medya alanındaki gelişmelerle kapitalist sistemin devamlılığı ve yeniden üretimi desteklenmektedir.

Küresel kültür, Marshall McLuhan’ın küresel köyünü içerir. Marshall McLuhan’a göre, kitle iletişim araçlarının gelişmesi ile birlikte dünya küresel büyüklükte bir köy haline gelmiştir. Böylece dünya küçülmüş, ekonomik, politik ve kültürel boyutta iç içe geçip birbirine bağlanmıştır. Küresel dinamiklerin etkisiyle coğrafi sınırların bir önemi kalmamıştır.

Dünyanın küresel bir köye dönüşmesi, her ülkenin, her toplumun hatta her bireyin bu köyde birbiriyle bir şekilde etkileşim içinde olması, sadece küresel ekonomiyle, küresel kültürle değil, küresel ısınmayla, küresel iklim değişikliğiyle, küresel virüs salgınıyla da karşı karşıya kalmasına neden oluyor. Dolayısıyla her boyutuyla iç içe geçmiş küreselleşmenin olumlu ya da olumsuz etkisine maruz kalmamak olanaksız görünüyor.

Küreselleşmenin boyutları ve yarattığı bağılıklar/bağımlılıklar ve bu bağımlılıkta Hollywood'un üstlendiği ideolojik rol, çalışmanın ikinci bölümü olan "Kültür Emperyalizmi ve Hollywood" başlığı altında geniş bir şekilde tartışılacaktır.

1.1.2.De-regülasyon

Ekonominin, küreselleşmenin temel boyutu olduğundan bahsetmiştik. Küreselleşmenin günümüzdeki halini anlatmaktaki en temel oluşum çokuluslu şirketlerdir. Özellikle 1980 sonrası ekonomi alanında yaşanan düzenlemelerle (Neo-liberal ekonomi) birlikte önü alınamaz bir biçimde her alanda faaliyet göstermeye başlayan Batı merkezli çokuluslu şirketlerin geldiği noktayı ve dolayısıyla günümüz küreselleşmesini anlamak için yaşanan birkaç ekonomik krize ve üretilen çözümlere bakmakta fayda vardır.

Ekonomik faaliyetler başladığından beri ekonomik bir krizin doğma ihtimali de hep olmuştur. Dolayısıyla kapitalizmin tarihinde de ekonomik krizlerin önemli bir yeri vardır ve bunlardan üç tanesi (1929-1970-2008) küresel çapta gerçekleşmiştir.

1929 krizi bir diğer adıyla Büyük Buhran Amerika'da patlak vermiş ve sonrasında tüm dünyaya yayılmış, 1940'ların ortalarına kadar sürmüştür. "1929 krizi o zamana kadar görülmemiş işsizliğin, ekonomik daralmanın, durgunluğun sebebi olmuştur. Ekonomide yeni akımların da temelleri bu kriz sebebiyle atılmıştır" (Turan, 2011. 58). 1929 krizine kadar devletin ekonomiye müdahale etmemesini ve sadece güvenlik fonksiyonlarını yerine getirmesi gerektiğini öngören düşünce krizle birlikte değişim geçirir. Keynesyen ekonomi politikasıyla "Müdahaleci Devlet" anlayışı benimsenir, devletin ekonomideki yeri ve işlevleri genişletilmiş olur.

Kapitalizmin istikrarını sağlamak ve korumak için öne sürülen "çözüm, toplu sözleşmelerde varılan üretkenlik anlaşmaları sayesinde elde edilen yüksek ücretler karşılığında işçilerin mücadelesinin denetim altına alınmasına dayalı bir büyüme ve tam istihdam ideolojisi oldu. Ücretler ve tüketici talebi, üretkenlikten daha hızlı artmayacaktı ve bu, devletin parasal ve mali politikalarla yaptığı müdahale sayesinde garanti altına alınacaktı. Başka bir deyişle kapitalizmin son krizine Amerika'nın verdiği yanıt, bir strateji ve dolayısıyla bir ideoloji olarak Keynesçilik oldu" (Cleaver, 2008: 27).

1929 ekonomik buhranı, birçok ülkede ekonomik kalkınma planları hazırlayıp hayata geçirilerek, üretime, fiyatlara, istihdama kısaca piyasaya müdahalelerde bulunularak, bazı sektörleri koruma altına alarak ya da teşvik ederek aşılıma çalışılmıştır. Ekonomik krizler siyasi krizleri de beraberinde taşımış, zaten I. Dünya Savaşında ve sonrasında yaşanan gelişmelerle milliyetçilik akımları daha da güçlenmiş, "Nazizm", "Faşizm", "Sosyalizm" gibi

ideolojilerin öne çıktığı baskı rejimleri ortaya çıkmıştır. Bu rejimler/güçler ve her şeyi yapabileceklerine inanan diktatörlerin üstünlük çekişmeleri, silahlanma yarışları, yayılmacı (ekonomik, ideolojik) politikaları II. Dünya savaşına yol açmışlardır.

II. Dünya Savaşı devam ederken (1943, 1944,1945 yılları) uluslararası işbirliğini arttırarak, başta ekonomik, siyasi sorunlara çözüm bulabilmek amaçlı uluslararası konferanslar düzenlenmiştir. Bunlardan, 1944 Temmuz’unda düzenlenen özellikle de ekonomik sorunları konu alan Bretton Woods Konferansı, uluslararası para sisteminin nasıl işleyeceğini belirlemesiyle mihenk taşı konumundadır. Ülkelerin para değeri dolar esas alınarak belirlenecek, altının paraya dönüştürülmesinde tek ölçüt dolar olacak şeklinde düzenlemeler (sabit kur sistemi) karara bağlanmıştır. Ülkeler arası finansal/ekonomik işbirliğinin sağlanması, üye ülkelerin kalkınmasına yönelik projelere finansal destek verilmesi (kredilerle desteklenmesi) gibi amaçlarla da (Bretton Woods Konferansının ürünleri ve bu sistemi uygulayacak kuruluşlar olarak) Dünya Bankası ve Uluslararası Para Fonu kurulmuştur.

Savaşın verdiği zararların sarılması uğraşları, birçok yerde de değinildiği gibi yeni uluslararası işbirlikleri ve örgütlenmeleri ortaya çıkarmıştır. Savaşta askeri ve ekonomik gücünü gösteren ABD, savaştan yara alarak çıkan ülkelere yardım paketleri sağlayarak büyük bir ekonomik büyüme gerçekleştirmiştir.

Ekonomik anlamda, 1950’li ve 1960’lı yıllar dünya ekonomisinin altın dönemi olarak görülür. Birçok ülkede toplumun her kesiminde istikrarlı bir biçimde ilerleme sağlanmıştır. Keynesçi ekonomi politikalarının uygulandığı dönem süresince Batı Dünyası (ABD), herhangi bir sorunla karşılaşmadan hızlı bir şekilde refah ve kalkınmaya yönelik önemli adımlar atmıştır. Yaşanan bu gelişmeler, “ABD’yi de dünya kapitalizminin hegemonik gücü haline getirmiştir. 1970’li yıllar ise ABD’nin kapitalist sistem içerisinde hegemonyasının sarsıldığı, tehdit edildiği yıllardır” (Kaya, 2016: 129).

1970’li yıllara gelindiğinde dünya ekonomisinde durgunluk olmuş, verimlilik, karlılık oranları düşmüş, enflasyon ve işsizlik artmış, kapitalizm bir krizle daha karşı karşıya kalmıştır. Keynes’in temellerini attığı Bretton Wood’s sistemi çökmüş, ABD’ nin yaşadığı parasal krizle altın/dolar değişim sistemine son verilmiştir. Ekonomik bunalıma çözüm arayışları sürerken, OPEC (Organization of Petroleum Exporting Countries - Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü)’ in petrol fiyatlarını arttırması (bazı kaynaklara göre-1974-%400), ekonomik krizi iyice tetiklemiş ve serbest piyasa ekonomisine geçiş çözüm olarak benimsenmiş, sonunda Keynesçi anlayış terk edilmiş ve yerine Neo-Liberal anlayış getirilmiştir.

Neo-liberal düşünürlere göre yaşanan krizin nedeni, Büyük Buhran sonrası hız kazanan Keynesçi uygulamalar ve değişen devlet anlayışı nedeniyle devletin ekonomiye müdahalesinin

artması, para basma ve borçlanma politikalarıdır. Keynesyen karma ekonomiye karşı olan Neo-Liberaller, piyasaların kendi haline bırakılmasını, özelleştirme, de-regülasyon ve serbest ticaretle özel sektörün önünün açılmasını, kamu harcamalarının ve etkinliğinin azaltılmasını savunmuşlardır. 1970’li yılların ekonomik krizinden sonra kendilerine destek bulmuşlar, tekrar ‘bırakınız yapsınlar’ felsefesini geri getirmişlerdir. Amaç kapitalist sistemi kriz ortamından kurtarmak ve sermayenin düşen kar oranlarını tekrar yükseltmesini ve sistemin devamlılığını sağlamaktır.

1980’li yıllarla birlikte hayatın her alanında uygulanmaya başlayan neo-liberal politikalar sonucunda dünya genelinde birçok ülke yapısal düzenlemelere gitmişlerdir. Neoliberal ekonomi ABD’de Reagan, İngiltere’de Thatcher ve Türkiye’de Turgut Özal ile uygulanmaya başlanmıştır. 1980’li yıllarda, Amerika’da Reagan hükümeti ile sembolleşip oradan da hızlı bir şekilde tüm dünyayı bir örümcek ağı gibi saran neo-liberal politikalar, ekonomik, siyasi ve sosyal alanda önemli gelişmelere neden olmuştur.

“Devlet hacminin küçültülmesi için kamu harcamaları kısılmış ve kamu hizmetleri azaltılmıştır. Bunun bir sonucu olarak da özelleştirme, piyasa odaklı ekonomi politikaları hız kazanmıştır. De-regülasyon ile birlikte kamu harcamalarında azalmaya gidilmiştir. 1980’lerden itibaren kamu harcamalarının GSYİH içerisindeki payı daha yavaş artmaya başlamıştır” (Uçar ve Ay, 2015: 17).

“Bu dönemde Adam Smith’in belirttiği ‘kendi kendini düzenleyen’ piyasa anlayışı ön plana geçmiştir; rekabet serbest olmalı, rekabeti engelleyecek herhangi bir yasal kısıtlama olmamalıdır... piyasa doğal işleyişine bırakılmalıdır. Korumacı ekonomik kararlar ortadan kaldırılmalıdır” (Korkmaz ve Yaylagül, 2008: 106).

De-regülasyon da (ekonomik alanda devlet düzenlemelerini kaldırma, ya da minimuma indirme), değişimi savunanların politikası olmuş ve devletler sermayenin önünü açmak, özellikle de yabancı sermayeyi ülkeye çekebilmek amacıyla de-regülasyona başvurmuşlardır.

Uluslararası/çok uluslu küresel şirketler sermayenin serbest dolaşımının en önemli göstergesi niteliğindedir. Uluslararası ekonomik ilişkilerin, sermaye, teknoloji, iletişim, bilgi akışının ve hareketliliğinin yönünü tayin eder durumdadırlar. “Çokuluslu şirketler, yürüttükleri faaliyet ve uyguladıkları global stratejiler sayesinde uluslararası ticari akımlar ile yatırımların düzeyini ve ekonomik faaliyetlerin yoğunlaşacağı yerleri tayin etmektedirler. Teknoloji transferinin en önemli aktörü konumunda olan bu şirketler sermaye ve teknoloji yoğun sektöre yaptıkları yatırımlar yoluyla gelecekte hangi bölge-ülkelerin rekabet güçlerini ve dolayısıyla refahlarını sürdüreceklerini belirlemektedirler” (Aktan ve Vural, 2005: 60).

Sanayi Devriminden sonra İngiltere’de kurulan şirketlerin, bankaların, biriken sermayenin ülke dışına açılmasıyla birlikte uluslararası işleyen şirketler ortaya çıkmış, II. Dünya Savaşından sonra (ekonomik güç) ABD merkezli şirketler bayrağı devralmış, sonrasında ise bazı Asya ülkelerine (Japonya, Kore, Çin gibi) ait şirketler eklenmiştir. “Bu şirketler, uluslararası nitelik taşısalar da temelde bir ulus devletin hukuki, mali (pazar) ve askeri koruması altındadırlar” (Özdemir, 2000: 146). Devletler bu şirketler için birer dadı görevi üstlenirler. Dünyanın her tarafında faaliyet gösteren bu şirketler, yatırım yaptıkları, şube açtıkları ülkelerde, ülkenin üretim ve rekabet gücünü arttırmaları, istihdam sağlamaları, yaşam standardını yükseltmeleri, bilgi ve teknoloji transferi sağlamaları gibi olumlu etkilere yol açsa da, kazanımlarının büyük çoğunluğu merkezlerinin bulunduğu ülkelere geri dönmektedir.

Neo-liberal ekonomi uygulamaları, 1990’larda yaygınlaşan küreselleşmenin ve ülke paralarının yabancı paralar karşısında dalgalanmaya bırakılmasının da (dalgalı kur sistemi) etkisiyle, sermayenin dünya çapında serbest dolaşımını gerçekleştirmiş olmasıyla zirveye ulaşmıştır. De-regülasyon ile piyasalar özel sektörün işleyişine bırakılmıştır. Böylece kaynakların kullanımı üzerindeki hakim güç ve denetim el değiştirmiştir.

Kamusal alanda önemli değişimlere neden olan neo-liberal politikaların uygulanmaya başlaması ile iletişim, kültür ve enformasyon kamusal bir mal ve hizmet olma vasfını yitirmiştir. İletişim, kültür ve enformasyon artık alınıp satılan bir emtiaya evrilmiştir.

Klasik ekonomi politikçilere göre devletin iletişim alanında uyguladığı güç, sağladığı denetim, medya içeriklerini sınırlandırmaktadır. Devlet kendi otoritesini güçlendirecek, yeniden üretecek enformasyonu dolaşıma sokmaktadır. Dolayısıyla daha fazla çeşitliliğe, daha fazla üretime ulaşmak için medya içeriklerinin üretim ve dağıtımı serbestleşmeli, özelleştirilmelidir. Onlara göre bu uygulama rekabeti arttıracak, içerik çeşitliliği olacak ve herkes bunlara ulaşabilecektir.

Neo-liberal politikalar ile medyanın yapısındaki düzenlemeler önce yıkılmış, sonra baştan tanzim edilmiştir. O dönem için krizden en az etkilenen medya sektörü büyük ilgi görmüş birçok alanda faaliyet gösteren küresel şirketler medya sektörüne kaymıştır. Bu yeni yapıya amacı salt ticari kazanç ve siyasi nüfuz elde etmek olan küreselleşmiş dev şirketler egemen olmuşlardır.

Medya alanında uygulanan özelleştirme politikaları söylenildiği gibi ne alanda rekabetin artmasına ne de üretilen içeriklerdeki çeşitliliğin çoğalmasına neden olmuştur. Bununla birlikte sınırlı sayıdaki holdingleşmiş, küresel düzeyde örgütlenmiş şirketlerin kontrolü altına girmesinin, medya içeriklerinin üretim ve dağıtımının denetim altına almasının

önü açılmıştır. Dolayısıyla üretimde içerik ve çeşitlilik için gerekli olan rekabet de engellenmiş olmaktadır. Teoride söylenenler pratikte karşılığını bulamamıştır.

Toplumu biçimlendiren mülkiyet ilişkileridir. Üretim araçlarına (sermaye, toprak, hammadde ve emek) sahip olanlar düşünce üretim araçlarına da sahiptirler. Üretim araçlarını tekelinde bulunduran sermaye (Çokuluslu şirketler), ekonomik, sosyal, kültürel, siyasi, ideolojik yapılara yön vermekte, tüm bunları yaparken de medyayı kullanarak rıza üretimi yapmakta ve yaratılan popüler kültür ve kitle kültürü ile tüketimi pompalamakta, kendi ideolojilerini, yaşam ve eğlence kültürlerini tek yönlü olarak hedef kitleye –tüketiciye-çevre ülkelere aktarmaktadır.

Medya ve iletişim gibi kültür ve ideoloji üreten endüstrilerde yer almak çok büyük paralar gerektirdiği için zaman içerisinde bu endüstrilerde tekelleşmeler medyana gelmiştir. Tekelleşmede kuralların kaldırılması anlamına gelen de-regülasyonun payı büyüktür. Hollywood gibi küresel çapta faaliyet gösteren endüstrilerin günümüzdeki tekel durumuna dönüşmeleri de buna örnektir.

“Kitle iletişimi ABD’nin neredeyse yüz yıldır dünyada ‘bir numara’ olmayı kimseye bırakmadığı bir alandır. Donanım gereçleri (hardware) açısından üstünlüğünü giderek yitirmekteyse de, yazılım (software) ve (sinema filmi, tv filmi, diziler, müzik ürünleri vb.) gibi ‘ideoloji üreten’ medya programlarında da, ajans haberciliğinde de ABD egemenliği sürmektedir. Deregülasyon işte ABD’nin bu egemen konumunun sürdürülebilmesi için gerekli bir politika (ve sermaye birikiminin yeni bir biçimi) olarak doğmuş ve gelişmiştir” (Kaya, 2016: 138).

1.1.3. Tekelleşme

Kapitalizmin karı en çoklaştırma, piyasaya yön verme, pastadan en büyük payı alma güdüsü tekelleşme olgusunu ortaya çıkarıyor. Küresel şirketler yerelleri, zayıf/küçük rakipleri, batıkları (serbest rekabet ortamında) yutarak devleşmekte, tekelleşmektedirler. Tekelleşme bazen devlet teşvikiyle, bazen kaynak/hammadde/teknoloji sahipliğiyle, bazen yönetim/maliyet stratejileriyle oluşmaktadır.

Tekel, toplumsal yapıların herhangi bir alanındaki süreçlerin, mal veya hizmet üretiminin bir veya birden fazla safhasındaki yönetimin tek bir güç yapısı tarafından kontrol edilmesidir. Tekelleşme ise, bir ya da birkaç kuruluşun zaman zaman aralarında gizli ya da açık anlaşmalar yaparak pazarda egemenlik kurmasıdır. Bu egemenlik, ekonomik, kültürel, siyasal üretim alanlarından birini kapsayabileceği gibi hepsini de kapsayabilir.

Çok uluslu şirketlerin küresel ekonomideki yeri tartışılmaz. Küreselleşme nasıl doğal bir süreç olarak görülüyorsa, küresel kapitalist sistem içinde bu şirketlerin tekel oluşturması da kaçınılmaz bir son gibi görülüyor.

“Globalleşme ile birlikte global piyasalarda rekabetin yoğunlaşması, rekabete dayanamayan firmaların birleşmeler veya şirket satın alımlarıyla piyasadan çekilmek zorunda kalmalarına yol açmaktadır. Global ekonomide büyük bir güce sahip olan ve yabancı yatırımlardan üretime kadar birçok alanda hakim duruma gelen çokuluslu şirketler birleşme ve satın alma (BSA) faaliyetleri yoluyla bu güçlerini ve başat pozisyonlarını pekiştirmektedirler” (Aktan ve Vural, 2005: 67-68).

Kitlesel olarak üretim ve tüketimin gerçekleştiği günümüz kapitalist koşullarında tekel haline gelen şirketler, büyük kar ve pazar paylarına ulaşmıştır. Buna engel olacak her türlü yapıya da karşıdırlar. Bunu yaparken de uluslararası örgütlerin (IMF, WTO, WB gibi) yardımlarını almaktadırlar. Öyle ki birçok küresel şirketin sermayesi/varlık değeri birçok üçüncü dünya ülkelerinin toplam bütçelerinden fazladır.

Sonuçta yapılan düzenlemeler, alınan kararlar, halkın çıkarından ziyade sermayenin çıkarına hizmet edecek yönde olmakta, gelir eşitsizliği artarak devam etmektedir. Gelir eşitsizliğine dair uluslararası bir yardım kuruluşu olan Oxfam, Dünya Ekonomik Formu’nda (WEF) 2020 yılında bir rapor yayımlamıştır. Yayımlanan bu raporda 2153 milyarderin dünya nüfusunun %60’na denk gelen 4,6 milyar insandan daha zengin olduğu belirtilmiştir.⁴

Kitle iletişim alanında yaşanan tekelleşme sürecine eleştirel yaklaşan ve bu süreci ekonomi politik analiz ile inceleyen Wasko, küreselleşmenin siyasi ve ekonomik boyutlarıyla da bağlantılı olarak günümüzde medya üzerindeki denetimin ve gücün ulus devletlerden, küresel çapta faaliyet gösteren, çokuluslu şirketlere geçtiğini dile getirmektedir. Bu değişimin temelinde 1980 sonrası neo-liberal politikalar sonucunda diğer alanlarda olduğu gibi medya alanında da uygulanan özelleştirmeler vardır.

Bir önceki bölümde de belirtildiği gibi, 1980’den önce yaşanan ekonomik krizden diğer sektörlerle göre çok fazla etkilenmeyen iletişim alanı, büyük şirketlerin yatırım alanı olarak dikkatlerini çekmiştir. Ayrıca şirketler birer medya kuruluşuna sahip olmanın avantajını görmüş, siyasi, ekonomik ve kültürel alanlarda da bu gücü kullanmışlardır. Yeni Medya Tekeli adlı kitabıyla medya alanındaki tekelleşme hareketlerine değinen ve buradaki sermayelerin birer dev haline geldiğinden bahseden Ben Bagdikian’a göre, Adam Smith ve takipçilerinin

⁴ <https://www.oxfam.org/en/press-releases/worlds-billionaires-have-more-wealth-46-billion-people>

savunduğu serbest piyasa anlayışı medya alanında zamanla holdingleşmeye ve tekelleşmeye neden olmaktadır.

Tekelleşme, kapitalist pazarın büyüme ve kontrole yönelik doğası gereği kaçınılmazdır. Medya alanında tekelleşme üç farklı yolla gerçekleşir. Bunlar: yatay, dikey ve çapraz tekelleşmedir. Yatay tekelleşme, değişik basın kuruluşlarının birleşme ya da satın alma yoluyla tek çatı altında birleşmesidir. Dikey tekelleşme, medya alanında ayrı etkinlik dallarında yer alan kuruluşların tek bir yapı içerisinde birleşmesidir. Çapraz tekelleşme ise, değişik alanlarda faaliyet gösteren kuruluşlarla medya kuruluşlarının aynı mülkiyet yapısının denetimi altına girmesidir.

Uluslararası medyada söz sahibi olan ve bu sektörü kontrol eden küresel düzeyde işleyen şirketlerin sahiplik yapılarına bakıldığında, medya alanının otomotiv, sanayi, petrol, telefon, nükleer sanayi gibi alanlarda faaliyet gösteren şirketlerle iç içe geçmiş olduğu görülmektedir. “Bu oluşumlar medya kuruluşlarının toplumu etkileme, yönlendirme potansiyelini geçmişe göre çok arttırırken, karlılık oranlarını da eskiye göre görülmemiş bir yüksek düzeye taşımıştır. Çünkü büyük medya kuruluşları hem salt yayıncılık faaliyetlerini hem de her türlü enformasyon üretim ve dağıtımına dayalı etkinliklerini ‘piyasa koşullarıyla’ belirlenen bir çerçevede sürdürmekte ve etkinliklerin tümü genel olarak medya adı altında toplanmaktadır” (Kaya, 2016: 156).

Özellikle 1990’dan sonra daha bir hızlanan küreselleşme ile birlikte medya endüstrisinde giderek artan biçimde bir tekelleşme dalgası yaşanmaktadır. Bunun sonucu ise sadece iki elin parmağını geçmeyecek sayıda ulus ötesi şirketin bu endüstride merkezileşmesi olmuştur. Disney, AOL Time Warner, Viacom, News Corporation, General Electric, Sony, Vivendi Universal ve Bertelsmann gibi ulus ötesi şirketler, içerik üretimi kadar dağıtımda da önemli role sahiptirler.

“Bunlardan dört tanesi -Disney, AOL Time Warner, Viacom ve News Corporation- başka şeylerin yanı sıra, filmler, kitaplar, dergiler, gazeteler, Tv programları, müzik, videolar, oyuncaklar ve lunaparklar üretir; TV, radyo yayıncılığı ve kablolu sistemlere sahip olmaları, perakende satış mağazaları ve sinema salonları zincirleri sayesinde yaygın dağıtım olanakları vardır. Aynı zamanda haberler, zaman zaman araştırma raporları ve belgeseller de hazırlarlar. Fakat bu pop-kültür devlerinin liderleri daha çok ABC televizyonundaki Who Wants To Be A Millionaire? ve CBS televizyonundaki ‘Survivor’ gibi büyük seyirci kitlesi toplayan şovlar ya da ilgileri ve kaynaklarının odak noktasını oluşturan ve çapraz ‘sinerjilerini’ mümkün kılan” (Chomsky, 2017: 17) Disney’in sinemada tüm zamanların en fazla hasılat yapan Marvel süper kahraman filmlerini de içeren eğlence sektörüyle yakından ilgilenmektedirler.

Küresel çapta baskın olan bu şirketler oligopol bir yapıya sahiptirler ve bu şirketlerden yalnızca biri bile pazar yapısını ve şartlarını değiştirebilecek güçtedir. “Bugün baskın medya şirketlerinden hiçbiri tek bir iletişim aracına hakim olmak gibi bir kaygı taşımamaktadır. Stratejileri, gazetelerden film stüdyolarına, medyanın genelinde önemli bir paya sahip olmaktır. Bu durum, beş firmaya ve liderlerine, tarihteki herhangi bir despotun ya da diktatörün elinde bulunduğu çok daha fazla iletişim gücü sunmaktadır” (Bagdikian, 2004: 4).

Küreselleşme olarak adlandırılan süreçte Amerikan medyası küresel çapta büyümüş, dünyanın her yerindeki pazarları ve izleyicileri ele geçirmiştir. ABD başta olmak üzere, medya endüstrisinde içerik üreticileri ve haber ajansları genellikle Batı merkezli büyük, tekel konumunda şirketlerdir. Sinema, televizyon, internet gibi eğlence endüstrilerinde de durum farklı değildir. Sıkça sözü geçen küresel düzeyde faaliyet gösteren medya şirketlerinin sahiplik yapısına bakıldığında bu durum daha net anlaşılacaktır.

AOL Time Warner

“10 Ocak 2000’de Amerikan televizyon izleyicisi, tarihin en pahalı düğün törenine davet edildi. Bu şirket evliliği idi, yani birbirinin seven iki çift erkekten oluşuyordu ve paradan bahsetmek görgüsüzlük sayılmıyordu. Wall Street’in ortak hisse senetleri kitabına göre, yeni evlenen çiftin mal varlığından bahsetmek zorunluydu. Haberler bu nedenle törenin 163 milyar dolarlık bir taraf ile 120 milyar dolarlık değerindeki ruh ikizini birleştirdiğinden bahsetmiştir” (Bagdikian, 2004: 34).

Tarihin en büyük anlaşması olan bu birleşme, ABD’nin en iyi internet servis sağlayıcısı ile dünyanın en iyi medya konglomeralarından birinin bir araya getirmiştir. Yapılan bu şirket evliliği America Online ile Time Warner arasındaydı. Günümüzde AOL Time Warner diye adlandırılan bu küresel şirket “milyarlarca dolarlık iş hacmi, yaklaşık 96 bin çalışanı ile gerçek bir sanayi imparatorluğudur” (Kaya, 2016: 170). Bu şirket birleşmeyle başta Amerikalılar sonra ise küresel çapta müşteriye ulaşma imkanına sahip bir dijital medya merkezi yaratılmış ve müzik, yayıncılık, haber, eğlence, sinema ve internet endüstrilerinde önemli güce ve nüfuza sahip olmuştur.

AOL Time Warner’ın bünyesinde bulunan medya organları şöyledir.

Film: New Line, Warner Bros .Studios, Warner Bros.

Televizyon: HBO, HBO2, HBO Comedy, HBO Family, HBO Latino, HBO Signature, HBO Zone, HBO-HD, CNN, CNN Headline News, CNN Sports.

Video Üretimi ve Pazarlama: New Line Cinema, New Line Distribution, New Line Home Entertainment, New Line International Releasing, New Line Marketing, New Line Records, New Line television, New Line New Media, New Line Thetricals.

Kablolu Tv: Road Runner, Capital News 9, News 8 Austin, News 10 Now, News 14 Carolina, NYI, R News, Metro Sports, Time Warner Sports.

Kitap: Warner Books, Time-Life Books, Oxmoor House, History Books Club, Money Book Club, Sunset Books.

Dergi: Time, Life and People, American Express Publishing Corp. Ve Marvel sinematik evreninin ve Marvel çizgi romanlarının en büyük rakibi olan, içerisinde bir başka meşhur süper kahramanları (Batman, Süpermen vb.) barındıran DC Comics.

Müzik: American Recordings, Asylum Atlantic, Atlantic Classic, Atlantic Jazz, Big Beat, Breaking, East West, Elektra, Maverick, Modern, Nashville, Warner Sunset, Warner Nashville, Warner Alliance, Columbia House.

Web: America Online, CompuServe, Netscap, CNN.com, Cartoon Network Video, Court Tv Extra.

Uluslararası Kanallar: Boomerang UK, Boomerang Spain, Cartoon Network UK, Cartinoto, Boomerang Australia, CNN International, CNN Türk, HBO ve Cinemax.

Tematik Parklar: Sea World ve Movie World.

Telefon: Time Warner Telecom.

Spor: Atlanta Braves ve Atlanta Thrashers (besybol), Atlanta Hawks (basketbol).

Perakende Satış: Warner Bros. Studio Stores.

News Corporation

Hızla ve halen büyümekte olan Amerika New York merkezli kitle iletişim ve yayıncılık şirketi olan News Corporation imparatorluğunun başında Rupert Murdoch bulunmaktadır. Avustralya'da gazetecilik yaparak medya alanında yer alan Murdoch, sonrası İngiltere, ABD, Asya ülkelerine yayılmaya başlamıştır ve uluslararası medya imparatorluğu sınır tanımaz bir hal almıştır.

Para kazanmanın yanı sıra politik bir güç de elde etmek isteyen Murdoch, İngiltere'de Times'ı almak istemiş fakat İngiltere Tekelcilik Komisyonu tarafından engellenmiştir. Daha sonra dönemin muhafazakâr adayı Margaret Thatcher'ın başbakan seçilmesinde önemli rol oynamıştır. Dolayısıyla Thatcher'ın da yardımıyla komisyonun kuralları yıkılmış neticesinde Murdoch, Times'ı ele geçirmiştir. Bu olay kurallardan sıyrılma ya da atlatma olmayacaktır.

İlerleyen yıllarda ABD’de bir medya imparatorluğu kurmak isteyen Murdoch, ilk adım olarak New York Post’u satın almıştır. Sonralarında kendisine bir radyo ve televizyon ağı olan FOX’u alarak bu imparatorluğunu büyütmek istemiştir. Fakat önüne o güne kadar hiçbir yayıncının geçemediği bir yasa çıkmıştır.

“Yasaya göre hiçbir yabancı şirket, bir Amerikan radyo ve televizyon istasyonunun yüzde 24,9’undan fazlasına sahip olamazdı. Murdoch Avustralya vatandaşlığından Amerikan vatandaşlığına geçti, ancak bu da yeterli bir hamle değildi” (Bagdikian, 2004: 46). Yasa aynı zamanda Murdoch’a şirketinin merkezinin Amerika’da olması gerektiğini söylüyordu. Avustralya’daki düşük vergiler uygulanmaktaydı ve Murdoch, şirketinin merkezini Amerika’ya taşımaktansa, elinde bulunan güçlü gazetelerle ABD’de büyük siyasi destek elde etti ve tıpkı İngiltere’de olduğu gibi ABD’de de yasayı atlatarak belli imtiyazlar elde etti ki bu imtiyazlar şimdiye kadar kimseye verilmemişti. Murdoch’ın medya imparatorluğu olan News Corporation’ın mülkiyet yapısı şöyledir.

Film Stüdyoları: 20th Century FOX, FOX Searchlight Pictures, FOX Television Studios, Blue Sky Studios.

Televizyon: Fox Broadcasting Company, My Network TV, Fox Television Stations.

Kablolu Tv: FOXTEL, BSkyB, STAR, Direct TV, Sky Italia, FOX News Channel, FOX Movie Channel, FX, National Geographic Channel, FOX Sports Net.

Gazeteler: New York Post, Wall Street Journal, The Sun, The Sunday Times, The Times, Daily Telegraph.

Dergiler: Inside Out, ALPHA, TV Guide.

Viacom – CBS

İlk bakışta birçok kişiye karmaşık gelen bu ikili arasındaki ilişkiyi anlamak için biraz derinlemesine bakmak gerekmektedir. CBS (Columbia Broadcasting System, Inc.), ABD’nin en büyük radyo ve televizyon ağına sahip, küresel düzeyde büyümüş ve etkinlik gösteren bir medya kuruluşudur. Öte yandan Viacom ise 1973 yılında CBS bünyesinden ayrılarak kurulmuş ve küresel bir medya devi olmuştur.

“Viacom adım adım büyümüş, bu süreçte 1994 yılında 9,9 milyar dolar gibi dönemi için rekor sayılan bir tutar karşılığı ğaramount Film Stüdyoları’nın sahibi Paramount Communications Inc.’i devralarak gelecekteki adımlarının da işaretini vermişti” (Kaya, 2016: 191).

2000 yılına gelindiğinde, Viacom ile CBS aralarında yapılan bir anlaşma ile bir araya gelmiş fakat ilerleyen yıllarda yöneticiler arasındaki rekabetten dolayı 2005 yılında ayrılmışlardır. İkiye ayrılan şirketten biri Viacom INC. diğeri ise CBS Corporation adını aldı.

Viacom mülkiyet yapısında dünyanın hemen hemen her yerinde yayın yapan MTV müzik kanalı ve Nickelodeon gibi çocuklara hitap eden popüler kanallara sahiptir. Bunların yanı sıra prestijli filmlerin üretiminde rol alan, Hollywood'da ve dünyada da önemli söze hakkına sahip olan Paramount Pictures'a sahiptir. CBS ise ABD'de önemli bir radyo ve televizyon ağına sahiptir.

Ayrılmalarının üstünden 14 yıl sonra 2019 yılında ikili tekrar bir araya geldiklerini duyurdular. Yeni şirketin adı ViacomCBS INC. olarak adlandırıldı. Tekrar bir araya gelmelerindeki en büyük etken, giderek artan rekabetçi ortamdan en çok kar yaparak en az zarar görmektir.

USA Today gazetesinde yer alan habere göre, analistler, birleşmenin her iki şirketinde sürekli rekabetçi bir akış ortamında gezinmesine yardımcı olacağını dile getirmektedirler. Öte yandan geniş bir film ve şov kütüphanesine sahip olan Disney ve dijital platform teknolojisinde önemli aktörlerden biri olan Netflix ile karşılaştırıldığında hala küçük kalmaktadır.⁵ Fakat bünyesinde Paramount Pictures gibi önemli bir film stüdyosu bulunan şirket, sinema endüstrisinde prestijli filmlerin yapımında söz sahibidir.

ViacomCBS'in faaliyet gösterdiği alanlar şöyledir.

Film stüdyoları: Paramount Pictures

Televizyon: ABD'nin en geniş televizyon ağı olan CBS, CBS Entertainment, CBS News, en geniş kablolu yayın ağı olan Showtime Networks, The Movie Channel, dünyanın her yerinde yayın yapan popüler müzik kanalı MTV ve daha birçok kanal.

Radyo: CBS Radio Network, Metro Network.

Tematik Parklar: Paramount's Carowinds, Paramount's Great America, Paramount's Kings Dominion, Paramount's Kings Island, Paramount's Canada's Wonderland, CBS Outdoor, CBS Consumer Products, Star Trek: The Expansion.

NBC Universal

NBC Universal, 2004 yılında Fransız Vivendi ve General Electric'in ortaklığı sonucunda kurulmuştur ve General Electric %80'lik payla büyük bir söz hakkına sahiptir.

⁵<https://www.usatoday.com/story/money/2019/08/13/viacom-cbs-deal-viacom-and-cbs-set-combine-end-2019/1999884001/>

NBC Universal yer kürenin hemen hemen her yerinde faaliyet gösteren, elektrikli araç gereç, uzay araçları ve motorları gibi sanayi endüstrilerinde ve nükleer, elektrik, gaz gibi enerji endüstrilerinde, otel, ulaşım, seyahat, taşımacılık, sağlık gibi hizmet sektörlerinde söz sahibi olan General Electric'in medya alanındaki temsilcisiydi ta ki 2009 yılına kadar.

ABD ve diğer birçok medya pazarında kablolu TV ve internet hizmeti sağlayıcısı alanında büyük paylara sahip olan Comcast, 2009 yılında 16,7 milyar dolara General Electric'den NBCUniversal'ın %51'lik hissesini satın almıştır. Comcast 2013 yılında ise NBCUniversal'ın tüm kablo TV, film stüdyolarını ve tematik parklarını satın almıştır. Böylece tüm hisselerin tek sahibi olmuştur. Bu satın alma en son yaşanan ekonomik krizden bu yana en büyük birleşmelerden biri olarak görülen olay sonucunda, her iki şirketinde de hisselerinde artış yaşanmıştır.

CNBC, NBC gibi haber, televizyon, kablolu (ücretli) kanalları, Universal Pictures, Focus Pictures, Universal Home Entertainment gibi sinema stüdyoları, internet ve Universal Studios gibi eğlence parkları alanlarında faaliyetlerini yürüten NBC Universal, büyük bir iş hacmine sahiptir.

Universal Pictures, büyük bütçeli ve dünya genelinde büyük başarı ve hasılat elde eden filmlerin yapımını üstlenmektedir. Bu filmler daha sonra Universal Studios adlı tematik parkta sergilenmektedir. İnsanlar bu tematik parka giderek filmlerin çekildiği stüdyoları görmektedir. Ayrıca tematik park içerisinde müşterilere izledikleri, fanı oldukları filmlere ait eşyaların benzerlerini alabilecekleri, filmlerin temasında servis edilen restoranlarda yemek yiyebilecekleri gibi hizmetler de sunulmaktadır.

NBCUniversal'ın medya alanındaki mülkiyet yapısı şöyledir:

Film: Universal Pictures, Universal Studios Home Entertainment, Universal Animation Studios, Focus Features, Dreamworks, Dreamworks Animation

Televizyon ve Kablo TV: NBC Television Studios, CNBC, NBC, NBC News, NBCSN, MSNBC, SKY, SKY Atlantic, SKY Italia, Universal Television Group, Telemundo, USA Network, SYFY, The Weather Channel, Xfinity.

Prodüksiyon ve Dağıtım: NBC Universal Digital Media, Telemundo Studios

Tematik Parklar: Universal Studios, Universal Studios Japan, Universal Studios Singapore, Universal Studios Moscow (2022), Universal Orlando Resort.

Walt Disney Company

Özellikle tüm dünyada çocukların seversen izlediği (Mickey Mouse, 101 Dalmaçyalı, Peter Pan, Tarzan, Alaaddin, Kül Kedisi, Güzel ve Çirkin, Karlar Ülkesi, Mulan, Moana gibi)

animasyon filmlerinin ve büyük bütçeli, hasılatlı TV dizilerinin yaratıcısı olan Disney, medya alanında tekellerin en önemlilerinden biridir. Öte yandan bu çalışmanın üçüncü bölümünde ayrıntılı bir şekilde analiz edilecek olan, yetişkinlere de hitap eden ve sinema tarihinde en çok hasılatla ulaşan Marvel sinematik evreninin de yaratıcısıdır.

1980’li yılların başına kadar Disney, bütünleşmeden yoksun, kurucusu Walt Disney zamanından kalan kurallarla yönetilmekteydi. Şirketin başına genel müdür olarak 1984’de Michael Eisner’in gelmesiyle birlikte Disney dünyada sayılı medya tekellerinden biri olma yolunda adımlar atmaya başlamıştır. Yeni yönetim ilk iş olarak tematik parkların fiyatlarında yükseltmeye gitmiştir, böylece buradan elde edilen gelirler film ve televizyon yapımına aktarılmıştır.

Disney’in dünyaya yayılmasında önemli adımlardan biri de 1996’da Capital Cities’i satın almasıdır. Capital Cities, ABC televizyon ve radyo şebekesinin ana şirketi konumundadır. Bu satın alma ile birlikte Disney, kendi film ve televizyon programlarının yayınlanmasını garanti altına almıştır. Popüler bir spor kanalı olan ESPN de ABC’nin sahiplik yapısındadır. Disney, bu spor kanalı aracılığıyla Asya ve Latin Amerika gibi ülkelerde kendine yer edinmeye başlamıştır.

“Yakın zamanlarda, film yapımılığı dünyadan öyküleri alıp onları küresel pazarlara stratejik anlarda sürerek Disney’in yalnızca bir Amerikan şirketi değil, aynı zamanda bir dünya şirketi olduğunu gösterme çabası içinde özenle ulusal ve bölgesel kültürleri dikkate alacak şekilde özenle yontulmuştur” (Wayne, 2015: 99).

1960’lı ve 70’li yıllarda Kültür Emperyalizmi tezi ortaya atıldığında Disney fazlasıyla eleştirilmiştir. Fakat gün geçtikçe kendi mülkiyet yapısını genişletmiş hatta eleştiri aldığı ülkelerde bile yayımladıkları çocuklara yönelik TV programları, sinema filmleri çok sayıda izleyici bulmuştur ve bulmaktadır. Disney ve onun gibi olan küresel şirketlerin dünyanın her yerinde nasıl kabul gördüklerini, ürettikleri medya içeriklerinin nasıl satıldığını ve bu içeriklerle birlikte bir kültür emperyalizmine nasıl sebep oldukları ikinci bölümde ayrıntılı bir şekilde ele alınacaktır.

Disney’in sahiplik yapısı oldukça geniştir ve dünyanın hemen hemen her yerine yayılmış durumdadır.

Film Yapım ve Dağıtım: Walt Disney Pictures Group, Walt Disney Pictures, Touchstone Pictures, Walt Disney Animation Studios, Pixar Animation Studios, Disney Toon Studios, Disney Theatrical Studios, Disney Live Family Entertainment

Televizyon ve Kablolu Tv: ABC Television Network, ABC Television, ABC Entertainment, ABC Daytime, ABC News, ABC Sports, ABC Kids, Disney Channels,

SOAPNet, ABC Family Channel, Walt Disney Television. ESPN (Asya ve Latin Amerika’da büyük izleyici kitlesi olan spor kanalı), JETIX Europe ve JETIX Latin America (Disney’in çocuklara yönelik yayın yapan kanalları). The History Channel (Birçok ödediğin kadar öde platformlarında da yayın yapan önemli belgesel kanalı). Disney Junior (hedef kitlesi okul öncesi çocuklar olup onların eğitimine yönelik programlar içeren kanal),

Müzik: Buena Vista Music Group, Walt Disney Record, Hollywood Records.

Kitap ve Dergi: Disney Publishing, Disney Press, Hyperion Books, Disney Editions, Disney Adventures, ESPN, The Magazine, Wonder Time.

Online Servisler: Disney’s Toontown Online (çocuklara yönelik oyun sitesi), ABC.com, ABC News.com, Oscar.com, Disney.com, ESPN.com, NFL.com, NBA.com, movies.com.

Tematik Parklar: Disneyland Resort (Kaliforniya, ABD), Walt Disney World Resort (Florida, ABD), Tokyo Disney Resort (Japonya), Disneyland Resort Paris (Fransa), Hong Kong Disneyland (Çin), Disney Hawaii Resort. Bunların yanı sıra Disney Cruise Line ve Adventures By Disney adıyla ailelere yönelik dünyada çeşitli destinasyonlarda tatil imkânı sunmaktadır.

Dijital: Netflix ve Amazon Prime gibi rakipleri ile rekabet eden ve yeni hayata geçen Disney+.

Üretim araçlarına sahip olan, küresel düzeyde faaliyet gösteren az sayıdaki çokuluslu şirketler, düşünsel üretim araçlarına da sahiptirler. “Medya devleri, Amerikan ekonomisinde sahipleri tekel haline gelmiş tek endüstri değildir. Ancak medya ürünleri hayati bir sebepten ötürü benzersizdir. Onlar somun ve cıvata üretmezler: sosyal ve politik bir dünya yaratırlar” (Bagdikian, 2004: 11). Toplumu da, siyaseti de şekillendiren/yönlendiren öne çıkardıkları ya da tam tersi görmezden geldikleriyle, medya olmaktadır. Küresel kapitalist işleyişin istediği, siyaset/egemen siyasilerin, serbest piyasa - dev şirketler ya da sermaye lehine kararlar alması, düzenlemeler yapması, toplumun da bu durumun en iyisi olduğuna ikna edilerek, karşı gelmeden, çatışma yaratmadan uyması, uygulaması.

Tekelleşme var olan iktidar ve mülkiyet yapısını güçlendirmektedir. Üretilen içerikler ve ürünler bu yapıların meşrulaştırılmasına yardım ederken, bu yapılara alternatif bir yapı olmadığı kanısını topluma iletmektedir. Dolayısıyla mülkiyet ve iktidar yapıları içerisinde yaşanan sorunlar ve çatışmalar görmezden gelinip, tüm bunlar doğal bir sürecin sorunları gibi algılanmaktadır.

Tekel hale gelen çokuluslu şirketler reklam ve pazarlama ile birlikte tüketicilerin arzularını yönlendirmekte ve denetlemektedirler. “Reklamlara yapılan harcamalar, malların

dolaşımının hızlanmasına yardımcı olduğundan, esas olarak benzer ürünleri birbirinden farklılaştırdığından, markalar yarattığından, pazara giriş engellerini yükselttiğinden veya daha küçük reklam bütçesine sahip rakipleri marjinalize ettiğinden dolayı ileri kapitalizm için gittikçe daha önemli hale gelmiştir” (Sinclair’dan akt. Wayne, 2015: 141). Üretilen medya içeriklerinde, reklamlarda ve satış stratejilerinde sürekli verilen mesaj tüketimdir. Tüketimin daha iyi bir hayat vaat ettiğinin altı sürekli bir şekilde çizilmektedir.

Tekelleşme (pastadan en büyük parçayı alma) stratejilerinden biri de maliyetleri düşürebilmektir. Hollywood bu işi çok iyi yapmaktadır. Bazen farklı coğrafyalardan ülkelerle ortak yapım adı altında filmler çekilmekte bazen de ülkeler küresel düzeyde imajlarını iyi gösterebilmek adına ısmarlama filmler için Hollywood’a teklif götürmektedirler. Böylece çekilen filmlerin masrafları yarı yarıya düşmekte ve diğer ülkelerde ucuz iş gücünden yararlanılarak maliyetler minimum düzeye çekilmektedir.

Tekelleşme bölümü için değinilmesi gereken bir başka nokta da, özelleşen, çokuluslu, şirketler elinde tekelleşen (devlet elindeki medya tekeli için de aynı) medyanın demokratik bir biçimde işleyememesi durumudur. Demokrasilerde yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü güç olan medya, halk adına hükümetleri denetleme görevi görür. Fakat değişen mülkiyet yapısı nedeniyle medya bu kamusal görevini yerine getirememektedir.

Graham Murdock’a göre medyanın demokratik bir biçimde işleyebilmesi için dört temel önkoşul söz konusudur. Bu koşullar şunlardır: 1- Kitle iletişimi insanların bağımsız bir şekilde bireysel ve siyasal tercihleri yapmalarında gerekli enformasyonu sağlamalıdır. 2- Medya dünya genelinde gerçekleşen olayları geniş bir çeşitliliğe yer verecek şekilde sunmalıdır. 3- Kitle iletişiminde ortaya konulan, yorumlarda, fikir ve düşüncelerde ve tartışmalarda çoğulcu bir ortam olmalıdır. 4- Son olarak da biçim, format ve kültürel ifadelerde çoğulculuk sağlanmalıdır.

Gelinen noktada medyanın demokratik bir işleyiş içinde olması, bilinen klasik işlevlerini yerine getirmesi hiç kolay olmamakta, hatta ütöpik görünmektedir. Çünkü gücü tescillenen medya küresel kapitalist pazar sisteminin koşullandırdığı ve sınırlandırdığı bir endüstri olarak (sahiplik durumuna göre) faaliyet göstermektedir.

“Kapitalist ülkelerde her gün büyük medya şirketleri tarafından izleyicilere aynı hikâyeler anlatılıp, alternatif görüş ve düşüncelere yer verilmezken enformasyon akışı üzerindeki kontrol, insanların nasıl düşüneceklerini kontrol etme gücünü tekelleri şirketlere vermektedir” (Stone’dan akt. Yaylagül, 2019: 412). Klasik kapitalizmin öngördüğü, serbest pazarda olması beklenen rekabetin ve ürün çeşitliliğinin gelinen tekelleşme ortamında olmaması, hatta tekeller arası rekabette uzlaşma ve reyting ölçümleri medya içeriklerinin

benzeşmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla medyanın demokratik bir biçimde işlemesi görüşü gibi içerik çeşitliliğinin artacağı görüşü de pratikte pek karşılık bulmamaktadır.

1.1.4. Sayısallaşma

Sayısallaşma, bir ve sıfırdan oluşan ikili bir kodlama sistemidir. Veriler işlenerek sayılara veya kodlara dönüşür. “Sayısallaşma, bilgisayar sistemlerinin iletişimin her aşamasının ve özellikle kitle iletişim sürecinin temel parçalarından biri haline gelmesidir. Yani elektronik iletişimde bilgisayarın ikili (binary) dilinin kullanılmaya başlanmasıdır. Bilgisayar teknolojisinin girmesiyle iletişim alanında bir yöndeşme (convergence) ortaya çıkmıştır. Yani farklı iletişim araçları bilgisayar teknolojilerinin gelişmesiyle birleşmiştir” (Yaylagül,2018:147).

Günümüzde bilgisayar teknolojileri sinema alanında giderek yaygınlaşmasıyla birlikte film sahneleri açık alanda büyük masraflar gerektirmeden stüdyo ortamında çekilerek post prodüksiyon aşamasında özel efektlerle birlikte tamamlanmaktadır. **CGI, VFX, SFX** gibi özel efektler film yapımında çok fazla kullanılmaktadır ve artık birçok filmin neredeyse tamamına yakın bir bölümü bu özel efektlerden oluşmaktadır. Bu bölümde bu efektlerin ne olduğunu, film çekimine ne gibi katkılar sağladığı ele alınacaktır.

Filmlerde anlatılan veya verilmek istenen mesajın daha etkili olması için bazı post prodüksiyon uygulamaları vardır. Bunlardan biri olan VFX (görsel efektler), sahte patlamaları, yeşil ekran uygulamalarını oluşturur. Tüm görsel efektlerin amacı, izleyiciyi öykünün içine daha çok çekip, karakterlerle bütünleşmesini sağlamaktır ve tüm bunları da görsel bir şölen halinde sunar. VFX, hikayenin görsel sunumunu zenginleştirir, ona derinlik kazandırır.

VFX veya görsel efektler, gerçekçi görünen fakat tehlikeli, pahalı, pratik olmayan ve film çekimi sırasında yaratılması imkansız veya zor olan ortamları (çevreyi) yaratmak için kullanılmaktadır.

Özel efekt olarak geçen SFX ise, filmlerdeki gerçek patlamalardan oyuncunun üzerindeki protez makyaja kadar geniş bir kapsam alanı vardır. Sinema endüstrisinde bilgisayarın ikili dilinin kullanılmasıyla bu efektleri filme yansıtmak daha kolay hale gelmiştir.

Sinemada hemen hemen herkesin aşına olduğu yeşil perde uygulamasının daha da gelişmiş bir versiyonu olan ve film yaratım sürecinde kullanılan bir diğer efekt ise CGI (bilgisayar üretilmiş imgeleme) dır. TV programlarından, filmlere, reklamlardan video oyunlarına kadar geniş bir kullanım alanı olan CGI, simülatörlerle resim oluşturmak için kullanılan bilgisayar grafikleri uygulamasıdır.

CGI, gişe rekorları kıran, herkes tarafından hayranlıkla seyredilen süper kahraman filmleri, animasyon ve bilim kurgu filmlerinden fazlası ile kullanılmaktadır. Bilgisayar ortamında yaratıma ve özelleştirmeye imkan sağlayan CGI teknolojisi ile farklı teknolojilerin ortak kullanımı sayesinde hemen hemen her şey beyaz perdeye yansıtılabilmektedir.

Sinema endüstrisinde yeni kullanılmaya başlanan ve artık film ve dizi çekiminde yeşil ekrana ya da gerçek bir mekana duyulan ihtiyacı ortadan kaldıran bir teknolojiye de bahsetmek mümkündür. Bu teknoloji Disney'in dijital platformu olan Disney+'da yayınlanan Star Wars'un The Mandalorian dizisinde kullanılmaktadır. Burada eski dönemlerde Chaplin kullandığı mat resimler ve Hitchcock gibi yönetmenlerin kullandığı arkadan yansıtılmalı projeksiyon tekniğine benzer bir durum söz konusudur. O dönemlerde yönetmenler perspektif hileleri ile yaratıcı filmler ortaya çıkarmışlardır.

Eski dönemden farklı olarak bu yeni teknolojiye projeksiyonun yerini boyu 6,5 çapı 22 metre olan kavisli ve büyük bir ekrana bırakmıştır. Bu ekranda Epic Games adlı bir oyun yapım ve geliştirme şirketinin kullandığı bir oyun motoru kullanılmaktadır. Böylece kamera hareket ettiğinde arka planda kameraya göre hareket etmektedir. Bu da sahnenin gerçekliğini korumasına ve yeşil ekranda yaşanan görüntü uyuşmazlığının önüne geçilmesine olanak sağlamakta ve dizi ve film çekimini daha düşük bütçeli hale getirtmektedir.

Günümüzde bu teknolojiye sahip olmak büyük yatırımlar gerektirmektedir. Dolayısıyla üretim araçlarına sahip olanlar düşünce üretim araçlarına da sahiptirler sözü burada da geçerliliğini korumaktadır. Yukarıda bahsi geçen bu bilgisayar teknolojileri sinema endüstrisinde Hollywood merkezli sayılı yapım şirketlerinin elinde bulunmaktadır. Dolayısıyla bu teknolojiler sayesinde anlatılmak istenen ve verilmek istenen mesaj izleyiciye daha kolay ve etkili bir şekilde anlatılıp verilmektedir. Kullanılan efektler, seyirciyi filmin içine daha kolay girmesini ve karakterle daha kolay bağ kurmasında önemli bir paya sahiptir.

Buraya kadar olanları özetleyecek olursak, değişen ekonomi politikaları ile birlikte uygulamaya başlanan “deregülasyon uygulamaları, özelleştirmeler ve sektörde giderek hızlanan yoğunlaşmalar-toplulaşmalar ile teknolojik ilerlemeler sonucunda tüm dünyanın iletişim ortamı, 1980’li yıllarda, neredeyse tanınmayacak ölçüde değişmiştir” (Kaya, 2016: 249). Bu durum sonucunda da dünya küresel şirketler için “oyun alanı” olarak adlandırılabilen bir pazar haline gelmiştir. Pazarda yer almak büyük sermaye gerektirdiğinden oyun alanında büyük oyuncuların sayısı giderek azalmakta fakat elde ettikleri pazar payları artmaktadır.

Küresel şirketlerin ürettikleri medya içerikleri merkez ülkelere doğru bir akış sergilemektedir. Hollywood merkez ülkelerin ideolojilerini, kültürlerini çevre ülkelere

taşımaktadır. İthal edilen filmler, televizyon programları ile birlikte teknolojik donanım, bu donanımı kullanacak teknik personel, kültür ve ideoloji de ithal edilmektedir. Eleştirel medya çalışmalarında bu durum kültür emperyalizmi adı altında incelenmektedir. İkinci bölümde, Hollywood'un ekonomi politik bağlamda kültür emperyalizmi ve medya emperyalizmi ile ilişkisi ele alınacaktır.



İKİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR EMPERYALİZMİ VE KİTLE İLETİŞİMİ

2.1. Modernleşme ve Kültürel Bağımlılık

Küreselleşme ve modernite (batılılaşma) kavramları gelişme kavramı ile bir tutulmaktadır. Modernleşme kuramı, gelişmemiş ve birçok yönden geri kalmış ülkelerin gelişmek adına attıkları her adımda gelişmiş ülkeleri taklit etmeleri gerektiğini savunmaktadır.

Gelişmiş ülkeler (Batı toplumları), ekonomik refah seviyesinin ve eğitim düzeyinin yüksek olduğu, gelişmiş sağlık hizmetlerinin olduğu ve teknolojik ürünlerin bolca kullanıldığı ve geliştirildiği ülkelerdir. Dolayısıyla modernleşme kuramına göre, gelişmemiş veya gelişmekte olan ülkeler (3.Dünya ülkeleri-çevre ülkeler-küresel güney...) geleneksel bağamlarından (örf, adet, yerel kültür) koparak, gelişmiş ülkelerin (modern Batı toplumları-merkez ülkeler-küresel kuzey...) fikirlerini, kültürlerini, teknolojilerini, siyasi ve ekonomik yapılanmalarını alarak/uygulayarak modernleşebilir, ilerleyebilirler. Dar anlamda modernleşme için kullanılacak araç ise kitle iletişim araçları ve teknolojileridir.

“Modernleşme kuramı, kitle iletişim araçlarının günümüzdeki toplumsal sorunların çözümünde ve dünyanın modernleştirilmesinde anahtar olacağı fikrinden hareket eder. Kültürel yayılma daha çok modernleşme adına gerçekleşmektedir” (Büyükbaykal, 2014: 121).

Modernleşme kuramı iyimser bir yaklaşım olarak kalmaktadır. Söylenildiği üzere kitle iletişim araçlarına ve teknolojiye dünya üzerindeki her ülke veya toplum ulaşamamaktadır. Ulaştığı kadarı da aradaki eşitsizliği/uçurumu kapatmaya yetmemektedir. Tüm bunlar batılı ülkelerin ve onların küresel şirketlerinin mülkiyeti ve denetimi altında bulunmaktadır.

Modernistlere göre “Her toplumun ayrı ayrı ‘gelişmesi’ öncelikle kendi içyapılarının evrimine bağlıdır. Her toplum zorunlu olarak aşamalardan geçer ve her birinin tarihi ‘sürekliliği olan bir modele’ uyar” (Mattelart ve Mattelart, 2017: 90). Fakat kapitalist sistemdeki gelişme bu tanıma uymamaktadır. Modernleşme karşıtı kuramcılar gelişmenin her toplumda aynı ve sürekli olmadığını ile sürmüşler ve buna karşılık bir model ortaya koymuşlardır.

Modernleşme kuramının iyimser yaklaşımına yönelik eleştirilerin başında “Bağımlılık Kuramı” gelmektedir. “Raul Prebisch’in öncülüğünü yaptığı bir grup iktisatçı (ECLA grubu) 1949 yılında Latin Amerika’nın sanayileşmiş ülkelerle olan ilişkilerini ilk defa ‘bağımlılık’ açısından incelemişlerdir. Bu çalışmalar sırasında geliştirdikleri ‘merkez-çevre’ terimini de onlar iktisat sözlüğüne kazandırmışlardır. Son olarak da Andre Gunter frank ‘Bağımlılık Öldü;

Yaşasın Bağımlılık ve Sınıf Mücadelesi' adlı yapıtı ile bugünkü kuramsal şeklini vermiştir” (Ergil, 1974; 167)

Bu kurama göre, gelişmiş ülkeler, kendileri ile gelişmemiş ülkeler arasındaki eşitsizliğin, uçurumun var olmasını bilinçli bir şekilde göz ardı etmektedirler, istemektedirler. Modernleşme yanlılarının kastettiği gelişme, Bağımlılık kuramına göre az gelişmişliğin gelişmesidir. Az gelişmişliğin kapitalizm sürecinde ortaya çıktığı, gelişmiş ülkelerin gelişme süreci/nedeni, az gelişmiş ülkelerin az gelişmişlik nedeni ve sürecini oluşturduğu savunulmaktadır.

Gelişmiş ülkeler, başta ekonomik ve teknolojik olarak sürekli bir biçimde gelişme gösterirken, (kapitalist sistemin tarihsel süreci ve yarattığı dengeler, gelişme adına uygulanan yanlış politikalar ve sömürgeciliğin devamı için yanlış yapılan yönlendirmeler gibi nedenlerle) azgelişmiş ülkelerse bu gelişmeyi gösterememişler. Kapitalist sistemin işleyişi içinde ekonomik ve teknolojik gelişme gösterebilmek adına birtakım bağımlılıklarla (ekonomik, siyasi, teknolojik ve kültürel gibi) karşı karşıya kalmışlardır.

“Küreselleşmiş bir dünyada yerel kalmak, toplumsal sefaletin ve alçalmanın bir göstergesidir. Yerel varoluşun getirdiği sıkıntılar yetmezmiş gibi, kamusal mekanlar yerleşmiş hayatın menzili dışına çıkmıştır; yerel birimler anlam yaratma ve anlam müzakere etme kapasitelerini kaybetmekte, kendi denetimleri dışındaki anlam verme ve yorumlama eylemlerine giderek daha fazla bağımlı hale gelmektedir” (Bauman, 2012: 9).

Kapitalist merkezin egemenliğini sürdürebilmesi için, azgelişmiş ülkelerin modernleşme ölçütlerini de denetlemesi, gelişmenin sınırlarını belirlemesi gerekmektedir. Bu denetime karşı koyma, reddetme, çatışma durumlarında ise bağımlılıklar devreye sokularak durum yine gelişmiş/emperyalist ülkelerin ya da küresel şirketlerin lehine çevrilmiştir.

“Sömürgeciliğin başlangıçtaki biçiminin tümüyle ortadan kalktığı yirminci yüzyıl sonlarında, kapitalist dünya ekonomisi çekirdek, yarı çevre ve çevre arasında yaşanan yoğun dengesizliklerle iç içe olmayı sürdürmektedir” (Giddens, 2016: 72). Günümüzde 3. Dünya ülkelerinin de sömürge olmaktan çıktıkları, bağımsızlıklarını kazandıkları dolayısıyla emperyalizmin sona erdiği gibi savunmalar yapılmaktadır. Oysa çekildikleri topraklarda (ülkelerde), dini inançlarını, dillerini, değerlerini, kültür formlarını bırakmışlar, siyasi, ekonomik müdahalelerle de hakimiyetlerini hissettirmeye devam etmişlerdir. Yani emperyalizm bağımlılıklarla sürdürülmekte, bağımlılıklar (ekonomik, teknolojik, kültürel) modernleşme, küreselleşme gibi kavramlarla yumuşatılmaya çalışılmaktadır.

2.1.1. Merkez-Çevre İlişkisi

Medya emperyalizmi tezi konusunda en önde gelen isimlerden biri olan Herbert Schiller’e göre, günümüz “modern” dünyası küresel düzeyde işleyen kapitalist piyasa sisteminin oluşturduğu bir dünyadır. Bu sistemin merkezinde Batılı devletler bulunurken çevrede ise üçüncü dünya ülkeleri yer almaktadır. Merkez ülkeler insani ve doğal kaynakları ele geçirmiş, ekonomik, teknolojik, kültürel, siyasi tahakkümü elinde bulundurmaktadır. Neticede karşımıza merkezinde sanayileşmiş ülkelerin bulunduğu, çevresinde ise üçüncü dünya ülkelerinin bulunduğu eşitsiz bir dünya tasviri çıkmaktadır.

Kapitalist sistem yayılcı, küresel bir sistemdir. Güçlü, baskın, gelişmiş ekonomilerin merkez olduğu, çevresinde ise bağımlı, uydu ekonomiler yarattığı ve merkezin bu bağılıklarla beslendiği bir sistemdir. “‘Ekonomi-dünya’ kavramı üçlü bir gerçeğe göre tanımlanır: Belirli bir coğrafi mekan; ‘dünyanın merkezi’ olan bir merkezin olması; bu merkezin çevresinde yer alan ara bölgelerin ve işbölümünde merkezin gereksinimlerine bağlı ve bağımlı kılınan çok geniş alanların varlığı. Bu ilişkiler şemasının bir adı vardır: eşit olmayan alış veriş. Kapitalizm dünyadaki eşitsizliğin bir ürünüdür ve ancak sınırsız, “evrenselci” bir mekanda kendini gerçekleştirebilir” (Mattelart ve Mattelart, 2017: 90). Ergil de (1974: 168), kapitalizmin, üretim, mülkiyet biçimi, pazarlama ve karın bölüşümü gibi niteliklerinden dolayı, ulusal sınırlar ile yetinmeyeceğini belirterek kapitalizmin evrenselci karakterine vurgu yapmaktadır.

Merkez olan ülkeler sistemin altyapısını çok önceden kurmuşlar, pazarlarda üstünlüğü ele geçirmişler, tekelleri oluşturmuşlar ve ekonomik üstünlükle politik üstünlükler elde etmişler dolayısıyla oyun kurucu olmuşlar, kural koyucu olmuşlar, iş bölümü yapmışlardır. Kurulan bu (kapitalist) sistemin en karlı şekilde işleyişi ve yayılcılığı için; zayıf, az gelişmiş, gelişmekte olan, 3. Dünya ülkeleri ya da çevre ülkeler gibi nasıl adlandırılırsa adlandırılınsın ülkelere/devletlere ihtiyaç vardır.

Merkez ülkelerde gelişmiş sanayi, teknoloji ağırlıklı metalar üretilirken, çevre ülkeler hammadde/iş gücü sağlayıcısı olmakla, tarımla, ağır sanayi ya da gelişmiş teknoloji gerektirmeyen üretim yapmakla görevlendirilmişlerdir. Dahası ve çok önemlisi merkez ülke üretimlerinin (özellikle sanayi ve teknoloji ürünlerinin) bağımlı tüketicileridirler, gerektiğinde (uzak) sınır güvenliği koruyucularıdır.

“Zayıf, sözde devletler, iş hayatının sürmesi için gerekli olan, ama küresel şirketlerin özgürlüğüne etkili kısıtlamalar getirebileceği korkusu yaratmayan, (faydalı) yerel polis karakolları rolüne kolaylıkla indirgenebilirler” (Bauman, 2012: 73).

Yaylagül (2018: 156), bağımlılık teorisinden hareketle, kalkınma ve azgelişmişliğin karşılıklı etkileşim içerisinde olduğunu belirterek, kalkınamamanın sebebinin modernistlerin

iddia ettiğinin aksine sermaye eksikliğinden değil, eşitsiz dünya düzeninden kaynaklandığını dile getirmektedir. Ergil ise (1974: 168), bu yapıyı merkez-çevre ilişkisi şeklinde tanımlayarak, çevrenin merkez ile olan ilişkisini belirleyen bağımlılık, merkezin çevre ile olan ilişkisini belirleyen ise emperyalizm olduğunu dolayısıyla da çevre ülkelerin ekonomilerinin merkez ülke ekonomilerini geliştirme işlevini üstlendiğini, çevre ülkelerin gelişmesinin, ilerlemesinin de merkez ülkelerin gereksinimleri ile sınırlı kaldığını dile getirmektedir.

Çevre ülkelerde üretilen artı değer, iş bölümü ve merkez ülke ekonomilerine olan bağılıkları nedeniyle yine merkez ülkelere aktarılmaktadır. Artı değer aktarımından bazıları; çevre ülkelerde yapılan üretimin (ürünlerin) mali değerinin, merkez ülkelerin sanayi ve teknoloji ağırlıklı üretimi (ürünleri) karşısında düşük olmasının (ithalat-ihracat dengesizliğinin, dış ticaret dengesizliğinin) yarattığı kaynak aktarımı şeklinde, merkez ülkelerden alınan finansal desteklerin/kredilerin borç ödemesi şeklinde, ya da sermaye gerektiren yabancı yatırımlarının kazancı geri götürmesi şeklinde gerçekleşmektedir. “Sistemin temel mekanizması, merkezin artık değeri çevre toplumlardan elde ederek bunları azgelişmişlik konumunda bırakmasıdır” (Alemdar ve Kaya, 1983: 105).

Merkez-çevre bağımlılığında, dünya ekonomisinin (gelişmiş iletişim/enformasyon sistemleri sayesinde) merkezden yönetilmesi ve artık değerlerin merkeze aktarımında uluslararası/çokuluslu /küresel şirketler merkez ülkelerin temel aracı/eli ayağı olmuşlardır. Bu şirketler aidiyetleri, güçleri dolayısıyla hem daha çok kazanç, hem daha çok kontrol peşindedirler.

“Şirketler içyapıları itibari ile totaliter düzenin birer kopyasıdır; hükmettikleri devletlerden muazzam ‘bahşişler’ almakla kalmıyorlar, ulusal ve uluslararası ekonomi üzerinde de akıl almaz bir denetime sahipler” (Chomsky, 2016: 142). Dolayısıyla da Çevre ülkeler sürekli denetim ve baskı altında tutulmakta, hiçbir gelişim tesadüfe bırakılmamaktadır.

Ergil (1974: 176) çevre ülkelerin baskı altında kalmasını, ulusal kaynakların yabancı sermayenin kontrollüne geçmesi sonucu, bu kaynakların yabancılaşmasıyla birlikte ekonomik ve siyasi alanda etkinliklerinin azalması şeklinde açıklamaktadır. Dış sermaye ihtiyacı, sanayi ve teknoloji ikamesi (merkezin izin verdiği ölçüde), yabancı yatırımcıların en çok kar edeceği sektörlere yatırım yapması, dev şirketlerin kuruluş/işleyiş/yönetim sistemleri, tabii ki çevre ülkelerin ekonomik, siyasi kararlarında göz ardı edemeyeceği etkenlerdir.

Ergil’e göre, ‘Merkez’ tek tek ülkelerden değil, kendi aralarında organik, ekonomik/politik bağlar, dayanışma ve bir ölçüde ekonomik bütünleşme (entegrasyon) bulunan ülkeler topluluğudur (1974: 169). Merkez ülkeler ve merkez ülke grupları arası ilişkiler, ticaret dengeleri, eşit düzeyde iken, çevre ülkelerde alabildiğine eşitsizlik söz konusudur.

Çevre ülkelerin bu duruma itirazları olsa da, dünya ekonomi sisteminin dışına itilmeyi, bir takım yaptırımlarla karşılaşmayı göze alamamaktadırlar. Hatta ‘Merkeze’ en yakın halkada yer almak, az da olsa ayrıcalıklı olmak, çevre ülkeleri arasında oluşan hiyerarşide üst sıralarda yer almak gibi hedefleri gerçekleştirebilmek için tavizler vermeye devam etmektedirler.

Bauman, büyük bölünme olarak gördüğü soğuk savaş döneminin iki kutuplu mekanizmanın devletin rolünü etkilediğini, devletlerin artık kendi kendilerine varlıklarını (askeri, ekonomik, kültürel) idame ettirebilmelerinin ihtimal dahilinden çıktığını savunur. Bauman’ a göre, devletler egemenliklerinden giderek büyüyen bir parçayı kaybetmek pahasına da olsa, yasa ve düzen sağlama yetilerini korumak için, müttefik aramak, devletler üstü oluşumlara (AB, NATO gibi) katılmak için uğraşmak (yalvarmak) durumunda kalmaktadır.

Merkez-çevre arasındaki bağımlılık sadece ekonomik düzeyde kalmamakta, hayatın tüm alanlarını etkilemektedir. Sömürge sonrası eğitim, inanç, yaşam tarzı gibi konularda merkez ülkelerin taklit edilmesi bu etkilenmeye örnek olarak verilebilir. “Ekonomik hakimiyet, kültürel hakimiyet tehdidini de beraberinde getirir” (Chomsky, 2016: 40).

2.1.2. Kültür Emperyalizmi

Geniş anlamda bütün bir yaşam biçimi/tarzı olarak tanımlanan kültür, küreselleşme ile karşılıklı bir etkileşim içerisinde. Dünya üzerinde yaşanan kutuplaşma (biz-öteki, merkez-çevre gibi), bir tarafın diğer tarafı başta ekonomik olmak üzere hakimiyet altına alması ve hakimiyet altına girenlerin de bunu kabullenmesi aşamasında kültür ve ideoloji büyük rol oynamaktadır.

Yaylagül’e göre, ekonomik ve kültürel bağımlılık yaklaşımı kültür emperyalizmi tezinin doğmasını sağlamıştır (2018: 157). Kültür emperyalizmi terimi çok eski bir terim olmamakla birlikte ilk olarak 1960’larda ortaya çıkmış, bu yıllarda Latin Amerika ülkelerinde yapılan çalışmalar sonucunda ‘Bağımlılık’ kuramlarıyla ilişkili olan ‘Kültürel Bağımlılık’ kuramı geliştirilmiştir. Eleştirel ekonomi politik ve Frankfurt Okulu’nun kültür endüstrisi çalışmalarından faydalanan ve temelleri 1950’lerde atılan bu kuramın temsilcileri ise Paul Baran, A. G. Frank, A. Mattelart, Tapio Varis, Cees Hamelink ve H. Schiller gibi isimlerdir.

“Schiller’ in kullandığı anlamda, kültürel emperyalizm, genel emperyalist sistemin bir alt setidir. Kendi başına özgür bir karaktere sahip değildir. Kültürel ve ekonomik alanlar birbirinden ayırt edilemeyecek şekilde beraberdir” (Akıner, 2014: 43).

“Küresel ekonomi politikteki ‘dünya sistemi’ ve merkez-çevre’ fikirleri, geniş anlamda neo-marksist paradigmada ‘bağımlılık kuramı’ denen görüşlerin tipik bir parçasıdır. Bağımlılık kuramı, eski sömürgelerin Batı’ya ne şekilde bağımlı olduklarını vurgular fakat belki de

buradaki esas düşünce, en azından Schiller’e göre, modern küresel kapitalizmin bütünleşik ve sistematik karakteridir” (Tomlinson, 1999: 62) Yani kültürel emperyalizm kapitalist sistemin bir getirisidir, devamlılığı da esastır.

Küresel kapitalizm bugün geldiği aşamada sadece ekonomik, siyasi, kültürel değil yaşama dair her şeyi kapsamakta, kontrol etmektedir. Sistemin güçleri, başat aktörleri veya merkez ülkeleri kazançlarının devamı ve daha fazlası için her türlü argümanı (kültürü, medyayı, teknolojiyi vb.) kullanacaklardır. “Kapitalizm bütünsel ve toplumsal bir formasyon biçimidir. Yani kapitalizm, toplumun tamamını kendi çıkarını gerçekleştirecek yönde organize eder” (Yaylagül, 2018: 103) Kapitalizm bir bütün olarak, toplumun tüm katmanlarını da hazırlayarak, iş bölümü yaparak ve bu işbölümüne rıza yaratarak hareket eder.

“Ekonomik kontrol, ekonomik yapının geçerliliğini savunma, bu yapı için bilgi ve kontrol mekanizmaları üretme ve uygulamayla ilişkilidir. Ekonomik kontrolde hem kitlelerin bilişleri siyasal, ekonomik ve kültürel yapıların çıkarlarına uygun bir şekilde biçimlendirilir, hem de bilgi üretimiyle kitlelerin ekonomik olarak yönetilmesinde etkinliğin artırılması politika ve uygulamalarına devam edilir” (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 59). Bilişsel yapının şekillendirilmesi yani bilgi ve bilinç yönetiminin altında yatan temel etken yine ekonomiktir.

Kültür toplumsal hayata dair her şey ise, üretim tüketim, mülkiyet paylaşım, gelişme refah gibi ekonomik kavramlar da toplumsal hayata dair temel belirleyiciler olmaktadır.

Kültürel emperyalizm üzerinde yoğunlaşan çalışmaların çoğunluğu ekonomiyi temel etken olarak almaktadırlar. Bu tür çalışmalara göre kültür, ekonomik ve siyasi düzenin devamlılığı için hizmet eden bir araçtır. Emperyalizm kavramı da genelde ekonomik sömürüyü anlatmak için kullanılmaktadır.

“Kültür emperyalizmi, değer sisteminin Batılı olmayan kültürlerinkinden daha üstün ve tercih edilebilir olduğu varsayımı üzerinde temellenen Batı kültürünün saldırganca tutumu olarak tanımlamaktadırlar” (Bilton ve vd., 2009: 56). Özellikle, kolonyal dönem ekonomi ve kültür temelli bu saldırganca tutuma örnek verilebilir. Ancak Batılı ülkelerin bu tutumu kolonyal dönemle sınırlı kalmamış, farklı ekonomik ve kültürel pratiklerle devam ettirilmiş ve dünya geneline yayılmıştır.

“Avrupalı emperyalistlerin genellikle, Avrupa dışındaki medeniyet ve kültürleri yok saydığı gözlemleniyor. Sömürgecilik alanına giren faaliyetlerini geri kalmış zavallı ülkeler için faydalı ve fedakarane çalışmalar olarak görürler” (Özdemir, 1998: 151-152). Hatta kendi seçkin kültürleri, gelişmiş teknolojileri, ırksal üstünlükleriyle, ayrımcılık, ayrıcalık ve sömürge onların hakkı gibidir. “Merkez ülkeler ile çevre ülkeler arasında kültürel ayrımcılık yapılması, Gülten

Kazgan'ın da ifade ettiği gibi, biyo-sosyolojik olarak Batının üstün olduğu düşüncesi temeline dayanmaktadır" (Talas ve Kaya, 2007: 158).

Batı medeniyetinin yüceltildiği "Doğu"- "Batı" kavramlarını konu alan oryantalizm (şarkiyatçılık), "Batı'nın algıladığı ve dünyaya resmettiği bir dünyadır" (Akıner, 2014: 210). Ve kültürel emperyalizmin en açık göstergelerinden biridir.

Bugün gelinen noktada Batı medeniyetlerinin Doğu medeniyetlerine bakışı genel geçer bir hal almış ve bu bakış Doğu medeniyetleri tarafından da benimsenir hale gelmiştir. Bu durum bir nevi Batı'nın diğer toplumlar karşısındaki galibiyetini vurgulamaktadır. Çünkü artık doğru, Batı'nın doğrusu haline gelmiş ve Doğu toplumları kendi doğrularını, kültürlerini, tarihini Batı'dan öğrenir olmuşlardır. Böylece tüm dünya tek bir perspektiften yani Batı'nın perspektifinden bakmaya başlamıştır. "Emperyalizmin en kötü ve en çelişkili armağanı, insanları yalnızca, başlıca ve dışlayıcı biçimde, beyaz, kara derili, batılı ya da doğulu olduklarına inanmalarına olanak sağlamasıdır" (Said'den akt.Akıner,2014: 220).

Sömürülenin, 'Batı, ekonomisiyle, siyasi yapılanmasıyla, teknolojik gelişmişlik durumuyla, biyolojik-fiziki görüntüsüyle (saç ve ten rengiyle) ve kültürel alt yapısıyla üstündür' algısını-dayatmasını (ideolojisini) kabullenışı, silah zorunun yanında (günümüzde silah zoru gerekmeden) kültürel pratikler, semboller, öğretiler ile sağlanmaktadır ve bu durum tüm dünyada insanların gündelik hayatların bir parçası olarak kendini doğallaştırmıştır.

Modernleşmenin, gelişmiş batılı ülkelerin ekonomik modellerinin uygulanması, kitle iletişim araçlarının ve teknolojilerinin kullanılması, yerelin terk edilerek ya da revize edilerek batılı sisteme uydurulmasıyla gerçekleşeceği fikri de daha en baştan batılı olan sistemleri, kültürleri yüceltmektedir. Ekonomik, teknolojik az gelişmişlik ya da gelişmemişlik, batının ürünlerine pazar olma durumu kültür emperyalizmine giden kapıyı sonuna kadar açmaktadır.

"Schiller kültür emperyalizmi kavramını şöyle tanımlar: Bir toplumu modern dünya sisteminin içine sokan süreçlerin tümü ve onun yönetici tabakasını hayran bırakma, baskı ya da baştan çıkarma yoluyla toplumsal kurumları sistemin egemen merkezinin değerlerine ve yapılarına uygunlaştırmaya razı etme ya da onun öncüleri yapma biçimidir" (Mattelart ve Mattelart, 2017: 92). Schilller ' in tanımında da anlaşılacağı üzere kültür emperyalizminin içinde; baskı, zorlama, teşvik, razı etme, baştan çıkarma, hayran bırakma, öykünme, benimseme, uyarılma, gönüllü-istekli işbirliği gibi pratikler bulunmaktadır.

"Modernleşme, Batılılaşma ve şimdi de küreselleşme ile dayatılan kültürel değişme süreci her ülkeden müttefik aydınlarla dolu. Dünyada onlarca ulusa mensup on binlerce aydın, kendi uluslarının, ülkelerinin geri kalmışlığını büyük ölçüde geleneksel kültüre bağlıyor" (Özdemir, 1998: 209) . Hal böyle olunca gelişmenin, modernizmin anahtarı olarak görülen,

hayran olunan batı kültürü (ekonomik, siyasi etkileri-sömürüleri göz ardı edilerek/gizlenerek) önünde pek bir engel kalmıyor. Engelle karşılaştığında ise baskıcı yöntemlerle, çoğu zaman da yerel güçlerin maşa olarak kullanılmasıyla sorun gideriliyor, egemen ortam sağlanıyor.

Az gelişmiş ülkelerin yöneticileri, bürokratları, siyasi ve ekonomik otoriteleri, küresel /uluslararası işleyişlerden uzak/geri kalmamak adına, ulusal gelişmişliği/refahı yakalamak adına ekonomik sistemleri, bilimsel ve teknolojik gelişmeleri takip etmek, kurmak, işletmek durumundadırlar. Böylelikle kendi ülkesinde olmayan, ithal edilen sistemler, teknolojiler içlerinde barındırdıkları kültürleriyle beraber ithal (transfer) edilmektedir.

“Transferle oluşan üretimle, ürün içeriğini doldurma ve dolaşıma sokma sonucunda, küresel ve yerel endüstriyel yapıların çıkarına uygun, siyasal, ekonomik ve bilinç yapıları oluşturulur ve desteklenir. Bu oluşturma ve desteklemeyle getirilen egemenlik koşulunda, yerel kültürel pratiklerin ve kültürlerin bir kısmı yok edilir, bir kısmı dönüştürülerek kullanılır ve bir kısmı da değersizleştirilerek marjinal hale getirilir. Buna kültürel emperyalizm denir” (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 382).

Kültür hem bir gelenekler ve inançlar bütünü, hem de teknolojik ürünler ve araçlar ya da aygıtlar bütünüdür (Mattelart ve Mattelart, 2017: 25). Gelişmenin anahtarı ve göstergesi olan teknoloji, evrensel bir kültür ürünü olarak kabul edilmektedir. “Bütün teknolojiler bir bakıma kültürel ürünlerdir ve artık hiçbir teknoloji başka kültürün ürünü diye dışlanamaz. Ekonomik anlamda geri kalan bütün köklü uluslar teknolojiyi kazanıp kendi kültürel kimliklerini muhafaza etmeyi düşündüler” (Özdemir, 1998: 198). Ancak, ithal edilen teknolojilerin kültürü de ithal edilmiş olacağından ulusal-özgün-yerel kültürlerin de değişeceği, dönüşeceği aşîkârdır.

Kültür emperyalizmi ortamını oluşturan tabii ki merkez ülkeler, gelişmiş ekonomilerdir. Yarattıkları bağımlılıklarla çevre ülkeleri istekli duruma getirmekte, hatta dünya ekonomi sistemindeki güçleri, kontrolleri dolayısıyla kendilerine mahkum etmektedirler.

“Kültür emperyalizmi tezi, teknoloji ihracatı, kapitalizmin ihracatı ve içeriğin ihracatı olmak üzere üç düzeyde işler” (Sungur’dan akt. Büyükbaykal, 2014: 125). Bu ihracatların tamamı da tek yönlüdür, merkezden çevreyedir.

Tomlinson, modernliğin eleştirisi olarak kültürel emperyalizm başlığı altında, modernliğin küresel gelişmenin esas kültürel yönüne gönderme yaptığını, oluştuğu kabul edilen küresel kültürel türdeşliğin ‘modern’ yaşam tarzının hakimiyetinden kaynaklandığını belirtir. Küresel kültürün belirleyicileri arasında “(üretici ve tüketici bir dizi pratikler olarak görülen) kapitalizm, kentleşme, kitle iletişimi, hakim bir teknik-bilimsel-akılcı ideoloji, bir (laik) ulus devletler sistemi, toplumsal mekan ve deneyimin belli bir örgütlenmesi biçimi ve sübjektif-varoluşsal bir bireysel özbilinç tarzı vardır. Modernliğin eleştirisi olarak kültürel emperyalizm,

bu küresel kültür belirleyicilerinin hakimiyetine getirilen bir eleştiri anlamını içerir” (Tomlinson, 1999: 51).

Küresel kültürün belirleyicilerine, egemen sistemin değerlerinden olan ve hegemonya göstergelerinden olan İngilizce kullanımı, ABD doları kullanımı da eklenebilir.

Kültür emperyalizmi, Batı’lı, ABD’li kültürü yayarken, toplumları geleneksel kültürlerinden koparmakta, kendi değerlerine yabancılaştırmakta, reklamlarla şekillenen ihtiyaçlar ve bu ihtiyaçların giderilmesi şeklinde hayatı anlamlandırmaları düşüncesini yerleştirmekte, kolektif ya da sınıfsal davranış kalıplarını kırarak bireyselleştirmektedir. Güncele ve siyasete ilgiyi azaltarak, eğlence kültürü pompalanmakta, ekonomik ve kültürel sömürü kültürel değişim, modernleşme, küreselleşme gibi kavramların arkasına gizlenmektedir.

Kültürel emperyalizm konusunda değinilmesi gereken bir diğer nokta da sistemin devamlılığı için gerekli olan popüler kültür tabanlı tüketim kültürü ve tüketim toplumlarının yaratılmasıdır. “Kapitalizme kültürel kontrol, önce yüksek kültürü koruma çabası ile başlamış, giderek kitle üretimi yapan teknolojilerin yarattığı kitle kültürünü meşrulaştırma ve bu kültürün içinde ‘popüler kültür’ diye bir kültür oluşturarak endüstriyel kültürü egemen yapma biçiminde olmuştur. Bu süreçte, endüstriyel kültürlere uymayan yerel kültürler ya yok edilmişler ya marjinal hale getirilip gerektiğinde kullanılmak için bir köşeye atılmışlar ya da dönüştürülüp ‘kültürel emtia’ yapılarak kapitalist pazara bütünleştirilmişlerdir” (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 51).

Kültürün endüstrileşmesi, tekeller tarafından üretilmesi, popüler tüketim kültürü yaratılması, ortak beğeni düzeyinde tekrar tekrar üretilerek standartlaştırılması kültürün dünyanın her yerinde benzeşmesine yol açmaktadır.

“Kültür endüstrisinde hiçbir şey değişmez ve uygun olmayan hiçbir şey ortaya çıkmaz. Tipik yenilikler sistemi dışsal olmayan kitle halindeki yeniden geliştirilmesinden başka bir şey değildir” (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 276).

Farklı toplumların kültürleri birer öcü gibi gösterilmekte, ABD’nin yarattığı popüler kültür üstün tutulmaktadır. Bugün ABD “askeri gücüyle ve kilit rol oynayan popüler kültürünün etkisiyle diğer rejimlerin hayal bile edemeyeceği uluslararası bir etkiye sahiptir. Ve dünyanın her yerinde kültürünün yayılma hızı artmaktadır” (Miller ve vd., 2012: 13).

Neo-liberal kapitalist sistemde, bütün dünya bir pazardır ve var olan pazarın kontrolü ancak ve ancak kültürel emperyalizm ve yayılmacı politikalar ile sağlanabilmektedir.

2.1.3. Medya Emperyalizmi

İletişimin ekonomi politiği, iletişimin uluslararası boyutuyla yakından ilgilidir. İletişim endüstrisinin uluslararası düzeyde eşitsiz bir şekilde bağımlılık ve sömürüye dayalı olarak gerçekleştiği dile getirilmiş ve bu durumun kültür ve medya emperyalizmi olduğu savunulmuştur.

“Medya emperyalizmi tezi 1970’in başlarında çıktı ve yaygınlaştı. Bu tez, uluslararası iletişim düzeninde kitle iletişimini ele alarak inceleyen ve sonunda, iletişim medyasıyla ilgili olarak teknolojik üretim ve dağıtımda, örgüt yapılarında, üretim ve ürün ilişkilerinde, içeriğin doldurulmasında ekonomik, siyasal ve kültürel sömürüye dayanan bir uluslararası yapı olduğu görüşüyle gelir” (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 378).

Kapitalist sistem ilişkilerini yumuşakça pekiştirmede, yayılmacı hedefleri (genellikle askeri güç kullanmadan, kullanıldığında ise demokrasi, özgürlük, terörle mücadele gibi haklı gerekçeler yaratılarak ve yine medya taraf yapılarak) gerçekleştirmede, sistemi alternatifsiz bir refah ve özgürlük sistemi olarak göstermede başarının anahtarı kitle iletişim araçları olmuştur.

Kültür endüstrisi olarak tanımlanan medya, küresel çapta faaliyet göstermekte ve egemen ideolojik düşüncenin yayılmasına hizmet etmektedir. “Medya genel olarak, bütün dünyanın, Batı’nın kültürel, ekonomik ve siyasi hegemonyası altına girmesi için ikna görevi almış durumda” (Özdemir, 1998: 224). Medya, arkasındaki sermayenin gücü ve istekleri doğrultusunda, teknolojik altyapı ve içerik üretimi-dağıtımını tekellerinin sahipliği paralelinde ABD’nin ve Batılı ülkelerin hizmetinde yoğunlaşmış durumdadır. Kültür emperyalizmi de, medya emperyalizmi de denildiğinde batılı ülkeler, özellikle de ABD başta gelmektedir.

“Kültürel emperyalizm tezi, dünyanın pek çok yerinde otantik, geleneksel ve yerel kültürlerin özellikle Amerika Birleşik Devletleri’nin ticari ürünler ve medya ürünleri bombardımanı dolayısıyla yok edildiğini ileri sürer” (Tomlison, 1999: 22).

Kültürel emperyalizm tartışmalarının/çalışmalarının merkezinde medya yer almaktadır. Medya gerek işlevleri, gerek sahiplik yapısı ve gerekse küreselleşmedeki rolü ile kültürel emperyalizminin en baş aktörüdür. Bu nedenle kültürel emperyalizm kavramı, medya emperyalizmi kavramıyla beraber tartışılmaktadır.

Kültürel emperyalizm ve medya emperyalizminin birlikte tartışılması, önemli bir konuya işaret etmektedir. Bu da kültürel emperyalizmin odağında medyanın yer almasıdır.

Tomlinson, (1999: 44-45) kültürel emperyalizmin medya konusuna iki yönden eğildiğini söyler. Birincisi bir kültürün diğer bir kültür üzerindeki medya hakimiyeti (metinler, pratikler), ikincisi kitle iletişim araçlarının dolayımlandığı kültürün küresel olarak

yaygınlaşması. Tomlinson'a göre her iki görüşte de "medya modern kültürün esasını oluşturmaktadır".

"Murdock ve Golding'e göre, medya ve kültür ilişkisini araştıran herhangi bir çalışmanın tam olabilmesi için şu üç temel soruya yanıt vermesi gerekmektedir. Birinci soru, üretim biçiminin tüketim süreci üzerinde nasıl bir etki yaptığı konusudur. Bu soru bizi doğrudan medya endüstrisinin araştırılmasına götürmektedir. İkinci soru, bu medya endüstrisinin hangi anlamları daha başat hale getirdiğidir. Bunun ortaya konulabilmesi için de medya metinlerinin araştırılması kaçınılmaz hale gelmektedir. Son soru ise, böyle bir yapı ve söylem alanı içinde tüketicilerin konumunun ne olduğu üzerine yoğunlaşmaktadır. Murdock ve Golding, Fiske'nin aksine, tüketici egemenliğinden söz etmenin mümkün olmadığını, insanların kültür endüstrileri tarafından sağlanan imgelerle çevrelerine tepki gösterdiklerini öne sürmektedirler" (İrvan, 2014: 12).

"Medya emperyalizmi iddialarını hem savunanların, hem de bunlara karşı çıkanların paylaştığı bir varsayım vardır ki bu da medyanın kültürel süreçlerin merkezinde yer aldığı ve kültürel tahakkümü konularının bu nedenle medya tahakkümüne dönüştüğüdür" (Tomlinson; 1999: 95).

Medya endüstrisinin tekel yapısı, sahiplik durumu, finans kaynakları, siyasi-ekonomik-toplumsal güç odaklarıyla ilişkileri, ürettiği anlamlar-mesajlar, öne çıkardıkları ya da gizledikleri, tüketicisinde yarattığı sonsuz bağlılık, mutluluk için devamlı tüketim isteği – davranışı-bilinç yönetimi medyanın gücünü ortaya koymaktadır.

Medya yani kitle iletişim araçlarının kültür yaratmadaki bu güçlü, keskin etkisini, şekillendiriciliğini, dönüştürücülüğünü öncelikle medyanın işlevlerinde aramak gerekir. Ve medyanın tüm işlevleri (eğlendirme, bilgilendirme, kültürel, toplumsal ve siyasal) kültür formu içermektedir, ama direkt ama geri planda.

"Medyanın kültür işlevi çok önemli çünkü toplumsal gerçekliği kurabilir ve sunar. Doğrudan kültür programlarıyla ya da dolaylı olarak tüm içeriğiyle kültürel şekillenmeyi, modelleyerek yönlendirir. Kültürel sürekliliği sağlayabildiği gibi toplumu kültürel değişime de yönlendirebilir. Bir başka kültürün özelliklerini bir başka topluma taşıyıp benimsetebilir" (Özdemir, 1998: 36).

Bir kültürün, bir başka kültürü baskılayıp değiştirmesi, ekonomik, siyasi, toplumsal, ideolojik yönlendirmeleri, kısacası hegemonyası kültürel emperyalizm olmaktadır. Günümüzde kültürel emperyalizminin temel aracı ise medyadır.

"Medya gerçek kültürün, çeşitli yönlerini yeniden yaratarak, değiştirerek ve şekillendirerek kullanır. Medya kültürü gerçek kültürün hem bir yansıması hem de yeniden

şekillenmesi olarak görülebilir. Medya modern insanın kültürel tercihlerini düzenler. Kepplinger, ‘medya kültürü’nü çeşitli kitle iletişim araçlarının bir kültüre belirli bir zamanda verdiği imgeler bütünü olarak tanımlar. Bu bakış açısına göre medya kültürü bir ‘metakültür’dür’ (İrvan, 2014: 18).

Yani medyada sunulan/üretilen içeriklerin tümü birer emtiadır. Çünkü kapitalist kültürde olduğu gibi medya kültürü de kitlesel olarak üretilip tüketilen emtia formundadır. “Ancak bu emtialar diğer emtialardan farklı olarak ideolojik bir işlev de yerine getirirler. Bunlar egemen toplumsal yapının ve iktidar ilişkilerini meşrulaştırma, pekiştirme ve yeniden üretme fonksiyonunu da gerçekleştirirler” (Yaylagül, 2018: 144)

Medya kültürü bilinçli ve tüketim için oluşturulan bir kültürdür. Günlük hayatı tamamen kaplamıştır. Toplumların, insanların günlük hayatını, düşünce yapısını, tüketim alışkanlıklarını hızlı ve statükonun isteği doğrultusunda (sistemin devamlılığı yönünde) sürekli kurgulamaktadır. Medya endüstrisinin çıktıları, ürünleri her ne kadar eğlenceli olsa da “sosyal normların ve değerlerin geniş bir alanını inşa etmemize ve onları yeniden üretmemize de yardım eder” (Bilton ve vd., 2009: 56).

“Kültürel emperyalizm ve medya emperyalizmi kuramlarının en büyük yararı, küresel dinamikleri ve ilişkileri tanımlamaları, dış politika çıkarları, kapitalist yayılma, kitle iletişim araçları alt yapıları ve içerikleri arasındaki bağlantıları açıklamalarıdır” (Uluç’dan akt. Büyükbaykal, 2014: 130).

“Schiller, Amerikan İmparatorluğu’nun Hegemonyası adlı eserinde iletişimin kapitalist Amerikan İmparatorluğunun (emperyalizmin) yayılması için nasıl hizmet ettiğini ortaya koyar” (Yaylagül, 2018: 158). Amerikan kültür endüstrisinin işleyişini anlamak önemlidir. Bu endüstrinin ürünleri ideolojik birer emtiadır ve kendilerine özgü kültürel motiflerle süslenmişlerdir. Tüm dünyada bu içerikleri izleyenler, okuyanlar kısacası tüketenler, üretilen içeriklere giderek alışmaktadırlar. Dolayısıyla ABD’nin kültürel alandaki egemenliği, kitle iletişim araçları ile sürekli olarak kendisini yenilemekte ve devam etmektedir.

Üçüncü dünya, çevre ülkeler, küresel güney olarak farklı adlandırmalarla tanımlanan, daha az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler, merkez ülkelerden medya ürünleri, içerikleri ithal etmekte. Bunlarla birlikte ideoloji de ithal edilmekte, toplumsal bilinç ve kültür şekillendirilmektedir. Çünkü ilerleme ve gelişmenin mantığı; batılı merkez ülkelerin ekonomik, siyasi, kültürel, toplumsal ve ideolojik yapılarının taklit edilerek (dolayısıyla da bu yapıları öven, benimseten içerikler ve ürünler satın alınarak) gerçekleşeceği şeklindedir.

Günümüzde medyanın her gün sıcak bir yemek gibi insanların önüne sunduğu ürünlerden kaçmak neredeyse imkânsız hale gelmiş ve insanların günlük hayatlarının ayrılmaz

bir parçası olmuştur. Dolayısıyla toplumların dünyaya dair fikir ve düşüncelerinin büyük bir kısmı medya ürünleri vasıtasıyla belirlenmektedir. “Kültür ve ideoloji, yaşam-tarzı temalar ve ürünlerle ve bunların edinilmesiyle büyük ölçüde bağlantılıdır” (Herman ve Chomsky, 2017).

Medyanın toplumları kendi düşünce ve fikirlerini bir kenara bırakıp egemen kültürün düşüncelerini, kültürünü (yaşam tarzını) benimsemesinde reklam endüstrisi önemli bir paya sahiptir. Medya reklam verenlere bağımlı durumdadır. Reklam verenler (küresel sermaye, çok uluslu şirketler, vb.) medyayı bir araç olarak kullanmakta ve ürünlerini, ideolojilerini ve kültürlerini dünyanın en ücra köşelerine dek tanıtmaya fırsatı yakalamaktadırlar. Bu durum da kültür ve medya emperyalizmine neden olmaktadır.

Medya emperyalizmi konusunda en önde gelen isimlerden biri Herbert Schiller’dir. Amerikalı bir medya eleştirmeni, sosyolog ve yazar olan Schiller, günümüz toplum yapısını belirleyen kapitalist sistemin yayılması, devamlılığını sürdürmesi ve kendini yeniden üretmesi için bir araç olan medya ve iletişim teknolojisi üzerinde durmaktadır.

Schiller, (1993: 39) medyanın ticari kurallara göre çalıştığını; gelir açısından reklamlara (reklam verenlere) bağımlı olduğunu; gerek yapısı, gerekse destekçileri itibariyle genel ekonomiye bağlı olduğunu; medya endüstrisinde temel amacın karlılık ve özel mülkiyet esasına dayalı tüketim düzeninin kabulü ve devamlılığını sağlamak olduğunu söylemektedir.

Medyanın hem gücü, hem de bağımlılıkları vardır. Schiller, (1993: 202) medyanın özel ekonomik güçlerin kontrolünde olduğu, enformasyon sürecinin tamamının reklam endüstrisi tarafından yönetildiği görüşündedir.

Medya, özellikle sinema ve televizyon içeriğinde verdiği görsellerle, yarattığı düş gücüyle başlı başına bir reklam aracıdır. Reklam da medyanın birincil gelir kaynağıdır.

“ABD medyasının toplam gelirlerinin yüzde 82,5’ini reklam gelirleri oluşturuyor” (Özdemir,1998: 39). “Gazeteciler gelirlerinin yüzde 80’ini reklamlardan elde etmekte ve her gün alanlarının yaklaşık yüzde 65’ini reklamlar için ayırmaktadırlar” (Bagdikian, 2016: 274) Reklam gelirlerinin medya için önemini vurgulayan bu tarz örnekler arttırılabilir. Hal böyle olunca üretilen içerikler reklam verenler lehine, onların gelirlerini dolayısıyla da medyanın reklam gelirlerini arttıracak yönde olmalıdır.

Bagdikian, ABD’ de 1970 yıllarda (kurumsal sisteme karşı olmamakla birlikte) bazı şirketlere karşı haber yapan medyanın, şirketlerin öfkesinden payını (1980’de seçilmesini sağladıkları yönetimin yasal düzenlemeleriyle) aldığını söyleyerek, bu ilişkide reklam verenlerin-iş dünyasının baskınlığından bahseder. “İş dünyası, medyaya saldırısında özel bir üstünlüğe sahipti. İş dünyasının aleyhine çıkan haberlere karşılık geniş çapta reklamlar üretebiliyor ve bu reklamları kendisine düşman olarak gördüğü medyadan çekilmek konusunda

tehdit unsuru olarak kullanabiliyordu. Ve de şirket liderleri medyaya karşı (ironik bir şekilde, en çok da medya tarafından yaratılmış olan) Amerika'ya özgü şu düşünceyi ileri sürebiliyorlardı: Büyük şirketleri eleştirmek, Amerikan demokrasisine saldırmakla aynı şeydir” (Bagdikian, 2016: 189).

Reklamların ardındaki şirketlerin hem ulusal hem de küresel çapta medyadaki (reklamlardan, haberlere, belgesellerden, eğlence programlarına) tüm çıktıları kontrol ettikleri, yönettikleri (reklam ajansları ve medya çalışanları ile) bilinen bir gerçektir.

Reklam verenlerin ürünlerini medyaya taşıyan reklamcılık da, reklam verenlerin ve medyanın gelişimine paralel gelişmiş ve büyümüştür (holdinleşmiştir). “Pazarladığı ne olursa olsun hep daha çok satışı, daha yeni tüketimleri ve daha çok karı amaçlayan reklamcılığın performansı tartışılmaz noktalara ulaşmıştır. “Bugün reklamcılık yüksek meblağda parayı kontrolünde bulunduran, kapitalist ekonomilerin hayati parçası olduğu kadar kendi şartlarında da bir hayli karlı, oldukça organize bir kuruluştur” (Dyer, 2010: 19). Medya üzerindeki baskı araçlarından biri haline gelmiştir.

“Reklam, medya içeriğini biçimlendiren en güçlü ve sistematik baskı unsurlarından biridir. Reklamcılıkta, serbest piyasa, son alıcının belirleyici olduğu tarafsız bir düzen meydana getirmez. Reklamcılarının tercihleri medyanın refahını ve hayatta kalıp kalmayacaklarını etkiler” (Wayne, 2015: 109).

Schiller’in bu konudaki sözleri de çok iddialıdır. “Reklamcılık, kitle medyasına bir bütün olarak girilmesini gerektirir. Reklamcının doymak bilmez bir iştahası vardır, her yerde hazır ve nazır olmadıkça huzur bulmaz, bulamaz. Reklam almaktan kendini kurtaramayan her yayın organı, gayesi ne olursa olsun, ticari kültürün aleti olmaktan da kendini kurtaramaz. Bir ulus, kendi kitle medyasının patronajı yabancı ellere geçmişse, bu medyayı kaybetmiş demektir. Bir ulus, kendi kitle medyasının patronajını elinde bulunduruyor, ama yabancı reklam ajanslarının reklamlarının ulusun pazar mekaniklerini tanzimine engel olamıyorsa, bu medyayı kaybetmeye başlamıştır demektir” (Schiller, 1993: 205)

Reklam ajanslarına büyüklükleri, gelirleri, kapsayıcılıkları (egemenlikleri) açısından baktığımızda yine çoğunluğu ABD ve Batı merkezlidir. İletişim dergisi MediaCat’in, 2016 yılı “*Dünyanın en büyük ajansları*” başlığı altında (Advertising Age’in Datacenter verilerine dayanarak düzenlediği raporuna göre) verdiği sıralamada, 2016 yılı gelir bazında ilk beşte yer alan şirketlerden: WPP–Londra merkezli, Omnicom Group–New York merkezli, Publicis Groupe–Paris merkezli, IPC–New York merkezli, 5.sırada yer alan Dentsu–Tokyo merkezlidir.⁶

⁶ <https://mediacat.com/dunyanin-en-buyuk-ajanslari/>

Reklamlar da diğer medya içerikleri gibi bir mesaj taşır, bir ideoloji barındırır. Popüler kültürü yaratmada ve devamlılığında etkindir. Tüketime yönelik bir hayat tarzını oluşturur ve insanlara doyumu/mutluluğu nelere sahip olarak elde edeceklerini gösterir. “Dürüst olalım Hangimiz günlük gereksinimini satın almadan önce düşsele doğru giden biletini satın almaz? Tüketici gereksinimini doyurduğu kadar düşlerini doyurur. Reklam, tüccar olmadan önce büyücü olmak zorundadır” (Sequela, 1991: 70). Reklamların dünyanın her yerine ulaşabilmesi için de medyaya ihtiyacı vardır, medyanın da reklamlara.

Bilindiği üzere reklamlar, sadece ‘reklamlar’ adı altında verilmemektedir. Tüm medya ürünlerinde (dizilerde, filmlerde, gündüz kuşağı programlarında, dergilerde vb. mekanlarla, nesnelerle, kişilerle) eğlendirme-tanıtma-bilgilendirme-boş vaktini değerlendirme adı altında tüketimi sağlayacak mesajlara, simgelere ve yönlendirmelere çokça yer verilmektedir. Amaç, tüketici (seyirci, okuyucu, dinleyici vb.) medya bağımlısı olsun, büyük bir doyumsuzlukla ve sürekli hem medya içeriklerini tüketsin, hem de medyanın işaret ettiklerini, yönelttiklerini tüketsin.

“Smythe’e göre (1981) kitle iletişim araçları tekelci kapitalist sistemin bir buluşudur. Bu araçların amacı bütün nüfus ve öteki örgütlerin önderliği için sorunlar, değerler ve politikalar ‘gündemini’ oluşturmaktır. Bu araçlar izleyicileri kitle halinde üretirler ve reklamcılara satarlar. Bu izleyiciler kendilerine kitle halinde üretilmiş tüketim malları ve hizmetlerinin pazarlanmasında çalışırlar ve pazarlanmasında tüketirler” (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 232).

2.1.3.1. Medya Mülkiyeti ve İçerik İlişkisi

Medyanın kabul gören işlevlerine ilaveten, medya ve medya teknolojilerinin sahiplik yapısı, medya emperyalizminin bir diğer nedenidir. “Boyd-Barrett’e göre medya emperyalizmi, herhangi bir ülkedeki medya sahipliği, yapısı, dağıtım veya içeriğinin tek başına veya birlikte, diğer ülke veya ülkelerin medya çıkarlarının önemli miktarda dış baskısına maruz kalması sürecidir” (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 378-379).

Kapitalist sistem içinde genel ekonomiye ve onun kurallarına bağlı olarak faaliyet gösteren, gelişmiş (pahalı) teknolojik altyapı ve işleyiş gerektiren, kamusal olmayan, ticari güdülerle kurulmuş medya şirketleri (medya sahipliği) için çok büyük sermaye gerektiğinden, medya sermayeye bağımlıdır. Bu bağımlılık ilişkisine Yaylagül (2018: 154) egemen yapının içerisinde yeni bir medya olsa da çok büyük holdingler tarafından ancak kurulup işletilebilmelerinin söz konusu olduğuna vurgu yapmaktadır.

“Yazılı ve sözlü basına hakim olmak, para ile mümkündür. Sahibi bulunduğunuz gazete veya televizyon istasyonu sizin istekleriniz doğrultusunda çalışmak mecburiyetindedir. Televizyon istasyonları, gazeteler, radyo istasyonları, yayınevleri ve daha niceleri ait oldukları holdinglere bağlı olarak çalışırlar. Manipülasyon sürecinde aktif ve dominant bir rol oynamak için gerekli araç elde hazır vaziyettedir” (Schiller, 1973: 14). Sermayenin gücü ile medyanın gücü birleşince toplumsal, siyasi, ekonomik yapılar ve hükümetler üzerindeki yönlendiriciliği, propaganda ve manipülasyon etkisi de tartışma götürmez.

Bagdikian (2016: 4), Time Warner, Walt Disney Company, News Corporation, Viacom ve Bertelsmann gibi medya devleri konusunda, “Stratejileri, gazetelerden film stüdyolarına medyanın genelinde önemli paya sahip olmaktır. Bu durum, bu beş firmaya ve liderlerine, tarihteki herhangi bir despotun ya da diktatörün elinde bulundurduğundan çok daha fazla iletişim gücü sunmaktadır” görüşündedir.

Kültür emperyalizmi ve medya emperyalizmi gibi bağımlılık kuramlarında çok uluslu (yüksek sermayeli) şirketler (gerek medya şirketleri, gerek reklam veren şirketler ve gerekse reklam ajansları) önemli bir yere sahiptirler. Hakim kapitalist kültür, kitle iletişim alanında tekel halde olan küresel şirketlerin büyümesi ile paralel bir şekilde büyümüştür.

“Schiller, medyanın dünya kapitalizmi içindeki yerini göstermeye çalışmaktadır ve dikkatini ‘modern dünya sisteminin merkezini ideolojik olarak destekleyen bilişimsel altyapıya’ yöneltir: Bu da çok uluslu şirketlerdir. Çok uluslu medya şirketleri böylece ‘modern dünya sistemi ve onun belli başlı öğelerinin, özellikle de çok uluslu şirketlerin reklamı, korunması ve yayılmasını’ sağlayan araçlar olarak işlev görürler” (Tomlinson, 1999: 63).

Akiner (2014: 50) şirketleşmiş medyanın (Mainstream ve Corporate Media) sahipliğinin genelde çok uluslu büyük şirketlere ait olduğunu, hakim olan sistemi ve statükoyu koruma dürtüsü ile çalıştıklarını, çıkarlarını geliştirmek isteyen elit bir grup tarafından kontrol edildiklerini, okur ve izleyici sayısının çok yüksek boyutlarda olduğunu belirtmektedir.

Şirketleşmiş, ticari medya kuruluşlarında amaç daha çok ticari kazanç elde etmektir. “Ticari kazanca endekslenmiş bir başarı ölçütü söz konusu olunca, medyanın bilgi ve haber aktarım etkinliklerine yön veren geleneksel değer ve ilkeler anlamsızlaşmakta; meslek ilkeleri geçerliliklerini önemli ölçüde yitirmektedir” (Kaya, 2016: 317)

“Sahip oldukları şirketler üzerinde doğrudan iktidar uygulamalarına ek olarak, başlıca Medya Moğollarının, pazarlarında faaliyet gösteren ya da pazarlarına girmeye çalışan daha küçük gruplar üzerinde de kayda değer dolaylı iktidarlara vardır. Bunlar rekabet oyununun oynanacağı kuralları saptarlar. Yüksek maliyetli promosyon kampanyaları başlatarak,

reklamcılara indirimler önererek ya da kilit görevlerdeki yaratıcı personeli satın alarak daha büyük mali güçlerini, pazara yeni giren şirketleri defetmekte kullanırlar” (İrvan, 2014: 62-63)

“Klasik bir yaklaşımla, dünya medya endüstrisinde içerik üretiminin hangi ülkelerin elinde olduğuna bakarak, ekonomik-emperyalizm-medya üçlemesindeki ilişkiyi ortaya koyabiliriz. Uluslararası haber dolaşımının yaklaşık yüzde 90’ı 4 büyük batılı haber ajansının AP, UPI, AFP, Reuter’in tekelindedir” (Özdemir, 1998: 156).

Uluslararası haber akışının sağlayıcıları, yöneticileri, dağıtıcıları olan batılı bu dört büyük haber ajansının kapsam alanı tüm dünya ülkeleridir. Bu ajansların seçiminden ve süzgecinden geçerek üretilen içerikler (haberler, bilgiler, iletiler) ülkelerin, toplumların başta ekonomik, stratejik, politik kararları olmak üzere, sosyal, kültürel, psikolojik, kısacası hayata dair her türlü tutum ve davranışlarını etkilemektedir.

“İletişim kuramcıları aynı zamanda kültürel bağımlılığın temel bir ilkesi olarak Latin Amerika’nın gerçek kültürüne karşıt, yabancılaşmış değerlerin bu toplumlara zorla dayatılması üzerinde dururlar. Haberlerin ve reklamların dıştan denetlenmekte oluşunu bağımlılığın sürdürülmesinin önemli aracı olarak belirtirler” (Alemdar ve Kaya, 1983: 145).

Sadece haber değil tüm medya içerikleri (özellikle sinema endüstrisi) üretimi, dağıtımı, altyapı ve teknolojisinde batılı ülkeler ve özellikle de ABD başta gelmektedir. Medya ürünlerindeki baskılayıcı akış da merkezden çevreye tek yönlüdür. Küresel kültürün yaratıcısı, taşıyıcısı olan medya ve medya sahipliği batılıdır, (çoğunlukla da) ABD’lidir.

Gülseren Adaklı’nın “*Neoliberalizm ve Medya: Dünyada ve Türkiye’de Medya Endüstrisinin Dönüşümü*” adlı çalışmasında, dünyanın en büyük medya gruplarını 2009 yılı gelirlerine göre şöyle sıralamıştır. “General Electric (ABD) 157 milyar\$, Walt Disney (ABD)36,1 milyar\$, News Corporation (Avustralya) 30,4 milyar\$, Time Warner (ABD) 25,8 milyar\$, Viacom (ABD)13,6 milyar\$, CBS (ABD) 13 milyar\$, Bertelsmann (Almanya) 15,35 milyar€, Vivendi (Fransa) 27,13 milyar€” (Adaklı, 2010: 72). Yatay, dikey, çapraz bütünleşik olan bu medya grupları “bu alandaki içerik ve dağıtım sürecini yönlendirmenin hangi boyutlara vardığını çarpıcı biçimde göstermektedir. Kaynak ülkeleri ne olursa olsun, bu gruplar dünyanın pek çok bölgesinde yerel ortaklıklar ya da doğrudan yatırımlarla emperyalist bir güç olarak konumlanmaktadırlar” (Adaklı, 2010: 73) Yerelde de küreselde de etkileri büyük, kontrolleri güçlüdür.

Amerika, yıllar öncesinden iletişimin, kitle iletişim araçlarının ve iletişim teknolojilerinin (kablo, uydu, bilgisayar teknolojileri gibi) askeri, ekonomik, finansal güce katkısını görmüş ve hızlı bir şekilde altyapı/şebeke/sistem örgütlenmelerini gerçekleştirmiş ve süreci kontrol altına almaya yönelik düzenlemeler ve çalışmalar yapmıştır.

“Nasıl merkezin finansal ve askeri kurumları baskı ve birikim sistemini güçlendirmek için iletişim devrimini biçimlendiriyorsa, merkezin temel enerji firmaları da bu devrimi dünyanın kömür, petrol, doğal gaz ve diğer kaynaklarını elde etmek için kullanmaktadırlar” (Mattelart’dan akt. Alemdar ve Kaya, 1983: 110).

Schiller, toplumları uzun süreli baskı ya da kontrol altında tutmanın kaba kuvvetle değil, iletişim olgusunun metotlarının ve mesajlarının kullanılmasıyla mümkün olacağını belirtir. “Amerika’nın küresel etkisi özellikle kültür-enformasyon alanında kendini göstermiştir. Bugünün insanlarını ve toplumlarını kontrol altında tutmak, imajların ve kelimelerin manipülasyonunu kaçınılmaz kılmaktadır” (Schiller, 1993: 230-231).

Gerek mülkiyet, gerek içerik üretimi ve dağıtım-pazarlanması, gerekse medyanın (aktif, hegemonca) kullanımı açısından da ABD liderliği söz konusudur.

“Amerika, ekonomisinin, teknolojisinin ve ordusunun gücü sayesinde bugünkü konumuna gelmiştir. Mevcut durumun muhafazası, yarınlarından emin olunabilmesi için iletişim olgusunun kontrol altında tutulmasının zarureti inanılmaktadır. Amerikan şirketleri tarafından üretilip dağıtım yapılan enformasyon, ülke içinde cari düzenin varlığını sürdürmesine, ülke dışında ise bir tüketim toplumunun değer yargılarının ve ticaret sisteminin benimsenmesine, sonuç itibarı ile Amerikan ekonomisinin yayılmacı politikasının başarı ile sürdürülmesine hizmet vermektedir” (Schiller, 1993: 233-234).

ABD’nin dış işleri elçiliği görevini üstlenen Hollywood da, ürettiği içerik ve ürünler ile ABD’nin kısacası Batı kültürünün, ideolojik düşüncesinin ve ticaretinin egemen olmasını sağlamaktadır. Öyle ki ulaşabildiği (dünyanın) her yerde, kendi kazancına ilaveten “Hollywood benzersiz bir reklam yapar ve insanların içgüdüsel isteklerini ABD metalarına yönlendirirler. Bu anlamda aynı zamanda ABD’ye siyasal bağımlılığın zeminini inşa ederler” (Miller ve vd., 2012: 19).

2.1.3.2.Eğlence Endüstrisi

Kültürel emperyalizmin odak konusu olan ve günümüzde eleştirelilikten uzak salt eğlence aracı olarak görülen medya endüstrisinin, insanların boş zamanlarını daha fazla işgal etmeye başlaması ile eğlence endüstrisine olan ilgisi giderek artmaktadır. Hatta eğlence endüstrisi, medya içeriklerini esir almış durumdadır. Sinema ve televizyon, tüketim kalıplarını eğlence kalıpları içerisinde sunar. Popüler kültür öğeleriyle bezenmiş, eğlendirme işlevli içerikler insanların boş vakitlerini hoş-eğlenceli geçirmelerini sağlamak amacıyla gözükseler bile, mesajlarında (üreticisi ülkenin kültür ve ideolojisini taşıyan, aynı zamanda tüketim odaklı) bilinç yönlendirme işlevleri muhakkak taşırlar.

“Amerikan yayın tarihi uzmanlarından Erik Barnouw şunları söylemektedir: Bana göre eğlence kavramı, zehirli bir kavramdır. Eğlence denince akla dünyanın ciddi problemlerinden herhangi birini dert edinmeden boş zamanı hoşça geçirmek için yapılan şeyler akla gelmektedir. Aslına bakacak olursanız her hayal ürünü hikayenin gerisinde bir ideoloji saklıdır. Kurgu olgusu, insanların kanaatlerinin oluşturulması olayında gerçeklerden daha fazla etkili olabilmektedir” (Barnow’dan akt. Schiller, 1993: 129).

“Siber alemde ve eğlence dünyasında ABD hep merkezdeydi, tekelleşti, diğer gelişmiş ülkeleri ise bir numaralı pazarları haline getirdi” (Miller ve vd., 2012: 12)

Nitekim (bir ABD eğlence endüstrisi tekeli olan) Hollywood filmleri dünyanın en ücra yerlerine (pazarlanmakta) ulaşmaktadır. Bu filmler daima kültürel ve ideolojik göndermelerle doludur. Amerikalı olan her şeyi över, yüceltir, batı kökenli olanların haricindekileri ötekileştirir, yerer, baskılar.

Eğlence endüstrisinde yer alan ve özellikle çocuklar tarafından beğeni ile izlenen Donald Duck, kültürel emperyalizm ve medya emperyalizmi konusunda yapılan çalışmalar arasında en önemli ve bilinenlerden biridir. Armand Mattelart ve Ariel Dorfman’nın birlikte yaptıkları “How To Read Donald Duck” adlı çalışmada Amerika ve dünyanın en büyük kültür endüstrilerinden biri olan Walt Disney’in bütün dünyaya ihraç ettiği Donald Duck’ın ideolojik içerik analizini yapmaktadırlar.

How To Read Donald Duck’ın içerik analizinde ikili bize “ekonominin önemsiz ve görünmez hale getirildiğini, insanların bütün faaliyetlerini boş zaman ve eğlenceye göre düzenlediklerini, özellikle Üçüncü Dünya ülkelerinde geçen hikâyelerde burada yaşayanların aptal ve geri insanlar olarak gösterildiklerini ve ayrıca bu insanların modern insanlar için birer tehlike arz ettiklerini ve kapitalist zenginliğin ve tüketime dayalı maddi beklentilerin toplumun itici gücü olarak sunulduğunu göstermiştir” (Yaylagül, 2018: 185).

Donald Duck gibi çocuk çizgi animasyonlarından, Marvel gibi yetişkinlere de hitap eden süper kahraman filmlerine kadar, Hollywood eğlence endüstrisinden çıkan iletiler ya da mesajların hiçbirinin içi boş değildir. Aksine bu mesajlar, toplumun hakim kurumsal değer yargılarını pekiştiren ve yeniden üreten, bilerek tasarlanan mesajlardır.

“Radyo, televizyon, sinema ve diğer medya kültürü ürünleri, Kellner’in ifadesiyle kendi kimliklerimizi, kendi kendimize bakışımızı, erkek ya da kadın oluşumuza ait düşüncelerimizi; sınıf, etnik farklılıklar, ırk, milliyet ve cinsellikle ilgili algılarımızı ve nihayet ‘biz’ ve ‘onlar’ı algılayışımızı şekillendirirken kullandığımız materyaller sunarlar. Medya gösterileri Kellner’a göre kimin güçlü ya da güçsüz olduğunu, kimin güç ve vahşet uygulamaya muktedirken kimin aciz olduğunu ortaya koyup, hem güce sahip olanların durumunu meşrulaştırır hem de aciz

olanlara oldukları yerde kalmaları mesajını verir” (Kellner’dan akt. Erkan, 2009: 20). Bu ifadelerin, özelliklerin tümü Hollywood’da karşılığını bulmaktadır.

“Film endüstrisi olarak Hollywood, kar etmek amacıyla eğlence üretir.(...) bir yandan büyük bir sermaye birikim merkezi iken öte yandan çok önemli bir ideolojik yeniden üretim merkezidir”. (Yaylagül, 2010: 11)

Hollywood yapımları Amerikan yaşam tarzını, Amerikan ideolojisini sürekli, yeniden üretir. Tekrar tekrar, Amerika’nın ve Amerikalının dolayısıyla da temellerini dayandığı Batı kültürünün üstünlüğü, toplumsal ve kişisel erdemleri, dini değerleri, demokrasileri, kurtarıcılık misyonları ve daha birçok politik, ekonomik, askeri ve diğer kurumsal üstünlükleri imajı, inancı yaratılır, taraftar kazanılır.

Hollywood, sinema endüstrisinde dünya genelinde tekel bir yapı olmasının, ekonomik büyüklüğünün, hegemonyasının yanında, Amerikan ideolojisinin aktarım aracı olması nedeniyle tartışmaların odağında yer almaktadır.

2.2. Hollywood Sinemasının Bir Endüstri Olarak Doğuşu

Genel anlamda sinemanın doğuşunda iki temel vardır. Bunlardan biri Eflatun’un Devlet adlı kitabında yer alan mağara metaforudur. Eflatun’a göre içinde yaşadığımız dünya gerçek bir dünyadan ziyade kendi algılarımızın bir yansımasıdır. Bugün birçok kuramcı sinemayı açıklarken mağara metaforuna başvurmaktadır. Buna göre; Mağara sinema salonu, dışarıdan mağaranın içine yansıyan ışık bir projektör, mağara duvarı ise bir perde görevi görmektedir. Sinematografik görüntüyü ve sesleri ise gölge ve doğal sesler oluşturmaktadır. “Sinemanın hareket özelliği, insan gözünün zihni yanıltma kabiliyetini kullanan optik illüzyon geleneğinin bir parçasıdır” (Kurtoğlu, 2019: 177).

Sinemanın doğuşunda etken olan diğer kavram ise Asya bölgesinde ortaya çıktığı varsayılan gölge oyunudur. Gölge oyunu “geriden ışıkla aydınlatılmış bir perde arkasında hareket ettirilen resimlerin gölgelerinden yararlanılarak oynatılan oyun”⁷ olarak tanımlanmaktadır.

Asya kıtasında özellikle Hindistan ve Çin uygarlıklarında ortaya çıktığı düşünülen gölge oyununda, hayvan derilerinden kesilerek veya çeşitli materyallerden hazırlanan insan, hayvan ve eşya figürleri bir ışığın önünde oynatılarak bu figürlerin gölgelerinin beyaz bir kumaş parçasının üstüne düşmesi sağlanmaktadır. Bu tarz daha sonraları Türk uygarlıklarında da kullanılmış ve insanlar tarafından büyük ilgi görmüştür. Bizde gölge oyununun simgesi Hacivat ve Karagöz oyunu olmuştur. Öyle ki gölge oyununa Hacivat ve Karagöz oyunu denmiştir.

⁷ <https://sozluk.gov.tr/>

Sinema ortaya çıktığından günümüze kadar uzun bir yol kat etmiştir. 1895 yılında Fransız Lumiere kardeşler tarafından bulunan ve salt bir eğlence aracı olarak görülen sinematograf zamanla bir endüstri halini almıştır. Tıpkı kapitalist sistemde her şeyin endüstrileşmesi gibi sinema da endüstrileşmiştir. Burada üretilen film içerikleri ve bu içerikleri tüketen izleyiciler, kapitalist üretim ve mülkiyet ilişkilerine bağlı olarak endüstriyel yapının ürünü haline gelmişlerdir.

Kısacası, anlatımı hareket halindeki görüntüler aracılığı ile algılama sanatı olarak tanımlanabilecek olan sinema, teknolojik gelişmeler ve toplumsal ihtiyaçlarla doğmuş ve gelişmiştir. Başta eğlendirme işlevi gelmek üzere, bilgilendirme, (örtülü olarak) propaganda, kültürel ve ideolojik kodları aktarma gibi işlevleri bulunmaktadır.

“Sinema, öncelikle bir üretim, dağıtım ve gösterim zinciri özellikleriyle bir mal, zenginlik ve artı değer üretimiyle ekonomik ve aynı zamanda bir ideoloji ve güç uygulaması olarak siyasal ve ideolojik bir etkinliktir” (O’Sullivan, Dutton ve Rayner’den akt. Yaylagül, 2010: 10).

Sinema tüm işlevlerinin yanı sıra, filmin üretilmesi, kurgulanması, seyirciye ulaşması ve sunulması ve tüm bu süreç içerisindeki örgütlenmelerle birlikte bir endüstrisidir. Kitlel olarak üretim ve tüketimin gerçekleştiği kapitalist hayatta sinema filmleri de birer emtiadır. Sinema filmlerini üretenler bu işi toplumsal fayda adına değil, kar etmek adına yapmaktadır. Sinema endüstrisi büyük bütçeli filmlerin yapıldığı ve yüksek karların hedeflendiği, küresel şirketlerin aracılığı ile tüm dünya pazarlarına ulaşmış olan eğlence ve iletişim endüstrisine aittir. Hareketli resim de denilen sinematografinin para karşılığı gösterilmesi yani alınıp satılan bir mal olması sonucunda sinema önce endüstri sonra sanat dalı olmuştur.

Sinemanın zamanla endüstrileşmesini sağlayan önemli gelişmeler arasında Thomas Ince’in stüdyo sistemi, Gırifit’in Amerikan sinemasının anlatım biçiminin yapısını şekillendirmesi ve yıldız sisteminin temellerini atması, sinema alanında bilgisayar ve dijital teknolojilerin kullanılması, çok işgücü ve işbölümü gerektirmesi, iş gücünün kapitalist sistemin dinamiklerine uydurulması, film yapım ve dağıtım şirketlerinin mülkiyet ilişkileri gibi unsurlar bulunmaktadır.

1900’lü yıllarda sinema Fransa’da gerçek bir endüstri olarak doğmuştur. Fransız film aygıtlarının satışını yapan Pathe kardeşler şirket kurarak film yapmaya başlamışlardır. Basit bir film stüdyosu kurmuşlar ve ufak bir üretim bandı mantığı ile günde birkaç film yapmaya başlamışlardır. Yaptıkları filmleri de semt panayırırlarında insanlara sunmuşlardır. Kısa sürede büyük başarı elde eden ve gelişen Pathe kardeşler birkaç yıl boyunca dünya sinema sektörüne egemen olmuşlardır. Fakat bu egemenlik Birinci Dünya Savaşı’nda son bulmuştur. Avrupalı

devletlerin savaştan büyük yara alması nedeniyle Avrupalı film üreticileri iflas etmiş ve sinema endüstrisindeki egemenlik ABD'ye geçmiştir.

İster Hollywood yapımı olsun ister başka bir ülke sinemasının ürettiği bir film olsun, sinema her şeyden önce ticari amaçlı bir üretilimdir ve burada üretilen bütün filmler birer emtiadır. Bu alanda faaliyet göstermek maliyetli bir iş olduğundan sinema alanındaki film stüdyolarının sahiplik yapısına bakıldığında büyük ve elit bir azınlık olan sermaye grupları yani küresel şirketler ön plana çıkmaktadır.

İletişim ve kültür endüstrisi olan sinema ve bu alanda çalışan insanlar, kapitalist pazar yapısının sınırlandırdığı siyasi ve ekonomik yapı içerisinde faaliyette bulunmaktadır. Sinema endüstrisinde yer alan şirketlerin asıl amacı toplumu bilinçlendirmek, eğitmek, kültürel veya ideolojik söylemlerle etki altına almak değildir. Tabii ki bu işlevler de kullanılmaktadır fakat asıl amaç daima olabilecek en fazla kitleye ulaşarak kar etmektir.

Küresel şirketlere karlarını olabilecek en üst seviyeye çıkarmaya çalışırken aynı zamanda da oluşabilecek her türlü zarardan da kaçınmaya çalışmaktadırlar. Dolayısıyla da zararı en aza indirmek için endüstri içerisindeki kontrollerini, alanlarını genişletmeye çalışmaktadırlar. Kısacası tekelleşip pastadan en büyük payı alan olmak istemektedirler. “Büyük şirketler açısından karı garanti altına almanın en emin yollarından birisi şirketin Pazar payını ve Pazar üzerindeki kontrolünü arttırmaktır. Bu, sinema endüstrisinde az sayıda büyük şirketin egemen olduğu oligopolistik bir mülkiyet yapısının oluşmasıdır” (Topçu, 2010: 10)

Sinema filmlerinin üretimi, dağıtımı ve tüketimi üzerindeki kontrol, alanda yatay, dikey ve çapraz tekelleşmelere neden olmuş ve günümüzde var olan küresel sinema pazarının şekillenmesine yol açmıştır.

Giderek tekelleşen ve holdingleşen küresel şirketler, küresel alanda sahip oldukları ekonomik, siyasi güce dayanarak sinema alanında kurdukları egemen yapıyı güçlendirmişler ve filmlerin üretim, dağıtım ve tüketim aşamalarını rahatlıkla ve istedikleri şekilde kontrol edebilmişlerdir. Bu durum aynı zamanda sinema endüstrisinin bir parçası olan on binlerce çalışanın durumunu da yakından ilgilendirmektedir.

“Hollywood sinema endüstrisi, 1920’lerde başlayan, 1950’lerin sonlarından itibaren bozularak devam eden ve 1970’lerde sona eren yapımcılık sisteminin ardından, güncel işletmeciliğin el üstünde tuttuğu, görevlerin daima son bulduğu ve yerlerine yeni görevlerin ortaya çıktığı serbest istihdam modelinin öncülüğünü yapmıştır. Serbest istihdam modelinin tipik özelliği, şirket çalışanlarının yerine, genellikle acentelere bağlı olan, serbest çalışan ve geçici işler alan çalışanlara yer veriyor oluşudur. Kesintisiz değişime (permanent innovation) olan ekonomik bağlılığı ve çevresini yönetmeye olan politik ihtiyacı, Hollywood’u esnek

uzmanlaşmanın (flexible specialisation) öncülerinden biri haline getirmiştir” (Miller vd., 2012: 226).

Diğer tüm endüstrilerde olduğu gibi sinema endüstrisinde çalışanlar da belirli bir iş bölümüne tabidirler. İş bölümü içinde çalışan iş gücü filmler, içerikler üretir, artı değer yaratır, yarattığı artı değer işverene (mesela Hollywood’a) döner. Bu çark durmaksızın ve de büyüyerek, genişleyerek, sistemin kontrolü altında devam eder.

2.3. Hollywood Sineması

Bugün sinema denildiğinde akla ilk gelen şey Hollywood’dur. Hollywood, yaptığı filmleri dünyanın dört bir yanına satan, yıldız oyuncularıyla ve sunduğu düşsel kavramlarıyla bir eğlence endüstrisi olmasının yanı sıra kapitalizmin ve Amerikan kültürünün taşıyıcısı, yayıcısı kısacası elçisidir. Bu yönüyle de birçok eleştirel düşünür, yazar ve akademisyen tarafından eleştirilmektedir.

Hollywood sineması ortaya çıktığı günden beri çeşitli aşamalardan geçmiş bu süreçte de sarsılmalar ve değişimler yaşamıştır. Tüm bunlara rağmen her daim ayakta kalmayı, her hukuki, ekonomik, siyasi düzenlemelere, her teknolojik yeniliğe uyum sağlamayı, her kültürden, ırktan, yaştan ve milletten insanlara ulaşmayı başarmıştır. “Hollywood’un gücü her döneme, her teknolojiye ayak uydurabilmeyi başarması, sürekli kendini, üretim ve pazarlama tekniklerini yenilemesinde yatar” (Topçu, 2010: 7).

I. Dünya savaşından sonra sinema sektöründe egemen olan Hollywood, sahip olduğu üretim, dağıtım ve pazarlama ağları sayesinde tüm dünyaya ürünler/içerikler oluşturan ve satan devasa bir endüstriyel oluşum halini almıştır. Geliştirdiği sistemler, türler, teknikler ve anlatı yapısıyla da dünya sinemasının geldiği noktayı belirleyen Hollywood’dur.

“1920’lerin dünyası hala sömürgelerin dünyasıdır. Ama gelin görün ki, sinema perdelerine baktığımızda, hangi ülke olursa olsun, kendi sömürgesinde bile iç pazarını Hollywood’a kaptırmıştır... Dış pazarlarda Hollywood’la rekabet eden ülke yoktur. Ama Hollywood gayet atak şekilde mücadelesine devam eder. Amaç dünya pazarı söz konusu olduğunda yalnızca rakipsiz olmak değil, her bir ülkenin kendi iç pazarında da rakipsiz olmaktır. Hiçbir güç bunu engelleyemez. Ne sömürge yönetimleri, ne faşist ülkeler, ne diktatörlükler, ne de gelişmiş bağımsız demokratik Avrupa devletleri” (Miller vd., 2012: 9-10).

Miller ve diğerlerinin tespitinde olduğu gibi, Hollywood’un rakip tanımazlığı ve başarı durumu, o günlerden günümüze devam edegelmiştir. “Dünya sinema endüstrisinin 2001 yılı toplam bütçesinin 5,6 milyar dolar olduğu ve bunun 4,3 milyar dolarlık kısmının yani %77’sinin Hollywood yapımlarına ait olduğu tahmin edilmektedir” (Kurtoğlu, 2019: 123)

Küreselleşmede medyanın etkisi çokça dile getirildi. Hollywood da küreselleşmenin tam merkezinde yer almıştır. Sinema sektöründe, ekonomik yapılanması, pazar egemenliği ve etki alanıyla küresel dünya lideridir. ABD'nin, bütün dünyayı kapitalist sistemin bir parçası yapma, Amerikan kültürünü ve ideolojisini yayma/benimsetme yolunda verdiği mücadelede bayrağı Hollywood taşımaktadır.

“Özellikle küreselleşme süreciyle birlikte, Amerika'nın ticari kültürü ve kapitalizmin tüketim mantığı bütün toplumlara egemen olmuştur. Kapitalizmin ticari kültürüne direnebilen herhangi bir otantik/geleneksel kültür kalmamıştır. Bugün neredeyse bütün dünya kültürünün homojenleştirilmesindeki en önemli kurumsal yapılardan birisi Hollywood'dur. Çünkü Hollywood, diğer ülkelerin rekabet edemeyeceği şekilde yüksek bütçelerle ve gelişmiş yüksek teknolojiyi kullanarak sinema filmleri üretmektedir” (Yaylagül, 2010: 18).

“Bugün geline nokta sorulan soru şudur: Para-teknoloji-Hollywood üçlemesine dayanan veya bu üçlü tarafından oluşturulan bir düşünce dünyasının egemenliğine tamamen boyun eğen bir millet ve/veya insanlık, tarihini, özgünlüğünü, geleceğe yönelik nesillerini ve insanlığını muhafaza edebilir mi?” (Kurtoglu, 2019: 166)

Kültür ve ideoloji üreten ve belirli bir ekonomik ve siyasi yapı çerçevesinde işleyen bir kurum olan Hollywood'u tam olarak anlamak için üretim, dağıtım ve tüketime yani Hollywood'un ekonomi politığına bakmak gerekmektedir. Dolayısıyla, Hollywood'un ekonomik yapısı, nasıl bir endüstri haline geldiği, başarısı, kültür emperyalizmindeki rolü, Peter Decherney'nin Hollywood'un nasıl ve neden geliştiğine dair beş bulgusuna değinilerek daha sağlam bir zemine oturtulabilir.

Decherney (2019 :12-15) “Hollywood” adlı kitabında, ilk olarak Hollywood'un ‘doğal bir tarafının olmadığını’ yani hareketli imgelerin bir anlatım veya bir öykü oluşturması ve bunları aktarmasının doğal ve kaçınılmaz bir olay olmadığını, tarihi, kültürel, ekonomik ve politik güçlerin bir araya gelerek Hollywood sanatını ve endüstrisini şekillendirdiğini söyler.

İkinci olarak, film yapımcılığının ‘riskli bir iş olduğu’nu, sinema filmlerinde başarının ve istikrarın bir garantisinin olmadığını, stüdyo sistemi planının, yıldız ve tür sisteminin ardında bu riskleri yönetme stratejisinin bulunduğunu belirtir.

Üçüncü olarak, Hollywood'un tüm dünyayı ‘Hollywoodlaştırdığını’ (ki kendisi bu durumu Hollywood olarak adlandırmaktadır) savunur. Dünyanın Hollywoodlaşması yani Hollywood'un küreselleşmesidir. I. Dünya Savaşı'ndan sonra Hollywood'un dünya çapında bir dağıtım ağı kurması ve geçen yüzyılda bu ağın büyüyerek tamamlanmasına, diğer ülkelerin kotalar, kısıtlamalar ve finansal düzenlemelerle engel olamadığını belirtir. Hollywood'un bu başarısında, dünya genelinde izleyici çeken filmler yapması, yetenekleri (iyi oyuncular,

yönetmenleri ve yazarları) kendinde toplamasının yanı sıra, ABD hükümetlerinin verdiği finansal desteğin önemini vurgular. Böylelikle Hollywood'un, Amerika da dahil olmak üzere tüm dünyayı 'Hollywoodlaştırdığını' söyler.

Dördüncü olarak, Hollywood'un bir 'transmedya' olduğu, hikaye anlatıcılığı ve tüketim zincirinde bir araç olduğu tespitini yapar. Örnek olarak da, Walt Disney'in Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler (1937) filminin galasını yaptığı sırada, yemek takımı, oyuncak, hikaye kitabı üreticilerini kapsayan yetmişten fazla farklı firmayla ticari satış anlaşması yapmasını gösteriyor.

Beşinci ve son olarak da tüm değişimlere, krizlere rağmen 'Hollywood'un kalıcı' olduğunu dile getirmektedir. Decherney' e göre, yeni teknolojik değişimler, bağımsız sinema hareketleri ve küresel düzeyde etkili olan ekonomik krizler sürekli olarak Hollywood sinema endüstrisini etkilemiştir. Fakat 1910'lardan beri yaklaşık sekiz firma tüm dünyada tüketilen medyanın ezici çoğunluğunu kontrol etmektedir, gelecekte de küresel medya ekonomisinin en tepesindeki yerini koruyacaktır.

2.3.2. Hollywood'un Tarihi

ABD'li film yapım şirketleri ilk dönemlerde New York eyaletinde faaliyet göstermekteydiler. Burada bulunan yapım şirketleri arasında en önemlisi ise The Edison Manufacturing Company'dir.

Edison ve diğer mucitler hareket eden resimleri gösterme teknikleri üzerinde icatlar yapma ve icatları için patent alma gayreti/yarışı içindeydiler. Edison'un şirketi kamera olarak kullanılan görüntüleyici denilen Kinetoskopyu geliştirmişti. Sonrasında ise görüntü ve sesleri eşzamanlı sergileyecek Kinetofonu geliştirdiler. Edison'un şirketinin bu icatları, hareketli imgelerin küçük bir deliğin içinden gösterilmesini sağlıyordu. Ancak, hareketleri imgeleri perdeye yansıtarak gösteren projektörün bulunması bu konuda çığır açmıştır. "Kendilerine ait firmada fotoğrafçılık ekipmanları üreten iki Fransız'ın, Lumiere kardeşlerin tasarladığı projektör 1896'da New York'taki vodvil evlerinde kullanılmaya başladığında açıkça görüldü ki, yansıtılan imgeler izleyici çekmekte muazzam bir etkiye sahipti" (Decherney, 2019: 20). Bundan sonrasında, (hem bir mucit hem de iş insanı olan ve yılmadan çalışan) Edison'un şirketinin de projektör geliştirmesi, Edison'un içerik yaratmak amacıyla prodüksiyon işine girmesi, güneş ışığından daha iyi yararlanabilmek için 360 derece dönebilen bina/stüdyo inşa ettirmesi sinemanın bilimsel ve teknik gelişmesindeki basamaklardan bazılarını oluşturmuştur.

Film yapım şirketleri kısa filmler göstererek seyircileri kendilerine çekmeyi başarmışlardır. Seyirci sayısı arttıkça, elde edilen kar artmış bu duruma paralel olarak film

yapım şirketlerinin sayısı da artmıştır. Şirket sayısı artışı da şirketler arası rekabeti arttırmıştır. Dolayısıyla film şirketleri arasında yaşanan sert rekabet, yeni satın almalara, birleşmelere, tekel yapılara ve mülkiyet hakkı taleplerine yol açmıştır.

1908’de Edison ve Biograph (daha uzun filmler çekmeye imkan veren Latham döndüreci patentine sahip) patentlerini bir havuzda toplamak üzere anlaştılar ve Motion Picture Patents Company (Yatırım Ortaklığı) adlı şirketi kurdular. Yatırım Ortaklığı sektörde tekelleşme, tek tipleşme (özgün filmlerden ziyade ticari filmler üretme) ve sansüre izin vermesiyle yeniliklerin önünde engel oluşturmuştu. Yatırım Ortaklığına tepki olarak hemen arkasından bağımsızlar Independent Movig Pictures (IMP) adı altında birleştiler.

Film yapım şirketleri, tekelci yapılanma ve kıyasıya yaşanan rekabetin yanı sıra, New York eyaletinde birtakım zorluklarla karşılaşmışlardır. New York’un kışın sert geçen havası yapımcıları ülkenin dört bir yanına dağılıp film çekimi için uygun hava koşullarına sahip yer aramaya sevk etmiştir. Bağımsız film yapımcıları hem bu arayıştan, hem de dönemin tekel olan film dağıtım şirketi Motion Picture Patents Company’nin baskılarından dolayı ABD’nin batı yakası olarak adlandırılan Los Angeles bölgesine yerleşmişlerdir.

Los Angeles, sahip olduğu elverişli hava koşulları, geniş araziler, sahil ve kurak yerlerinin yanı sıra, herhangi bir işçi sendikanın olmaması da film yapımcıları için büyük bir nimet olarak görülmüştür. Böylece yapımcılar sinema endüstrisinde ucuza işçi çalıştırma fırsatı yakalamıştır.

Los Angeles’ın Hollywood bölgesine yerleşen bağımsız film yapımcıları burada Hollywood sinemasının temellerini atmışlardır. Hollywood, ABD’nin Kaliforniya eyaletinde bulunan “Santa Monica dağlarının doğu kıvrımları boyunca beş millik bir alanı kaplamaktadır” (Wanameker ve Nudelman, 2007: 7).

Bugün eğlence endüstrisinin en tepesinde olan Hollywood’un zirvedeki başarısını tüm dünyada gösteren bir sembol olan Hollywood tabelası dikildiği ilk zamanlarda Hollywoodland olarak yazılmıştır. “Artık sadece bir şehri değil, aynı zamanda bir endüstriyi, bir yaşam tarzını ve giderek artan bir özlemi temsil eden Hollywood, 1923’te ‘Hollywoodland’ tabelasının dikilmesiyle resmen taçlanmış”⁸. “Tabelanın görünümü ve amacı yıllar içinde değişmiş, evrimleşmiş de olsa, temel mantığı hep aynı kalmıştır. Burası sihrin mümkün olduğu, hayallerin gerçekleştiği yerdir”.⁹

Hollywood’un gelişmesinde o günden bugüne çok farklı etmenler önemli rol oynamıştır. Bunlardan ilki fikri mülkiyet hakları diğer bir deyişle telif haklarıdır.

⁸ <https://hollywoodsign.org/announcement/1923-a-sign-is-born/>

⁹ <https://hollywoodsign.org/the-history-of-the-sign/>

ABD, 1900'lü yıllardan önce Avrupa'nın kültürel içeriklerinin ithalatçısı konumunda olduğu zamanlarda her türlü fikri mülkiyet hakkına kökten karşıydı. Hatta bu tavır ve direnme ABD'yi kültür emperyalizmi karşıtı bile olarak göstermiştir. ABD'nin bu tutumunda kuşkusuz kendi ulusal kültürlerini yaratma düşüncesi bulunmaktaydı.

1910 yılında ABD'ye göç eden Fransız kadın yönetmen Alice Guy Blanche burada kendi şirketini kurarak film üretmeye başlamıştır. Öte yandan ABD'li film üreticileri kendi maliyetlerini karşılamakta zorlanmaktaydılar ve masraflarını çıkarmak için iç piyasaya mahkum kalmışlardı. Dünya pazarlarına açılmak onlar için son derece zordu. Blanche'ın bir Fransız olarak ABD'de bir şirket kurup ve Fransız film ekipmanları ile hem iç pazara hem de dış pazara film üretmesi ve satması ABD'li yerli film üreticileri tarafından çok hoş karşılanmamış olup, Blanche "iş dünyası üzerinde uluslararası kontrol ve bununla ilişkili kadın yönetmenin cinsiyetinden ve iş kadını kimliğinden dolayı özel baskılar gördü" (Miller vd., 2012: 126).

ABD, yabancı film üreticilerinin önüne geçebilmek için hızlı bir şekilde kendi iç piyasalarını "Amerikanlaştırma" çalışmalarını başlattı. Bu yönde atılan iki temel adım bulunmaktadır. Bunların ilki ABD gümrüğü tarafından Fransız film ekipmanlarının ülkeye girişinin yasaklanması ve ülkede var olan ekipmanların da toplatılmasıdır. Bir diğer adım ise filmlerin fikri mülkiyet haklarının kısacası telif haklarının yasallaştırılması olmuştur. Kaydedilen gelişmeler ışığında ABD'nin sinema endüstrisi küresel çapta daha fazla yayılma fırsatı bularak zenginleşmiştir. "Fikri mülkiyet telif hakkı olarak değişime uğradı, çünkü devletin yararına gönüllü bir şekilde çalışan hizmetkar gibiydi." (Cherneff'ten Akt. Miller vd., 2012: 126).

1910'lu yıllardan itibaren Hollywood yapımı kurmaca filmler tüm dünyada popülerlik kazanmaya başlamış, ABD'nin arka bahçesi olarak tanımlanan Latin Amerika bu kurmaca filmlerle dolup taşmıştır. Bunun yanı sıra Asya kıtasına da film ihracatı son hız yapılmaya devam etmiştir. Daha bu erken dönemlerde ABD'li film şirketleri, gittikleri ülkelerdeki yerel yapımcıları ve film dağıtımçıları satın alarak, sinema endüstrisinde egemenlik kurma yolunda büyük adımlar atmışlardır. Hollywood filmlerinin pazarlama ve gösterim alanlarının genişlemesi, film şirketlerinin kazançlarını katlamış, milyon dolarlık gişe hasılatı yapmalarını sağlamıştır ve Wall Street gibi finans çevrelerinin sinemaya olan ilgileri de artmıştır.

"1915 ve 1916 yıllarında, sinema tarihinin ilk uzun metrajlı kurmaca filmleri olan ve David W. Griffith tarafından yönetilen Bir Ulusun Doğuşu (A Birt of a Nation, 1915) ve Hoşgörüsüzlük (Intolerance, 1916) filmleri, Wall Street'in ve bankaların sinemaya yatırım yapmalarını sağlamaları açısından Amerikan Sineması'nda endüstrileşmenin başlaticıları

olarak değerlendirilmiştir. Yapım maliyeti yüz on bin dolar olan Bir Ulusun Doğuşu filmi, elli milyon dolardan fazla gişe hasılatı elde etmiştir” (Gökdemir ve Kurtoğlu, 2013: 42).

Filmlerin gişe başarısı, Hollywood’u simgeleştirmiş, markalaştırmıştır. Hollywood’ un önü alınmaz yükselişi ve küreselleşmesi ABD’nin diğer ticari ürünlerinin, kültür ve ideolojisinin de küreselleşmesinin yolunu açmıştır.

“1927 yılında Will Hays, yüksek lisans programındaki öğrencilere şöyle demiştir. ‘Hollywood dünyanın bütün milletleri üzerinde devasa bir etkiye sahip... Bana ayrılan bütün zamanı size filmlerin yabancı ülkelerde her bir Amerikan üreticisinin mallarını nasıl sattırdığını anlatarak geçirebilirim... Ticaret filmin ardından gelmektedir’ ”(Kurtoğlu, 2019: 127)

1927 yılına kadarki geçen süre sessiz sinema dönemi olarak adlandırılmaktadır. Bu yıldan sonra sesli filmler yapılmaya başlanmış, her teknolojik gelişmede yaşandığı gibi, stüdyolar yine değişim geçirmiş, bazıları değişime, bu yeni teknolojiye kolay adapte olamasa da 1930’a gelindiğinde Hollywood dönüşümünü gerçekleştirmiştir.

“1926-1927 yıllarında, hem Warner Bros, hem de Fox sesli film prodüksiyonuna geçti. Senkronize müzik bandı olan kısa filmler, haber filmleri ve uzun metrajlı filmler çektiler. Bu deneylerin çoğu, sesin film izleme tecrübesi için neler yapabileceğini gururla gösterdi” (Decherney, 2019: 64). Neticesinde, ses Hollywood’u ve Hollywood’un etkisini daha da güçlendirdi.

Sesli filmlerin Hollywood’da yer edinmesiyle birlikte eğlencenin, ideolojik ve kültürel değerlerin dünya insanlarına yayılması ve aktarılması çok daha kolay ve etkin bir hal almıştır. Çünkü sessiz sinema döneminde sadece perdeye yansıtılan görüntüye dayanan anlam, ses ile desteklenmiştir. Hollywood’da ses kullanımı ana dili İngilizce olmayan ülkelere ihracatı ilk başlarda zora soksa da, bu sorun dublaj ve altyazı gibi teknik desteklerle aşılmıştır.

1927 ile 1947 arası Hollywood’un Altın Çağı olarak nitelendirilmektedir. Sinemada sesin kullanılmaya başlandığı bu dönemde büyük buhran geride kalmış, halkın ilgisi sinemaya çekilmiş, yapılan film sayısında gözle görülür artışlar yaşanmıştır. Dolayısıyla film stüdyoları karlarını arttırmış, sinema endüstrisi büyüyerek yoluna devam etmiştir.

“1929 ‘Büyük Bunalım’ın ve sese geçişin getirdiği sorunların çözümünden sonra Hollywood Stüdyo Sistemi olarak adlandırılan dönem başlamış ve 1940’ların sonuna kadar filmler kitlesel olarak üretilip tüketilmiş, yapım-dağıtım-gösterim alanında dikey olarak bütünleşen şirketler pazara hakim olmuştur” (Çetin, 2014: 204).

Hollywood’un altın çağının temel özellikleri şu şekildedir. Bu dönemin filmleri türsel özellikler taşımaktadır. Filmler, belli film yapımcılarının, yine belli stüdyolar için çektikleri filmlerdir. Anlatı olarak klasik anlatı yapısı kullanılmıştır. Bu anlatıda kurguda devamlılık

bulunur ve kamera hareketleri, kullanılan ses ön planda yer almaz ve anlatı görünmez bir söylem üzerine kurulur. Tüm bunlar başarıyı/karı garantileyen unsurlar olmuştur.

“II. Dünya Savaşının sonunda Hollywood dünya film pazarının büyük bir bölümünü ele geçirmiştir. O yıllarda televizyon da yeterince yaygınlaşmadığı için sinema henüz en büyük eğlence aracıdır. Bu dönemde büyük stüdyolar, kendileriyle sözleşmeleri bulunan yıldızları kullanarak gerek büyük bütçeli destansı filmler gerekse de B tipi filmler olarak değerlendirilen ucuz bütçeli filmlerden bolca üretmişlerdir... Örneğin 1949 yılında Amerika’da haftada 90 milyon bilet satılmıştır. Aynı yıl büyük stüdyolar (Metro Goldwyn Mayer, Twentieth Century Fox, Columbia Pictures, RKO, Warner Bros) 411 adet film üretmişlerdir. (Yaylagül, 2010: 13)

Altın Çağ döneminde, Hollywood’un I. Dünya Savaşı sonrası kurduğu küresel dağıtım ağı giderek gelişmiş, diğer ülkelerin Hollywood’un yükselişi karşısında aldıkları önlemler etkili olmamıştır. Hollywood ilk günden itibaren küresel düzeyde izleyici kitlesine hitap etmeyi amaçlamış ve bu uğurda, yıldız oyuncularını kendi bünyesinde toplayarak, Fordist üretim mantığı ile üretilen ve önceden kurgulanmış gerçekliğe sahip (Amerikan Rüyası yaratan) filmlerle tüm dünyayı ABD’nin kültürel ve ticari egemenliği altına almıştır.

Hollywood, film üretim sayısı ve kurgulanmış olduğu hayali evrenle bir hayal fabrikası özelliği taşımaktadır. Ancak kurgulanmış, kültürel ve ideolojik kodlarla işlenmiş, “Bu filmler önce sizi gözlerinizden öper, sona kalbinizden beyninize doğru bir seyahate çıkarak beyninizin bir kıvrımına yerleşir. Bilahare bir bakmışsınız seyrettiğiniz filmin işlediği tema ile beyniniz aynı şeyleri söylemektedir” (Kurtoğlu, 2019: 30).

II. Dünya Savaşına ABD’nin girmesiyle, Hollywood, ABD hükümeti ve ordusuyla işbirliği içinde çalıştı. “Savaş süresince gerçekleşen Hollywood prodüksiyonlarının üçte biri kadarının Amerika’nın savaş zamanı faaliyetlerini doğrudan güçlendirdiği tahmin edilir ve bunun aynı zamanda Hollywood tarihindeki en kar getirici süreçlerden biri olması tesadüf değildir” (Decherney, 2019: 84).

Medya ABD başkanlarının hep ilgisini çekmiştir. “Beyaz Saray’ın Hollywood’daki özel bürosu daha 1940’larda faaliyete geçmiştir” (Kurtoğlu, 2019: 126). Savaş döneminde de ABD başkanı Franklin Delano Roosevelt medyayı çok iyi kullanmış, medya özellikle de Hollywood, orduya katılma, savaşa dahil olma çağrıları yapmıştır. Ekonomiyle iç içeliğinin yanı sıra, siyasetle de iç içe geçen Hollywood, ABD’nin politikalarını ve askeri mücadelelerini yücelten filmleriyle hem içerde hem dışarda zihinleri şekillendirmiş ve şekillendirmeye de devam etmektedir.

II. Dünya Savaşı sonrası yıllar, Hollywood için yine değişim yıllarıdır. Televizyon yayıncılığının gelişmesi ve televizyonun her eve girmeye başlamasıyla sinemaya gitme oranı

gerilemiş dolayısıyla sinema filmlerinden elde edilen karlarda düşüşler yaşanmıştır. Ancak bu durum da uzun sürmemiş, televizyon için içerik üreten yine Hollywood olmuştur.

“Televizyonun gelmesiyle ve ülke içinde tekel-karşıtı yasaların çıkarılmasıyla karlar tehlikeye girince, 1950’li yıllar boyunca dünya pazarının Hollywood için önemi artmıştır. Üretim, dağıtım ve gösterim süreçlerine bir bütün olarak sahip olmanın getirdiği dikey entegrasyon ABD içinde yasa dışı hale gelmişti, fakat küresel ölçekte bunlar hala mümkündü” (Miller ve vd., 2012: 131). O dönem iç pazarda uygulanan tekel karşıtı yasalar ve Hollywood’un izleyicilerini televizyona kaptırması sonucunda deniz aşırı ülkelere özellikle de Avrupa’ya film gönderimleri başlamıştır. 1945 sonrası Avrupa’da yıkılan faşist ve komünist siyasi düzenler, iç pazarda sıkıntıya giren ABD için bir fırsat yaratmıştır. ABD, Hollywood aracılığıyla anti-faşist ve anti-komünist bir yapıya sahip olan filmlerini o ülkelerde dolaşıma sokmuştur.

“1960’ların sonuna gelindiğinde Yeni Hollywood doğdu. Hollywood’un yeniden yapımında rol oynayan etkenler Amerikalıların savaş sonrası banliyölere kaçması, 1960’larda karşı kültürün yükselişi stüdyolar hakkında devam etmekte olan tekelciliği önleme davasının çözüme ulaşması, yabancı filmlerin Birleşik Devletler’de popüler olması, ilk stüdyo patronlarının ölmesiyle sektöre yeni bir liderler dalgasının gelmesidir” (Decherney, 2019: 125).

Dış pazarda satışlarını arttıran Hollywood, iç pazarda da 1960’lı yıllardan başlayarak 1990’lara kadar ki dönemde yaşanan teknolojik gelişmeler ile birlikte tekrardan canlanmayı başarmıştır. Böylece Hollywood yapımı birçok film, dizi, TV programı Avrupa televizyonlarını doldurmuş, video alanında da içerik çeşitliliği yaşanmıştır. Önceleri ABD merkezli film şirketleri dış pazarlardan elde ettikleri gelirlerin çoğunluğunu film kiralama ile elde etmekteyken, yaşanan değişimlerle birlikte artık video kiralama, film ve televizyon programları oluşturmaktadır.

Yeni bir teknoloji olan ve 1980’li yılların başında yeni yeni gelişen video filmciliği (VCR-Video Cassette Recorder)¹⁰ medya alanında faaliyet gösteren şirketler için büyük gelir kaynağı olmuştur. “1980’de sadece 100 Amerikalıdan ikisinin evinde VCR varken, on yıl sonra yaklaşık üçte ikisi VCR’a sahip oldu” (Birbaum’dan akt. Balio, 1998: 31). Başlarda VCR işlerini arttıran küçük şirketler olmuştur. Bu şirketler masraflarını kablo TV ve video ön satışlarından karşılamayı hedeflemişlerdir. Öte yandan büyük film yapım şirketleri ise yüksek bütçeli filmler yapmışlardır ve bu filmlerin bütçesi 75 milyon doların üzerindedir. Bu tutarın

¹⁰ Videoları kasetlere kaydetmek ve oynatmak için kullanılan cihaz.

üstünde bir bütçeye mal olan filmler risksiz filmler olarak adlandırılmış çünkü iyi bir fikir, ünlü oyuncular ve görsel efektlerle bu risk azaltılmıştır.

Hollywood'un ünlü yıldızlarının yer aldığı büyük bütçeli filmler birer medya olayı haline gelmektedir. Filmler ile ilgili promosyon ürünler satılmakta bu ürünler tematik ve eğlence parkları için büyük getiri sağlamakta, yabancı pazarlara dağıtım ve kar elde etmek kolaylaşmaktadır. "Dağıtım kolaylığı, yeni filmlerin ülkedeki her pazarda aynı anda ve büyük bir ulusal reklam kampanyası ile vizyona girmesi olarak tanımlanan yoğun satış taktiği ile doğrudan bağlantılıydı. Yoğun satış taktiği sayesinde filmlerin maliyeti çok kısa sürede karşılanıyordu" (Balio,1998: 59).

Hollywood'un dış pazarlara girmesinin önünde bulunan engeller 1980'li yılların başından itibaren uygulanan ekonomik politikalarla birlikte yavaş yavaş ortadan kalkmıştır. Bu engellerin başlıcaları; kötü durumdaki sinema salonları, devlet kontrollündeki yayıncılık sistemleri gibi unsurlardır.

İlerleyen yıllarda yatırımcılar diğer ülkelerdeki sinema salonlarını yenilemiş, devlet kontrollündeki yayıncılık yerini ticari yayıncılığa bırakmış, kablo TV ve uydu yayıncılığı yaygınlaşmıştır. Bu gelişmeler eğlence sektöründe bir talep yaratmış, Hollywood da bu talebi en iyi şekilde karşılamıştır.

Hollywood neo-liberal politikalar ile birlikte serbestleşmiş, faaliyet alanı genişlemiş, tekel olma yolunda önünde duran engeller kalkmış ve bunların sonucunda da ticari televizyonlarda reklam yapma fırsatı bulmuştur.

Büyük film şirketleri devasa boyutlarda paralar harcayarak MTV gibi müzik kanalları aracılığıyla reklamlarını yapmışlardır. Ticari televizyonlar onlar için ürünlerini sergiledikleri birer pazar tezgâhı haline gelmiştir. Bu da onlara kendi filmlerini pazarlama ve tanıtma fırsatı sağlamış aynı zamanda da film sektöründe rekabete katılmak isteyen küçük şirketleri saf dışı etme olanağı sağlamıştır. Yurtiçinde ve yurtdışında faaliyet gösteren küçük şirketler ya sektör dışına itilmiş ya da büyük şirketler tarafından yutulmuştur. Böylece sinema endüstrisi büyük devlere kalmıştır.

Sonuç olarak 1980'lerin başından itibaren farklı sektörlerle birleşmeye giden, 1990'lı yıllarda ise küreselleşmenin getirilerini iyi kullanan Hollywood, eğlence sektöründe iç pazarda ve dış pazarda hâkimiyetini sürdürmektedir.

Hollywood'un sinema endüstrisindeki hakimiyetinde ve rakipsizliğinde, ekonomik/tekel yapılanması, sermaye ve teknoloji sahipliği, stüdyo-yıldız-tür sistemi, klasik anlatı ve karakter yapısı bir bütün olarak etkilidir.

2.3.2.3. Hollywood Stüdyo Sistemi

1910’larda birçok film şirketi Los Angeles’ın batısındaki küçük Hollywood banliyösü ve civarına yerleşmeye başladı. Yarattıkları sistem on yıl içinde sadece Birleşik Devletler ‘de değil, tüm dünyada sinemaya egemen oldu. Yapımcılığı büyük fabrika benzeri stüdyolara yoğunlaştırmak ve yapımdan tanıtım, dağıtım ve gösterime kadar işin bütün boyutlarını dikey olarak bütünleşmekle, diğer ülkelerin rekabet edebilmek için örnek almak zorunda kaldıkları bir sistem modeli –“Hollywood stüdyo sistemi”- yarattılar.¹¹

Stüdyo sisteminin oluşmasında birçok film ekipmanının patentlerinin sahibi olan Edison’un da ortak olduğu Motion Picture Patents Company’nin tekel yapısı/tekelci davranışı önemli bir rol oynamıştır. Sinemacılar film haklarını buraya devretmedikleri sürece film gösterimi yapmamışlardır.

Motion Picture Patents Company “karteli film yapım teknolojisini yapımcılara, teknik cihazların lisansını ise göstericilere verdi. Birkaç tane yabancı üreticinin şirketten lisans almasına izin verilmişti. Yüzeyde kartelin film teknolojisinde aniden ortaya çıkan şirketleri engellemek için ortaya çıktığı sanılıyordu” (Miller ve vd., 2012: 127).

“Patent şirketi sadece kendi lisansladığı şirketlere alanda faaliyet hakkı tanıdı” (Çetin, 2014: 205). Lisans alarak ayrıcalıklardan yaralanan şirketlerin başında Eastman Kodak gelmekteydi. Ham film üreten Kodak şirketi, filmleri sadece Edison’un patent şirketine kayıt olan ve şirketin lisansına sahip olanlara satmıştır. Böylece patent şirketi kendisine film haklarını devretmeyen ya da para ödemeyen yapımcılara ham film tedariki sağlamayarak onları sektör dışı bırakmaya ve film yapım ve gösterim sürecini kontrol altına almaya çalışmıştır. Kısacası patent şirketi “1900’lerin ilk on yıllık diliminde Amerikan ekranlarında egemenlik kuran yabancı filmlerin egemenliğini bitirmek için yapılanmış ve ABD filmlerinin temelli olarak piyasayı elde etmesinin zeminini sağlamak için çabalamışlardır” (Miller ve vd., 2012: 127). Tüm bu yaşananlar sinema endüstrisinde büyük davaların görülmesine dolayısıyla da büyük giderlere neden olmuştur. Stüdyo inşa edeceklerin ya da stüdyolarını yenileyecek gücü olamayan film yapım şirketleri büyük darbe almışlardır. Edison’un tekelleşen şirketinin getirdiği zorluklardan kaçan bağımsız sinemacılar, arazi yapısı ve iklim koşullarının da uygunluğu dolayısıyla ADB’nin “Batı Yakası” olarak da adlandırılan Kaliforniya eyaletinin Los Angeles şehrinde yerleşmişler ve burayı sinemanın merkezi yapmışlardır.

“1909 yılının sonunda bir dağıtımçı olarak sektöre giren Carl Leammle, Paten Şirketi’nden film satın alamadığı için müşterilerine film üretmek üzere IMP olarak bilinen

¹¹ <https://www.sineplusakademi.com/hollywood-studio-sistemi/> (Erişim:14/11/2021).

Independent Moving Picture Company'yi kurdu. 1910 yılında diğer bağımsızlarla birlikte kendi dağıtım kollarını The Motion Picture Distribution and Sales Company'yi oluşturdular" (Person'dan akt. Çetin, 2014: 205-206).

Leammle'nin bağımsızlarla birlikte oluşturduğu film şirketi zamanla büyümüş, sektörde büyük rakiplerle rekabet eder hale gelmiş ve bunun sonucunda Kodak şirketi ham film satışından Leammle ve bağımsızlar da yaralanabilsinler diye Edison'un patent şirketi ile ilgili olan anlaşmasını yenilemiştir. Yaşanan bu gelişmeler, The Edison şirketinin başarısız tekelleşme girişimi olarak kalmış ve Edison şirketinin karşısında dayanmayı başaran bağımsızlar Hollywood stüdyolarının temellerini atmışlardır.

Hollywood stüdyo sistemi ve stüdyo sisteminin üretim şeklini ifade eden merkezi yapımcı sistemi ve seri üretim sisteminin oluşmasında Thomas Harper Ince sayesinde olmuştur.

Yapımcı ve yönetmen olan Thomas Ince'in 1918 yılında kendi adını verdiği "Ince Köyü" (Inceville) büyük bir alana kurulan ve içerisinde çekilen filmin türüne uygun evlerin, hayvanların ve personelin bulunduğu bir stüdyodur. O dönemin popüler film türü olan western filmlerine uygun olarak tasarlanan köyde, atlar ve atların bakımından sorumlu kovboyar, bufalolar, yerli kabile insanları, çok sayıda posta arabaları bulunmaktadır.

Thomas Ince stüdyo sahipliğinin yanı sıra senaryoyu, çekimin ne zaman, nerede, nasıl ve hangi personelle olacağını belirlemekteydi. Inceville sayesinde Thomas Ince kovboy filmlerinin vazgeçilmezi olan vahşi batı temasını gerçekçi bir şekilde yansıtmayı başarmıştır. "Öte yandan Inceville yukarıdan aşağıya yapılmış verimli bir sistemdi. Ince, beş çekim aşamasını aynı anda yönetti. Her film, onu çekim çekim düzenleyen bir 'akış senaryosunu' takip etti. Detaylı bir plan ile prodüksiyonu her yönüyle daha sistematik bir biçimde yönetmek mümkündü... Film ekipleri epeyce uzmanlaştılar, böylece tasarruflu bir iş bölümü oluştu. Kısa süre içerisinde bütün stüdyolar film yapım fabrikalarına –kimi zaman kullanılan ifadeyle düş fabrikalarına- dönüştü" (Decherney, 2019: 43).

Stüdyo sisteminin temellerini atan Thomas Harper Ince'in, aynı zamanda filmlerin zanaat esasına dayalı üretimden endüstriyel üretime geçmesinde de önemli rolü bulunmaktadır. Ince, "1911 yılında New York Motion Picture Company'ye geçip şirketin California'daki Edendale stüdyolarına geldi. Haziran 1912'de çok genişlediğinden dolayı çalışanlarını iki yapım birimine ayırdı. Bu ayrılma ikinci yönetmen Francis Ford ile birlikte, yönetmen-birim sistemine geçişin başlangıcı olmuştur" (Çetin, 2014: 207). Bu sistem şirkete daha fazla film yapma kolaylığı sağlamıştır.

Ince'in oluşturduğu yeni sistem onun, çekim zamanına, süresine, çekimin nerede, nasıl ve kimlerle gerçekleştirileceği gibi konular üzerinde karar vermesini sağlamıştır. Böylece

stüdyoda yönetmenin yaptıklarına dair her şeyi kontrol edebilmiştir. Hatta bu durum o kadar ilerlemiştir ki, Ince ilerleyen dönemlerde stüdyoda kullanılacak malzemelerin seçiminden, senaryo yazımına, yapımcılığa kadar geniş bir yetkiyi elinde bulundurmuştur.

Ince'in stüdyoda yapılan her şeyin üzerindeki denetimi, üretimin sekteye uğraması, malzeme tedariki ve kullanımı ve kalite sorunlarını gibi problemleri azaltmıştır. Sonuç olarak belirli bir iş bölümünün ve ücretin olduğu endüstrileşmiş bir film yapım süreci ortaya çıkmıştır.

Hollywood, Birinci Dünya Savaşı'ndan itibaren sinema endüstrisinin lideri haline gelmiştir. Savaştan büyük yaralar alan Avrupalı film yapım şirketleri, faaliyetlerini azaltmış, bu süreçte de Avrupa film pazarının elinde gösterime sokulacak film sayısı yok denecek kadar azalmıştır.

Avrupa'daki film gösterimi boşluğu, Hollywood stüdyoları için bir fırsat yaratmıştır. Hollywood stüdyoları "uluslararası dağıtım yan kuruluşları oluşturdu ve Avrupa'daki ve tüm dünyadaki sinema perdelerini Amerikan filmleriyle doldurdu. Hollywood'un 1920'lerdeki en büyük rakiplerinden biri olan Alman Ufa Stüdyosu mali krize girince Paramount ve MGM 4 milyon dolar borç vererek onu kurtardı ve böylece bu iki Hollywood stüdyosu kendine Almanya'da dağıtım önceliği temin etti" (Decherney, 2019: 40).

Hollywood stüdyolarının yurtdışındaki bu egemenliği karşısında bazı ülkeler önlem almaya çalışmışlardır. Almanya, İngiltere gibi Avrupa ülkeleri, Hollywood filmlerinin ithalatına kısıtlama getirerek, 'Film Europe' hareketini başlatmışlardır. Bu hareket, Hollywood filmlerinin gösteriminin kısıtlanması gerektiğini öngörürken, Avrupa sinemasını da teşvik etmeyi amaçlamıştır. ABD ise bu duruma, kendi filmleri için daha iyi müzakereler yapması amacı ile film ofisi kurarak karşılık vermiştir.

ABD kongresi, 1918 yılında Webb-Pomerene Kanunu'nu (Amerikalı ihracatçılara, dış ticarete rekabet içinde oldukları diğer teşebbüslere sağlanan kolaylıkların benzerini sağlamak) kabul etti. Bu kanun Hollywood'a da denizaşırı ülkelerde serbestlik ve gizli anlaşmalar yapma olanağı tanıdı. Ayrıca, stüdyolar bir araya gelerek 1922'de sertifika ve derecelendirme kuruluşu olan Motion Picture Producers and Distributors of America (MPPDA) adıyla kendi organizasyonlarını kurdular ve bu organizasyonun başına Will Hays'i yönetici olarak atadılar. Kurulan bu organizasyonun bir amacı da uluslararası dağıtımdaki engelleri kaldırmaktı.

MPPDA'nın yöneticisi olan Will Hays, Hollywood filmlerinin Amerikan kültürünü, ideolojisini ve ürünlerini tüm dünyaya tanıtmaktaki ve satmaktaki önemli rolüne vurgu yapmıştır. "Hays, defalarca, 'Amerikan filminin her otuz santimetresi', demiştir 'dünyanın herhangi bir yerine 1 dolar değerinde ürün satar'" (Decherney, 2019: 41). Tabii ki bu uğraşlar sonucu, uluslararası dağıtım engellerini aşan Hollywood, kazancını arttırarak yoluna devam

etmiş, dolayısıyla da Hollywood ve ABD'nin uluslararası ekonomik ve kültürel görünürlüğü hegemonik seviyelere ulaşmıştır.

Hollywood'un stüdyo sistemi, II. Dünya Savaşı'ndan sonra bir değişim yaşamıştır. Bu değişimin ayak sesleri II. Dünya Savaşı'ndan öncesi yıllara dayanmaktadır.

Hollywood, kendi filmlerinde şiddet, ahlaksızlık gibi unsurları körüklediğine dair eleştiriler ile karşı karşıya kalmıştır. Bunun yanı sıra “Yüksek Mahkeme tarafından verilen anti-tröst kararı, savaş sonrası düşen izleyici sayısı ve televizyonun yaygınlaşması Hollywood’u bir yeniden yapılanma sürecine itti. 1938’de Adalet Bakanlığı tüm majör film şirketlerinin tekeli uygulamalarına karşı on yıldan fazla sürecek uzun bir dava dizisini başlattı. Bu dava dizileri bir bütün olarak Paramount Davası olarak adlandırılır” (Çetin, 2014: 210). Hollywood bu tip sorunların üstesinden gelmek için Prodüksiyon Tüzüğünü benimsemiştir. Paramount, Twentieth Century Fox ve Warner Brothers gibi büyük stüdyoların aralarında benimsedikleri bu tüzük, stüdyoların, politik ve sosyal mesajlar verirken belirli bir çerçeveye göre hareket etmesini ve olabilecek en geniş izleyici kitlesini hedeflemesini sağlamıştır.

Prodüksiyon tüzüğü çerçevesinde bazı kurallar yer almaktadır. Buna göre, Hollywood, izleyicilerine karşı bir sorumluluğa sahiptir, ahlaki ve politik mesajlar verirken dikkat edilmeli, din ile alay edilmemeli, filmlerde seks ve suç gibi unsurlar yansıtılırken bu unsurlar övülmemeli, farklı etnik yapıdan ve ulustan olan insanlar filmlerde kötü gösterilmemelidir. Kısacası Prodüksiyon tüzüğü, Hollywood’un hem yurtiçinde hem de yurtdışında en fazla izleyiciye ulaşarak kar etmesini sağlamaya yönelik alınmış bir karardır. Fakat bu tüzüğün delinmesi çok da uzun sürmeyecektir.

Büyük stüdyolar (Paramount, Twentieth Century Fox, Warner Brothers) kendi aralarında aldıkları kararlar ile kendilerine dönük anti-tröst yasalardan ve eleştirilerden uzak kalmayı amaçlamışlardır. O dönem stüdyolara karşı açılan davalar rafa kalkmıştır. Bunda ilginç bir şekilde stüdyoların kendi aldıkları önlemler değil II. Dünya Savaşı etkili olmuştur. ABD hükümeti, Hollywood ve ordunun bir arada çalışmasını teşvik etmek için stüdyolar hakkında yürütülmekte olan tekel karşıtı davaları askıya almıştır.

Alınan kararlar neticesinde stüdyolar, II. Dünya Savaşı boyunca (sonrasında da hep devam eden) orduya destek vermiştir. Stüdyolar, ürettikleri filmlerin (vatanseverliğin, cesaretin ön planda olduğu) ve sahip olduğu yıldızların (oyuncular) gücünü kullanarak kamuoyunu şekillendirmişler, orduya güç ve moral vermişlerdir. Ordu, Beyaz Saray ve siyasilerle ilişkileri artmış, savaşa verdikleri (özellikle propaganda) destekten dolayı savaşın en etkili kurumlardan biri olmuşlardır.

Warner Brothers'ın 1939 yılında yaptığı ve Nazileri konu alan ilk büyük stüdyo filmi olan “Confessions of a Nazi Spy” (Bir Nazi Casusunun İtirafı) stüdyolar için büyük bir değişikliğin öncüsü olmuştur. Bu filmle Hollywood, siyasi filmler ile tanışmıştır. Warner Bros. aldığı siyasi destek ile prodüksiyon tüzüğünü delerek stüdyolarını savaştaki bir ortama göre şekillendirip genişletmiştir. Warner Bros. Confessions of a Nazi Spy filmi ile büyük ilgi toplamış, dönemin eleştirmenlerinden ve izleyicilerinden tam not almış ve aynı zamanda Nazi karşıtı filmler dalgasının öncüsü olmuştur.

II. Dünya savaşı sonrası Hollywood stüdyoları için yine değişim yıllarıydı. Televizyonun gelişmesi ve her eve girmesi sonucu Hollywood, izleyicilerini televizyona kaptırmaya başlamıştı. Öncelikle, televizyon stüdyolar için bir tehdit olarak algılandı. Ancak televizyonda gösterilecek içeriklere talep artmaya başladığında Hollywood sahnede yerini almıştır. Böylece televizyon Hollywood için bir tehdit değil aksine yeni bir pazar haline gelmiş ve stüdyolar televizyonlara film satmaya başlamıştır.

Hollywood, televizyona özel içerikler üretmeye başladığında ufak bir sorun ile karşı karşıya kalmıştır. Bu sorun, televizyon için üretilen içeriklerin belirli bir formatta olmasını gerektiriyordu. Hollywood bu sorunu görüntüleri ekrana sığdıracak şekilde alttan ve üstten kırparak aştı. Stüdyolar büyük bütçeli yapımlarını sinema salonlarında gösterdikten sonra televizyona satmış, ardından VCR, DVD ve günümüzde birçok kullanıcıya sahip dijital platformlarda gösterime sokmuştur.

“1960’ların sonuna gelindiğinde Yeni Hollywood doğdu. Hollywood’un yeniden yapımında rol oynayan etkenler Amerikalıların savaş sonrası banliyölere kaçması, 1960’larda karşı kültürün yükselişi stüdyolar hakkında devam etmekte olan tekelliliği önleme davasının çözüme ulaşması, yabancı filmlerin Birleşik Devletler’de popüler olması, ilk stüdyo patronlarının ölmesiyle sektöre yeni bir liderler dalgasının gelmesidir” (Decherney, 2019: 125).

“Günümüzün yeni stüdyo sistemini kontrol eden küresel sermayedir. Bu yapının temel amacı öncelikle artı değer yaratmak ve kar etmektir. Bunu sağlamanın temel yollarından birisi üretim, dağıtım, gösterim ve tüketim zincirlerini kontrol ederek, yani yatay, dikey ve çapraz tekelleşme yoluyla mümkün olduğunca çok izleyiciye ulaşmayı garanti altına almaktır” (Yaylagül, 2010: 21). Her dönemde iki elin parmak sayısını geçmeyecek sayıda olan Hollywood stüdyoları, tekeli yapılanmaları, film yapım ve gösterim teknolojisindeki üstünlükleriyle de küresel çapta izleyiciye ulaşmakta, pazar egemenliklerini sürdürmektedirler.

Günümüzde Hollywood stüdyo sisteminde, stüdyolara bağlı çalışanlarla (yönetmen, yıldız oyuncular, yardımcı oyuncular, figüranları, teknik ve altyapı çalışanları vb.) belirli tür ve içerikte, popüler kültür taşıyıcısı filmler, kapitalist üretim ve tüketim mantığıyla çokça

üretilmektedir. Stüdyo sitemi, yıldız sistemi, tür sitemi ve anlatı yapısı da bu üretim ve satış sistemini desteklemek amaçlı geliştirilmiş ve kullanılmaya devam edilmektedir. "

Hollywood'un teknolojik yeniliklerle donatılmış, devasa boyuttaki stüdyoları, sayısız filme ev sahipliği yapmaktadırlar. Bu stüdyolar New York, Londra, Paris gibi büyük şehirlerin kopyasını barındırmaktadır. Ayrıca stüdyo sistemi film çekme işindeki maliyeti de aza indirmiştir. Filmde bir çöl sahnesi için gerçek bir çöle, ya da bir aksiyon sahnesinde Paris Eifel kulesinin üstünden geçen bir uçak için Paris'e gitmeye gerek kalmadan, filmler stüdyo ortamında dijital teknolojinin de yardımıyla rahatça çekilebilmektedir.

Hollywood'un, büyük bütçeli ve bir üçüncü dünya ülkesinin gelirinin de üstünde hasılat yapan filmlerini çektiği stüdyoları aynı zamanda birer tematik park özelliği de taşımaktadır. İzleyiciler tarafından beğenilen ve kült hale gelen filmlerin çekildikleri stüdyo ortamı ve çekim sırasında kullanılan malzemeler, araç gereçler ve oluşturulan kompozisyon belirli bir ücret karşılığında izleyicilere açılmaktadır.

2.3.2.4. Yıldız Sistemi

Stüdyolar zamanla ticari faaliyetlerini arttırarak kendi tarzlarını oluşturmuşlar, gişe başarısı elde edebilmek için birçok yol denemişlerdir. Bunlar klasik anlatı yapısı ve buna uygun olarak gelişen karakter yapısı, stüdyo sistemi ve yıldız sistemi gibi unsurlardır. Film yapımına tutarlılık ve istikrar getiren bu yöntemler/modeller, filmlerin gişe başarısını da garanti altına almaktadır.

"Hollywood'un en önemli özelliği yıldız sistemine dayanmasıdır. Yani anlatılacak öykülerin dünya çapında beğeni gören aktör ve aktrisler aracılığıyla anlatılmasıdır... Yıldız sistemi doğrudan büyük bütçeli ticari filmlerle ilgilidir. Bu tip filmlerin başrol oyuncularını yıldızlardır ya da başka bir ifadeyle yıldızlar büyük bütçeli ticari filmlerde başrol oynayan aktris ve aktörlerdir" (Yaylagül, 2010: 14)

"Sinemanın tarihine bakıldığında yıldız sistemini etkileyen 4 temel etken yer almaktadır. Bunlar: 1- Halkın, filmlerde oynayan oyuncuların isimlerini bilmek istemesi. 2- Yapımcıların ilk başlarda oyuncuların isimlerinin açıklanmasını istememeleri. Bunun nedeni oyunculara fazladan para vermek istememeleri ve meşhur oyuncuların, filmde kendi adlarıyla yer alarak gerçek hayattaki itibarlarını riske atmak istememeleridir. 3- Carl Laemmle, Edison'un patent şirketine karşı üstünlük kurmak amacıyla ilk yıldızını Florence Lawrence'ı tanıttı. 4- Böylece Edison şirketine ile bağımsızların mücadelesinden bağımsızların galip gelmesi, yıldız sistemini ortaya çıkardı" (deCordova, 2007: 132).

Yıldız sistemi Amerikan sinemasında 1910'lu yıllardan itibaren vardır. Edison, vodvil oyuncularını, bağımsız sinemacılar tiyatro oyuncularını sinemaya taşıdılar, onların yeteneklerinden, tanınırlıklarından yararlandılar.

“Gazeteciler, Biograph’ın popüler aktrisi Florance Lawrence’ı henüz adı izleyiciler tarafından duyulmadan önce Biograph Kızı şeklinde tanımlamaya başladı. Carl Laemmle 1909’da Lawrence’ı IMP bünyesinde işe aldı ve özel hayatı, gelecekte yayımlanacak filmleri ile ilgili sansasyonel hikayeler yayarak onu sinema yıldızı konumuna yükseltti” (Decherney, 2019: 33). Böylelikle, yıldızların sinema için değerini önce keşfeden bağımsızlar olmuştur.

Yıldızlar için yaratılan imajlar, günlük yaşamları, sansasyonel ilişkileri (abartılarak oluşturulan, ya da öyle algılanmasına izin verilen), dergilerde, gazetelerde sürekli işlenmiş, sadık hayran kitlesi yaratmak ve filmlere olan ilgiyi arttırmak amaçlanmıştır.

Yıldız yaratmak, yıldız imaj yaratmak, karakter kazandırmak uğraşlı ve arkasından kazançlı bir iş olmuştur. Bu nedenle stüdyolar uzun süreli kontratlarla yıldızları kendilerine bağlamışlar, onlar üzerinde uzun süreli hak ve kontrol sağlamaya çalışmışlardır. Stüdyolar yıldızlarla, yıldızlar bazı karakterler, tipler ve tür filmleriyle anılır, tanınır olmuştur.

“Bir film yapımı aşamasına geçildiğinde, oyuncular sınırlı bir prova süreleri vardır, sahneler yerinde veya stüdyoda gerektirdiği kadar tekrarlar çekilir. Post-produksiyonda, oyuncular ses için dublaja girerler ve ses senkronizasyonu yapılır. Bu aşama birçok oyuncu için bir film üzerindeki çalışmaların sonu gibi görünmektedir, ancak yıldızların filmlerin dağıtımında önemli bir rolleri vardır. Yıldızların, filmle ilgili basın röportajları vermek, gösterim yemeklerine katılmak, galalarda yer almak, çeşitli tanıtım görevlerinde bulunmak, televizyon sohbet programlarına katılmak gibi rolleri vardır” (McDonald, 2000: 9).

Yıldızlar filmlerin gişe başarısının olmazsa olmazı haline gelmişlerdir. Çünkü sadece film yapımında üretiminde rol almakla kalmıyor, pazarlanması ve tüketilmesi aşamasında da etkin durumdadırlar. Hatta yeni yapılacak filmler için hayran kitlesini, izleyici kitlesini isteklendirirler.

“Yıldızlar tekrar ve tutarlılık vadederek film yapımı işinin beraberinde getirdiği belirsizlikleri önler. Zamanla, stüdyolar, yıldızların oynadığı karakteri filmler boyunca sürecek şekilde ustalıkla işleyip yönetmek ve ilk gösterimler arasındaki sürede sinema izleyicilerinin ilgisini tanıtım yoluyla canlı tutmak için bir sistem geliştirdiler” (Decherney, 2019: 46). Bu sistem de yıldız sistemi olmuştur.

“1910’da sinemanın yeni girişimcilerinin girdikleri ticari savaştan doğan bu buluş, dünyanın yüzünü değilse bile anatomisini değiştirecektir. Star, kişileri canlandıran bir aktörden fazla bir şeydir. Star somut kimliğine onlarla bürünür. Ve onlar da gerçek kimliklerini starda

bulurlar. Star aynı anda her yerde bulunan ve evrensel olandır. Hangi güçle? Üçlü doğasıyla çünkü starın üç kesin silahı vardır” (Seguela, 1991: 55).

Seguela’nın, (1991: 55-56-57) starın üç silahı dediği star özellikler özetle şunlardır. Birincisi inandırıcı olması, bu onda doğal bir işlevdir, görünmesi yeterlidir. Star satın aldırır, bu onun var olma nedenidir. Star tek mutlak maldır. Birçok yönü satın alma özelliği taşıyan tek maldır. Oyunu, görüntüsü, sesi ve anılarına kadar her şeyi paraya çevrilebilir. İkincisi, zamana meydan okumasıdır. Ölümsüzlük ayrıcalığı tanınmıştır ona. Zamana meydan okuyabilmek, kamuoyunu hiç bıktırmadan elli, yüz, iki yüz rol oynamaktır. Her seferinde ruhunu vermek ve hiçbir zaman yitirmemektir. Kendi kendisi kalarak şaşırtmadan, değişmeden yenilenmektir. Üçüncüsü ise çekiciliktir. Çünkü çekicilik iletişimle at başı gider. Yaşı ve cinsiyeti ne olursa olsun, starların ortak paydası ve gündelik ekmeği hoşla gitmektir, inandırmak, uzun süreli olmak ve çekmek. Aslında star tarihin en büyük pazarlama olayıdır.

Seguela, star özelliklerinden sonra, star nasıl oluşturulur sorusunun cevabını da vermektedir. “Sıradan bir insanı olağanüstü yapmak için kişiliğinin üç unsurunu (fizik, karakter, stil) olağanüstü kılmak yeterlidir. Fizik inandırıcı olması için, karakter, sürekli olması için, stil çekicilik için. Sıradan, bilinen bir gerçek. Ama çaba gerekir bu iş için. Star doğulmaz, star olunur. Akıl, sebat, yöntem ve yetenekle” (Seguela, 1991: 58).

“Hollywood’un eğlence endüstrisi, kendi yarattığı yıldızların ikonolojik özelliklerinden faydalanır. Yıldızların en temel özelliği, izleyicilerin dikkatini çekmesi yani satmasıdır. Sadece sinema değil, TV, gazete, dergi, radyolar ve internet başta olmak üzere her türlü eğlence formunda yıldız sisteminin ikonolojik özelliğinden faydalanarak maddi ve düşünsel satış gerçekleştirilir. Çünkü yıldızlar sayesinde onların milyonlarca hayranına bir anda ulaşmak mümkündür. Satışı garanti altına alabilmek için yıldızlar sayesinde Hollywood’a görkemli ve mistik bir anlam yüklenir” (Gerardo’dan akt.Yaylagül, 2010: 15)

Sonuçta yaratılan yıldızlar sinemanın taşıyıcı kolonu olmuşlar ve olmaya da devam etmektedirler. Popüler kültürün, tüketim kültürünün egemen olduğu günümüzde en büyük malzeme yıldızlardır.

Yıldız sistemi de, sinemanın üretim, dağıtım ve gösterim aşamalarının ayrılmaz bir parçasıdır. Sinema da yer alan her türden ve konudan film, yıldız sistemi ile iç içe geçerek varlık bulur.

2.3.2.5. Tür Sistemi

Tür sistemi, Hollywood stüdyolarının film yapımındaki riskleri azaltmak, kazancı öngörülebilir kılmak için geliştirdiği bir sistemdir. Türlerle formüle edilen filmler seyirci açısından da bilinirliği, beklentiyi öngörmektedir.

Edebiyattan başlayarak diğer sanat dallarında da kullanılmaya başlayan türler sinemada da yer buldu. “Edebiyat çalışmalarında, tür sözcüğü farklı bir şekilde geleneksel olarak tarih, komedi ve trajedi gibi daha geniş sınıflandırmalara odaklı kullanılır. Kurgu türü, filmler ve diğer çalışmalar, genellikle ‘düşük edebiyat’ olarak, en düşük ortak seviye ya da mümkün olan en çok sayıda insan için yaratılan formülcü çalışmalar olarak adlandırılır. Kurama göre metinde beğeni düzeyi ne kadar düşerse, ulaşacağı insan sayısı da o kadar yüksek olacaktır” (Berger, 2012: 27).

Mekân, konu, karakter gibi kavramlarla gruplandırılan, aralarındaki ayrım çok net olmasa da onlarca tür geliştirilmiştir. Birçok unsur bir araya gelerek bir tür (korku, gerilim, komedi, polisiye, müzikal, savaş, tarihsel, western, gangster, bilim-kurgu, biyografi, macera, aksiyon gibi) oluşturur. Mekan, dekor, kostüm, karakter, ikonografi (görsel kodlar), konu/olay örgüsü, türleri belirleyen unsurlardan bazılarıdır. Tür filmlerinin hepsinde bütün unsurlar olmasa da ayırt edici unsurlar yer alır. Örneğin, büyük çiftlikler, yerliler, sınır kasabaları, atlar, sığırlar, şapkalı, deri çizmeli kovboylar Western filmlerin tür göstergesidir. Vampirler bir korku filmi izlediğimize işaret ederken, uçan araçlar, çok fonksiyonlu, insansı robotlar, parlak metalik renkli kıyafetler, laboratuvarlar bilim-kurgu izlediğimizi gösterir.

“Bir film ilk defa yapılıyor, kesin olarak hiçbir türe uymuyor ve büyük bir başarı sağlıyorsa, muhtemelen kopyalanacak ya da tekrarlanacaktır. Benzer filmler yapılacaktır. Bunlar da başarılı olursa daha fazlası gelecektir. Eğer kısa ömürlü olursa tam anlamıyla bir türden ziyade bir ‘furya’ olarak sınıflandırılabilir. 1970’lerin ya da 1990’ların felaket filmleri bu şekilde tanımlanabilir... Tür olarak değerlendirilmek için bir filmin geçici bir akım veya modadan daha fazlası olması gerekir. Devamlılığa, derinliğe ve yankı yaratmaya ihtiyacı vardır” (King, 2010: 128).

Benzer konuları, karakterleri ve olay örgüsünü kullanan tür filmleri, yıldızlarla ve diğer yardımcı ikonlarla yapılan çeşitlendirmelerdir, tekrar üretimlerdir. Denenmiştir, satış ve kar garantisi vardır. “Hollywood tarihinde tür, bir anlamda filmlerin önceden satışı için bir yol olmuştur” (King, 2010: 128)

Hollywood’un stüdyo sistemi, yıldız sistemi ve tür sistemi bir bütün oluşturmuş, bazı stüdyolar bazı türlerde öne geçmiş, bazı yıldızlar bazı türlerin yüzü olmuş, bazı yönetmenler bazı türlerde uzmanlaşmıştır. “Warner Bros. 1930’larda gangster filmlerinde uzmanlaşarak

stüdyo için bir kimlik yarattı... Stüdyo bu filmlerde kendi ekibindeki James Cagney, Humphrey Bogart ve John Garfield gibi sert erkek yıldızları kullandı” (Decherney, 2019: 53).

Nasıl stüdyolar ve yıldız oyuncular belirli türlerle birlikte anıldılarsa aynı şekilde yapımcılar ve yönetmenler de belirli türlerle anılmıştır. Korku ve gerilim filmi deyince Alfred Hitchcock’ un akla gelmesi, John Ford’un western filmlerle anılması da bu konuya örnek teşkil edebilir. Ancak tür filmleri kesin kazanç demek olduğundan hiçbir stüdyonun tekelinde kalmamıştır. Stüdyolar da prodüktörler de başarı yakalayan, çok gişe hasılatı yapan tür filmlerini kendi stüdyolarında çekmişlerdir.

Seyircinin yaşı, cinsiyeti, sosyo-kültürel durumu, değişen dünya ve teknoloji gibi etkenlerden ya da bazı türlerin seyirci tarafından daha çok tutulmasından dolayı, bazı türler zamanla geri planda kalırken bazı türler de bir arada kullanılmaktadır. Ama tür filmleri seyircinin ve üreticisinin önündeki bilinmezi kaldırdığından dolayı her durumda varlığını koruyacaktır.

2.3.2.1. Klasik Hollywood Anlatısı Yapısı

Anlatı, belirli bir zaman içerisinde geçen, mantık çerçevesinde tutarlı bir konu ile birbiri ile bağlantılı hale gelen bir ya da birden fazla olayın aktarılması olarak tanımlanabilir. Bir başka deyişle anlatı, gerçek veya gerçek dışı (düşsel, hayal) olayların farklı göstergeler aracılığı ile ortaya çıkan bir bütündür.

Anlatılar kurmaca ve doğal anlatılar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Kurmaca anlatılar yapay olarak üretilen anlatılarken, doğal anlatılar ise kurmaca olmayan anlatılardır. Doğal anlatılara örnek olarak, mektup, anı, hayat hikayesi, tarihi kayıtlar, bilimsel çalışmalar, gazete yazıları gibi türler gösterilebilir. Kurmaca anlatılar arasında ise destan, masal, fabl, roman, öykü, sinema filmleri, televizyon dizileri ve programları gibi türler yer almaktadır.

Kurmaca anlatılar sinemada büyük öneme sahiptir. Bu tarz anlatılar düşsel, kurgulanmış ve tasarlanmış anlatılardır. Diğer tüm kitle iletişim araçları gibi sinema da gerçekliği olduğu gibi yansıtmaz. Gerçekliği alır, onu tasarlar, kurgular. Böylece ortaya çıkan salt gerçeklik değil, gerçekliğin değişime uğramış şekli yani sinemanın kendi gerçekliğidir. Kurmaca anlatılardan etkilenmenin ve keyif alınmasının nedeni de bu anlatılara ve kurgulanan gerçekliğe inanmaktır.

Sinema filmlerinde yer alan her şeyin hayali ve kurmaca olduğu bilinir fakat film izlerken her şey gerçekmiş gibi algılanır ve öyle tepki verilir. “Bir anlatı, öykü zamanı içinde geçen pek çok olaydan önemli olanları seçerek ve bunları belirli ve ilgi çekici bir biçimde bağlayarak öykü anlatmaktır” (Ryan ve Lenos, 2012: 143).

“Anlatı bir öykü ya da filmdeki olayların gerçek yaşamı çağrıştıracak biçimde düzenlenmesidir. Bazı açılardan anlatının perspektif içinden çıktığı söylenebilir. Dünyayı belirli bir perspektiften görmek o dünyaya ait öyküyü belirli bir yolla anlatmak demektir. Perspektif dünyanın sadece bir kısmını görmenize izin verir. Bu nedenle anlatılar her zaman odaklanmış; görmenize izin verirler fakat göreceğiniz alanı kısıtlar” (Ryan, 2012: 25).

Sinema filmleri izlerken biz seyircilere belirli yöntemler kullanılarak öykü anlatıldığını görürüz. Öykülerin aktarılma yoluna anlatı denilmektedir. Anlatı film öyküsünden farklıdır. “Bir filmde olan biten her şeyi kendi olağan süresi içinde gördüğünüzü düşünün- saniye saniyesine. Altı günde geçen bir filmin süresi de altı gün olacaktır o zaman. Bu durumda olayları görmüş olursunuz fakat aslında bir anlatı ya da ‘anlatılmış bir öykü’ görmezsiniz” (Ryan ve Lenos, 2012: 143).

Anlatı öykü türünü kapsayan bir kavramdır. Tüm öyküler birer anlatı unsuru iken her anlatı bir öykü değildir. Tarihsel metinler birer anlatıdır fakat öykü değildirler. Çünkü tarihsel metinler bir olay örgüsü taşımamaktadırlar. Öyküler başlangıç ve son olan, anlatıcı tarafından anlatılan, belirli bir zaman diliminde geçen ve tasarlanmış bir olay örgüsüne sahip olan kurmaca bir anlatıdır.

Kurmaca olan bütün metinler (sinema filmleri de dahil) birer çatışma ve karşıtlık barındırırlar. Daima çözülmesi gereken bir sorun ve o sorunu çözmek için yola düşen bir kahraman bulunmaktadır. Bu metinler anlatıyı güçlendirmek için ikili karşıtlıklardan da yararlanmaktadır. Kurmaca anlatıların ana temaları genellikle kadın-erkek, iyi-kötü, insan-doğa, insan-uzay, yerli-Amerikalı, kahramanlık-korkaklık, yaban-medeni, birey-toplum, düzen-kargaşa gibi karşıtlıklardır.

Sinema da öykü anlatmanın birden fazla yolu bulunmaktadır: Sovyet sineması, Fransız Yeni Dalgası ve klasik Hollywood anlatı biçimi gibi.

Klasik anlatı, Hollywood’un ustaca kullandığı ve tarih boyunca kitleleri kendine çekmeyi başarmış, uzun ömürlü bir anlatıdır. Anlatıyı aktarmada yaşanan teknolojik değişimlerin yanı sıra oyunculuk stillerindeki değişimler bile Hollywood’un klasik anlatı yapısını yerinden edememiştir. Bu anlatı biçimin temelleri, sinemanın ilk ustası olarak da bilinen David Mark Griffith tarafından atılmıştır. Onun kullandığı klasik anlatıda ikili karşıtlıklara bolca yer verilmekte, toplumsal düzenin ve sistemin devamlılığında önemli bir rol üstelenen Amerikan sinemasının ideolojik yapısı net bir şekilde görülmektedir.

Klasik anlatı yapısına sahip olan filmler küresel film yapım şirketleri tarafından kar etmek amacıyla üretilmekte, küresel düzeyde pazarlanmakta, dünyanın her köşesinden izleyicilerin ortak beğeni düzeyine sunulmaktadır. Bu şirketler, daha önce denemiş ve tutmuş,

karlı ve riski az olan türleri, biçimleri ve teknikleri kullanmaktadırlar. Klasik anlatı yapısı da bu biçimlerden biridir.

Klasik anlatı yapısı kolayca kavranabilen görsel evrenler inşa eder. Bu evrende daha çok popüler kültür değerlerine (aşk, cinsellik, cesaret, kahramanlık, aile, yardımlaşma, bireysellik, rekabet gibi duygu ve davranışlara) yer verilir. Hollywood filmleri yapay olarak oluşturulan, kurmaca eserlerdir. Hollywood'un kullandığı klasik anlatı yapısında, anlatılar olumsuz durumlardan olumlu durumlara doğru bir yol izler. Klasik anlatı sinemasında, “pek çok film klasik kahramanlık anlatılarıdır. Ait olduğu topluluk üzerine yöneltilen tehdidi bozguna uğratan bireylerin öyküsünü anlatırlar. Bu tip kahramanlık anlatıları genellikle kötünün tehdidine ait basit modele karşı, en az onun kadar basit erdemli kahramanlık modelleri kullanırlar. Kahraman hepimizin paylaştığı normları taşımakta, kötü karakter ise bu normları kırmakta ve medeniyete dair temel kuralları ihlal etmektedir. Sonuçta, tahmin edilebileceği üzere, normları kahramanca savunan kişi galip gelir” (Ryan ve Lenos, 2012: 147).

Klasik Hollywood anlatısı, Vladimir Propp'un Rus halk masallarındaki karakterlerin eylemlerinden yola çıkarak ortaya koyduğu “Masalın Biçimbilimi” çalışmasındaki 31 işlevden de yararlanmaktadır.

Propp yaptığı çalışmanın sonucunda “seçtiği masallar için, karakterlerin işlevlerinin sayısının sınırlı olduğu, işlev dizisinin her zaman aynı olduğu ve tüm bu masalların tek bir yapının örnekleri olduğunu” (Gervas, 2013: 106) ortaya koymuştur.

Propp'un çalışmasında “masalın temel ögesi masaldaki kişilerin işlevleridir. İşlevler olmazsa anlatı da olmaz” (Alicenap, 2019: 402). Buradan hareketle Ryan ve Lenos (2012), karakterin 31 işlevini şu şekilde sıralanmaktadırlar:

1. Aileden biri evden uzaklaşır.
2. Kahraman bir yasakla karşılaşır.
3. Yasak çiğnenir (kötü karakter genellikle bu noktada öyküye dahil olur)
4. Saldırgan bilgi edinmeye çalışır.
5. Saldırgan kurbanıyla ilgili bilgi toplar (kötü karakter yanıt verir)
6. Saldırgan, kurbanını ya da servetini ele geçirmek için onu aldatmayı dener.
7. Kurban aldanır ve böylece istemeyerek düşmanına yardım etmiş olur.
8. Saldırgan aileden birine zarar verir.
 - a. Aileden birinin bir eksiği vardır; Aileden biri bir şeyi elde etmek ister.

9. Kötülüğün ya da eksikliğin haberi yayılır, bir dilek ya da bir buyrukla kahramana başvurulur, kahraman gönderilir ya da gitmesine izin verilir.
10. Arayıcı kahraman eyleme geçmeyi kabul eder ya da eyleme geçmeye karar verir.
11. Kahraman evinden ayrılır.
12. Kahraman büyülu bir nesneyi ya da yardımcı edinmesini sağlayan bir sınav, sorgulama, saldırı vb. ile karşılaşır.
13. Kahraman ileride kendisine bağışta bulunacak kişinin (Bağışçının) eylemlerine tepki gösterir.
14. Büyülü nesne kahramana verilir.
15. Kahraman aradığı nesnenin bulunduğu yere ulaştırılır, kendisine kılavuzluk edilir ya da yol gösterilir.

Yol A: Mücadele ve kötü karakterin bozguna uğratılması; Eksik Giderilmesi ve Dönüş:

16. Kahraman ve saldırgan, bir çatışmada karşı karşıya gelir.
17. Kahraman özel bir işaret edinir.
18. Saldırgan yenik düşer.
19. Başlangıçtaki kötülük giderilir ya da eksiklik karşılanır.
20. Kahraman geri döner.
21. Kahraman gizlenir.
22. Kahramanın yardımına koşulur.

Yol B: Dikkat Çekmeyen Varış, Görev, Tanınma, Ceza, Evlilik:

23. Kahraman kimliğini gizleyerek kendi evine döner ya da başka ülkeye gider.
24. Düzmece bir kahraman asılsız savlar ileri sürer.
25. Kahramana güç bir iş önerilir.
26. Güç iş yerine getirilir.
27. Kahraman tanınır.
28. Düzmece kahramanın, saldırganın ya da kötünün gerçek kimliği ortaya çıkar.
29. Kahraman yeni bir görünüm kazanır.

30. Düzmece kahraman ya da saldırgan cezalandırılır.
31. Kahraman evlenir ve tahta çıkar.

Klasik Hollywood anlatısının yararlandığı bir başka yapı ise, Joseph Campbell'in “Kahramanın Sonsuz Yolculuğu” adlı çalışmasıdır. Bu çalışmada da Propp'un çalışmasına benzer biçimde kahramanın yolculuk sırasındaki dönüşümü ele alınmaktadır.

Kahramanın yolculuğunda “Campbell farklı kültürlerin antik mitlerden başlayarak ‘kahraman’ olarak adlandırdığımız kurgusal karakterin bir arketip olduğunu ve sonrasında kurgulanan tüm kahraman tiplerinin bu ilk örneğe bağlı olarak geliştiğini iddia etmektedir” (Edman, 2017: 13).

Campbell'in çalışmasında kahramanın işlevleri kısaca özetlemek gerekirse; Kahraman güvenli ortamında yaşamaktadır. Sonra bir tehdit ortaya çıkar ve kahraman bu tehdidi yok etmek için yolculuğa atılır ve güvenli ortamını terk eder. Kahraman tehdit ile yüzleşir fakat kahraman ilk başta bu tehdidi yok edecek erdeme, bilgiye ve güce sahip değildir ve yenilgiye uğrar. Kahramanın güce ve bilgiye ulaşmasına yardım eden bir bilge ya da kılavuz vardır. Bu karakter kahramana yardım eder kahraman güce ve bilgiye ulaşır ve son kez tehdidin karşısına dikilir. Günün sonunda kahraman tehdidi ortadan kaldırır, dünyayı kurtarır ve güvenli ortamına geri döner.

Klasik Hollywood anlatı yapısına göre tasarlanan birçok filmde bu işlevler, son derece uyumlu bir biçimde ve aynı sırada gerçekleşmektedir. Hollywood filmleri Campbell'in ve “Propp'un listelediği işlevleri dikkate değer biçimde kullanır. Peki, birbirimize anlattığımız öyküler neden hep aynı modeli izler? Bunun nedeni kahraman anlatısına ait temel formatın kültürümüzün ve uygarlığımızın temel normlarını desteklemesi olabilir” (Ryan ve Lenos, 2012: 151).

Hollywood sineması teknolojik ve kurmaca açısından birçok değişim yaşasa da bugün hala klasik anlatı yapısının örneklerini bizlere sunmaktadır. Klasik Hollywood anlatısı, sinemada öykü anlatımına dair popüler bir biçim olarak varlığını sürdürmektedir.

2.3.2.2. Hollywood Sinemasının Karakter Yapısı

Filmlerde anlamın yaratılmasında karakter yapısı önemli bir rol oynamaktadır. “Karakterler, senaryo yazarları tarafından yaratılırlar ve oyuncular da onlara hayat verirler. Gelişimleri (cehaletten aydınlanmaya ya da korkudan cesarete) genellikle filmlerde anlam yaratmanın bir yoludur” (Ryan ve Lenos, 2012: 161).

Sinema filmlerinde karakterler, fiziksel, biyolojik, toplumsal ve kültürel özellikleriyle bir bütün olarak yer almaktadırlar.

Karakterlerin sahip olduğu **fiziksel ve biyolojik özellikler** arasında, yaş, cinsiyet, boy, kilo, vücut yapısı, ten rengi, göz rengi, saç rengi, fiziksel kusurları, jest ve mimikleri, yüz ifadeleri, konuşma tarzı, giyim tarzı gibi özellikler yer almaktadır. **Psikolojik özellikler** arasında hayal gücü, fobileri, hobileri, içe kapanık veya dışa dönük oluşları, takıntıları, kompleksleri, batıl inançları, hayata karşı bakışları gibi özellikler yer alırken, **toplumsal ve kültürel** açıdan taşıdığı özellikler arasında ise, karakterin ailesi, arkadaş çevresi, aşkları, doğum yeri, etnik kimliği, ulusal kimliği, eğitimi, mesleği, sosyo-ekonomik düzeyi, yaşadığı çevre, bağlı olduğu değerler, politik seçimleri gibi özellikler bulunmaktadır.

Hollywood sinemasındaki karakterlerin tasarlanması, klasik Hollywood anlatı yapısı ile bağlantılıdır. Bu anlatı yapısına sahip olan filmlerde, karakterlerin yukarıda sayılan özellikleri filmin ilk 10 dakikasında seyirciye aktarılmaktadır. Dolayısıyla seyirci, filmin başından itibaren karakterin sahip olduğu özelliklere, neyi amaçladığını ve sonunda neyi elde etmek istediğine hakimdir.

Genel olarak klasik anlatı yapısındaki karakterler bir tehdidi ortadan kaldırmayı veya bir aşka ulaşmayı hedefler. Karakter bu uğurda bir yola çıkar, yolda karşılaştığı engelleri de sahip olduğu ya da sonradan kazandığı özellikler sayesinde aşar. Klasik Hollywood anlatı yapısındaki dramatik aksiyonun akışı, karakterin ulaşmayı hedeflediği şey ile onun arasındaki engel sağlamaktadır.

Klasik anlatıda ana karakterin sahip olduğu özelliklerin tam tersine sahip olan bir karakter yani karşıt karakter yaratımı önemlidir. Dolayısıyla filmlerde zeki, cesur, korkusuz ve fiziksel açıdan iyi durumda olan ana karakterin karşısına, düzenbaz, korkak ve fiziksel görünüşü kötü olan bir karşıt karakter konumlandırılır.

Ana karakterin savunduğu değerler karşıt karakterden çok farklıdır. Farklı niteliklere sahip olan, farklı değerleri savunan karakterler birbirlerini dengelerler. Bu da anlatının daha etkili olmasını sağlar.

Klasik anlatıda film ana karakter üzerinden inşa edilir ve yürür. Yani klasik anlatı sineması ana karakterin serüveninin işlendiği sinemadır. İzleyici aynı zamanda filmin kahramanı olan ana karakter ile özdeşleşir, kahramanın yolcuğunda ona eşlik eder. Bir başka deyişle, klasik anlatı yapısına sahip olan filmler, özdeşleşmeye dayalı bir yapı olarak kurulur.

Özdeşleşme ne kadar fazla olursa, filmde izleyicinin alacağı haz da o denli fazla olur. Ana karakterin savunduğu değerler, toplumların benimsediği (benimsetildiği) değerlerdir. Ana karakter var olan düzenin korunmasını sağlayan, ahlaki açıdan iyi olan kısacası izleyici için

örnek oluşturan karakterdir. Dolayısıyla izleyici genel olarak ana karakteri sever, onun başına gelen olaylardan dolayı üzüntü veya sevinç duyar kısacası onunla özdeşleşir. Öte yandan da karşıt karaktere karşı nefret besler, karşıt karakterin zor duruma düşmesi izleyicide zevk uyandırır.

Hollywood sinemasının anlatı yapısı olan klasik anlatıda karakterler hakim bir ideolojinin, kültürün ve değerlerin vücut bulmuş halleridir. İzleyici de tek bir duygu uyandırılır ve karakterler ya iyi ya kötü, ya beyaz ya siyah, ya kurtarıcı ya da yok edicidir ve arası yoktur.

Klasik anlatı sinemasında amaç karakterlerin derin ruhsal duygularını veya varoluşçu kaygılarını sunmak değil, olayların akıcı bir biçimde devam etmesini sağlamaktır. “Genel sinema seyircisinin isteği budur. Birbiriyle bağlantılı tıkr tıkr ilerleyen bir senaryo. Heyecanı ve akışını bozmadan sonuca giden belli bir hızla yükselen ve alçalan senaryo peşindedirler. Hayatı, yaşamı sorgulamaktan hoşlanmazlar, kahramanın içsel yolculuğundan pek hazzetmezler. Düşünmekten çok seyretmek, tanık olmak isterler. Dünyayı egemenliği altına alan Hollywood sineması yıllardan beri böyle bir seyirci kitlesi yetiştirmiştir”¹²

Klasik anlatı ve Hollywood’un (yetiştirdiği-sihirlediği) seyircisinin beklentisi neticesinde karşımıza gerçeklikten kopuk, tasarlanmış, idealize edilmiş karakterlerin yer aldığı bir dünya çıkar. Bu dünyanın perde arkasında, Amerikan ideolojisinin ve kültürünün hakimiyeti, egemen sınıfın ve kapitalizmin idealleri söz konusudur.

Hollywood’un klasik anlatı ve karakter yapısıyla üretilen içerikler, her dönemde ABD’nin ulusal politikalarını, askeri ve ticari faaliyetlerini destekler nitelikte olmuştur. ABD hükümetlerinin kendi güçlerini göstermek amaçlı işaret ettiği, yarattığı, dönem dönem değişen dış düşmanlara/tehditlere (komünizm, faşizm, doğu, terör, Araplar, İslam vb.), ötekilere karşı Hollwood (ordu ile birlikte) var gücüyle mücadele etmektedir.

Amerikalı uzayda da, dünyada da kahramandır, kurtarıcıdır. ”Felaket krizlerinin çözümlerini Amerikalıların bulması da ABD’nin ‘süper güç’, ‘dünya devleti’ sıfatını pekiştirmesinden ibarettir tabii ki” (Göral, 2003: 25).

“Amerikalılar kendi yaşama biçimleriyle övünürler. Hiç bir milletin onların refah düzeyine erişemediğine inanırlar ve kendi yaşamlarının her milletin yaşamlarından daha üstün olduğuna inanırlar” (Sertel’den akt. Özdemir, 1998: 217).

Filmlerde bir Amerikalı kahraman binlerce kötünün hakkından gelir, ya da bir Amerikalının hayatı için binlerce diğerlerinin (diğerleri Ortadoğu’da bir ülkenin askerleri

¹² http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/radyotelevizyonsinema_ue/sinemadaturler.pdf

olabilir, Güney Amerika ülkelerinde gerilla olabilir, Naziler, Sovyetler ya da dünya dışı varlıklar olabilir) hayatı (önemsizdir) sonlandırılabilir.

“ABD yapımı filmlerde çok net bir şekilde Amerikan ırkçılığı yapılıyor. Rambo ve TopGun en çok bilinen iki örnek. Bu filmlerdeki Amerikalı kahramanlar sadece Amerika’yı, Amerikalıları değil bütün dünyayı kurtarıcı rollere sahipler. Hatta ‘Rambo’ dünyadaki önemli gelişmelere göre sürekli konusu yenilenen bir seyir aldı. Bu serideki en belirgin tema, ‘dünyada nerede bir haksızlık varsa, mazlum bir halk varsa Amerikalı düzeltir ve kurtarır. Kurtarmak için her şeyi yapar’ noktasında düğümlenmiştir. Batı ile doğunun gerçek dünyada çarpıştığı yerlerde Batılıların ne kadar iyi insanlar olduğu, böyle çatışmalarda Batılılara yardım eden Doğuluların en doğru şeyi yaptığı mesajları verilir” (Özdemir, 1998: 217). Ayrıca Hollywood Batı ile Doğunun karşılaştırmalarında oryantalizmin kalıplarından çokça yararlanır. “Batı’nın kendine biçtiği özellikler tamamen olumludur. Güce ve akla vurgu yapan Batılı öznenin doldurduğu alan evrenselliğe işaret ederken bilim, demokrasi, adalet ve ilerleme fikri Batı’nın Doğu’dan farklılaşmasını sağlayan araçlardır” (Erkan, 2009: 14).

“Doğu /Doğulu; kargaşa, ihtişam, despotluk, zulüm, şehvet, kendi kendini yönetememe, estetik kaygı, düşünsel, gelenekçi, mistik, akılsız, mantıksız, entrikacı, kurnaz, uyuşuk, ahlaksız, çocuksu, egzotik, kaderci/pasif, esrarengiz, sessiz, zayıf ve karanlık gibi nitelikler ayrılmıştır” (Erkan, 2019: 27). Yaratılan ve filmlerle defalarca üstünden geçilen bu Doğu ve Doğulu özellikleri Batı’nın üstünlüğünü vurgulamak içindir.

“Hollywood ABD özeleştirisi yaptığı filmlerde bile mutlaka üstün oldukları bir özelliğin altını çizer” (Göral, 2003: 15).

ABD’nin tehdit algılamasına ve stratejik gündemine göre, hükümetin, finans çevrelerinin, gizli servislerin, üniversitelerin ve ordunun desteğiyle Hollywood ‘Milli Güvenlik Sineması’ olarak adlandırılan özel filmler yapar. “Amerika Birleşik Devletleri’nde milli kader meselesi birçok sinema geleneğinin ana konusudur. Bunun ilki Vahşi Batı’dır. Bu hikaye Amerikan milli kimliğinin temel taşlarından birini temsil etmesi isteğiyle sinemaya aktarılmıştır. İkincisi ise, milli güvenlik sineması olup, polisiye, savaş, casusluk, bilim-kurgu, romantik drama filmleriyle Amerika Birleşik Devletleri’nin bekasına dair kaygıları ve silahlı kuvvetlerinin bugün ve geleceğin dünyasındaki gücü ve bu gücün kullanılmasına dair meşruiyeti sorgulamaktadır”(Valantin, 2006: 9). Bu tür filmler ABD’nin içerde bir takım kısıtlamalara gitmesini, özellikle dışarda silahlı güç kullanmasını meşrulaştırmak için yapılmaktadır.

“Sinema tarafından sahneye aktarılan milli güvenlik, Amerika’nın din biçimlerinden birisiymiş gibi sunulmaktadır. Burada ayrıca tabi tutuldukları bütün imtihanları kazandıran Amerikan iradesinin ilahi bir iradeymiş gibi sunulduğunu da görürüz”(Valantin, 2006:184)

“Özgün senaryolu Hollywood filmlerinde hiçbir şey tesadüf değildir. Filmin adından hikayeye, oradan mekan seçimine kadar her şey psikolojik harbin birer silahı olup Yeni Dünya Düzeni’ne hizmet etmektedir” (Kurtoğlu, 2019: 78)

Hollywood konusunu, güncelden de alsa, mitolojiden de alsa, bilim-kurgu da yapsa, casusluk filmi de yapsa Amerikan değerlerini yüceltip tüm dünyanın zihnine işlemek amacındadır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BÖLÜMÜ

MARVEL

3.1. Marvel Comics

Çalışmada Marvel çizgi roman ve sinematik evreninde bulunan bütün ürünlerden (roman, film ve dizi) bahsetmek mümkün olmadığı için, Marvel'ın çizgi roman üreten bir şirketten devasa bir stüdyo haline gelişi kısa bir şekilde özetlenmiştir.

Tarihi, 1939 yılında Martin Goodman tarafından kurulan Timely Comics'e dayanan Marvel Comics, çizgi roman endüstrisindeki iki büyük yayıncıdan biri olarak kabul gören (diğeri DC Comics'tir) bir Amerikan medya ve eğlence şirketidir. Bağlı olduğu Marvel Entertainment, Disney'in alt kuruluşudur ve merkezi New York'ta bulunmaktadır.

Hem yayıncı hem de şirketin kurucusu olan Goodman, çizgi romanların artan popülaritesinden (özellikle de süper kahramanların yer aldığı) yararlanmak için Timely Comics'i yaratmıştır. Geleneksel çizgi romanların aksine Goodman, süper kahramanların konu olduğu çizgi romanlar üretmeye başladı. "Timely'nin ilk çizgi romanı olan Marvel Comics No. 1 (kapak Ekim 1939 tarihli), başta Human Torch ve Sub-Mariner olmak üzere birçok süper kahramanı içerisinde bulunduruyordu."¹³ Ancak bu iki karakter de günümüze taşınmamıştır.

Marvel'ın günümüze taşıdığı ana ve önemli karakterlerinden biri olan Kaptan Amerika, Timely Comics tarafından çizgi romanların altın çağını yaşadığı 1940'da Captain America No.1 adlı çizgi roman ile tanıtılmıştır. Dönemin en büyük küresel olayı olan II. Dünya Savaş'ında hükümetin politikasına benzer bir tutum sergileyen Timely Comics, çizgi romanlarında karakterleri, Nazilere ve Japonlara karşı savaşırken tasvir etmiştir.

Savaş sonrası yıllarda toplumsal, ekonomik ve siyasi dönüşümlerin yaşanması sonucu okuyucular, süper kahramanların yer aldığı çizgi romanlarına ilgisini kaybetmiştir. Melodram, Western gibi türler okuyucular arasında popülerleşmiştir. Bu durum karşısında Timley Comics bu türdeki çizgi roman satışlarına son vermiştir.

1951 yılında Martin Goodman kendi dağıtım şirketini kurarak Timely Comics'i Atlas Comics olarak değiştirmiştir. İlerleyen yıllarda Goodman'ın, süper kahramanları çizgi romanlara geri getirmeye yönelik denemeleri olmasına rağmen, Atlas Comics, daha çok kitleye ulaşmak adına dönemin akımına uyarak mizah, korku, savaş ve bilim kurgu türünde çıktılar vermiştir.

¹³ <https://www.britannica.com/topic/Marvel-Comics>

Marvel Comics'in ortaya çıkmasında, 1956'da Atlas'ın rakibi DC Comics'in Showcase adlı çizgi romanı piyasaya sürmesinin etkisi büyüktür. Showcase, komik bir antoloji serisidir. Genel teması ise test edilmemiş yeni ve küçük karakterleri öne çıkararak ve bu karakterleri kendi öykülerinde kullanma zorunluluğu olmadan seyircisinin tepkisini ölçmektir. Bu doğrultuda DC, Flash, Green Lantern ve Hawkman gibi karakterine Showcase'te yer vermiş, okuyucuların ilgisini çekmiş, süper kahramanları çizgi romanlara yeniden taşımayı başarmış ve önemli ticari başarılar elde etmiştir. İlerleyen dönemlerde DC, Superman, Batman, Wonder Woman, Aquaman, Flash gibi ünlü süper kahramanlarını Justice Leaguea adlı çizgi romanda bir araya getirerek çizgi roman dünyasının ilk süper kahraman takımını kurmuş, okuyucular tarafından büyük beğeni toplamıştır.

DC'nin bu hamlelerine karşılık Atlas Comics yapılanmaya gitmiştir ve Goodman, 1960'da Atlas Comics adını Marvel Comics olarak değiştirmiştir. 1960'lı yıllarda DC'nin yarattığı süper kahraman takımı ile rekabet edecek bir takım oluşturmak isteyen Goodman, Stan Lee ve Jack Kirby gibi çizerleri işe almıştır. Yeni çizerler tarafından DC'ni Justice Leaguea' ne karşı oluşturulan ilk takım ise Fantastic Four adlı takımdır. Fantastic Four'un başarılar elde etmesi Marvel Comics'in diğer kahramanlarını da bir araya topladığı Avengers serisinin önünü açmıştır.

Uzun yıllar boyunca çizgi roman alanında DC Comics ile rekabet eden (daha sonraları bu rekabet beyaz perdeye taşınmıştır) Marvel Comics, Thor, Örümcek Adam, Hulk ve Avengers gibi seriler ile pazar payını genişletmiş ve zamanla DC'yi geride bırakarak kendi alanında bir numara olmuştur. Marvel Comics'in o dönemki başarılarında büyük pay onayan kişi Stan Lee ve onun Marvel Methodu'dur.

Stan Lee, ve Marvel Methodu şu şekilde işlemektedir: Konu yazarlara kabaca özetlenir ve onların yaratıcı özelliklerini sergilemeleri beklenir. Ardından karakterlerin ve olayların çizimi ve renklendirmeleri tamamlanır. Öykü ve diyaloglar son halini alır ve konuşma balonları içerisine yazılır.

Teknik alandaki titiz çalışmanın getirdiği başarıya, Marvel Comics'te yer alan süper kahramanların, kötü kişilere veya uzay dışı tehditlerle savaşmasının yanı sıra günlük hayattaki insani problemle de mücadele etmesi de eklenince, okurlar kendilerini kahramanlarla daha kolay özdeşleştirmiştir. Böylece Marvel Comics en fazla okuyucu kitlesine ulaşarak, karını çoklaştırmıştır.

1980'li ve 1990'lı yıllar boyunca birçok kez el değiştiren Marvel Comics, 1991'de halka açık bir şirket haline gelmiştir. 1996 yılında Marvel Comics, çizgi roman alanındaki başarısız yönetimi, çizim sanatçılarının şirketten ayrılması ve satışlarındaki düşüş neticesinde iflasın

eşiğine gelmiştir. Şirket Marvel Entertainment grup sahipliği altında birleşerek iflastan kurtulmuştur.

Marvel Entertainment ile Marvel Comics, farklı demografiden okuyuculara hitap etmek için çeşitli içerikler üretmiştir ve Marvel Studios adı altında sinema alanında da genişlemeye başlamıştır.

3.1.1. Marvel Studios

1990 sonrası gelişen teknoloji, tüketim alışkanlıklarını etkilemiş ve çizgi romanlar eskisi kadar rağbet görmemeye başlamıştır. Çizgi roman dünyasındaki bu değişim iki büyük ezeli rakibi, Marvel ve DC'yi, kendi evrenlerini sinemaya taşımaya itmiştir.

DC Comics, sinemaya girerken tüm haklarını Warner Brothers'a vermiştir. Warner Bros'un çektiği Batman ve Superman filmleri (WB'nin sahip olduğu dağıtım ve gösterim ağlarının da etkisiyle) gişede başarılı sonuçlar alarak her iki şirkete de büyük paralar kazandırmıştır.

Marvel cephesinde durum biraz farklıdır. Marvel ilk başlarda kendi süper kahramanlarını herhangi bir stüdyo ile paylaşmaya yaklaşmamış ve bu durum da Marvel'ı iflasın eşiğine getirmiştir. Ekonomik sıkıntıdan çıkmak için birkaç tane süper kahramanını farklı film yapım şirketlerine satmak zorunda kalmıştır.

“2005 yılına gelindiğinde, Marvel Entertainment kendi filmlerini bağımsız olarak üretmeyi ve ürettiği filmleri Paramount Pictures aracılığıyla dağıtmayı başlamıştır.”¹⁴ Paramount'un yanı sıra Marvel Columbia Pictures, New Line Cinema, 20th Century Fox gibi stüdyolarla da anlaşmalar sağlamış ve süper kahraman filmlerini ortak yapım adı altında yapmıştır. Ancak Marvel, stüdyolarla yaptığı ortak yapımlardan çok fazla kazanç sağlayamamıştır. Aslan payını diğer büyük stüdyolara kaptırmıştır.

Marvel, yapılan filmlerin ve projelerin dağıtımını elinde bulundurarak daha fazla kar elde etmek için bazı yollar denedi. Bunlardan en önemlisi Marvel'ın film bölümünün başkanı Avi Arad'ın Marvel Studios'u kurmasıdır.

Marvel Studios'ta Arad'dan sonra gelen ikinci isim olan Kevin Feige, diğer stüdyolarla ortak yapılan süper kahramanların (Spider-Man ve X-Men gibi) dışında hala birçok süper kahramanın haklarının Marvel'da olduğu görmüş ve Avengers gibi bir filmle ortak bir evren yaratmak istemiştir.

Feige'in aklındaki plan şuydu: İlk önce her bir karakter için ayrı film yapılacaktı ardından da tüm karakterler tek bir film altında toplanacaktı. Bu ortak evreni yaratmak için

¹⁴<https://variety.com/2005/film/news/paramount-pacts-for-marvel-pix-1117921812/> Erişim Tarihi: 02.12.2021

Marvel’ın sermayeye ihtiyacı vardı ve bu ihtiyacı da Merrill Lynch adında bir bankadan “525 milyon dolarlık bir kredi ile karşıladılar.”¹⁵ Ortak evren yaratma projesinden şüphe duyan Arad, Marvel’dan ayrılarak yerini Feige’e bırakmıştır.

Stüdyo şefi olan Feige, Marvel Studios’un sanatsal bütünlüğü korumak adına çizgi roman alanına hakim olan kişilerden bir yaratıcı komite oluşturdu. “Feige, oluşturduğu film evrenine başlangıçta ‘Marvel Cinema Universe’ adını verse de ilerleyen yıllarda ‘Marvel Cinematic Universe’ adını kullanmıştır.”¹⁶

2008 yılında DC Comics’in çıkardığı ve yönetmenliğini Christopher Nolan’ın üstlendiği Batman üçlemesi ile Marvel, DC’nin gerisine düşmüş ve bu gerilemenin ardından da 2009 yılında da Disney, Marvel Comics’in ana şirketi olan Marvel Entertainment’i 4 milyar dolar karşılığında aldığını duyurmuştur. Bu satın alma ile birlikte Marvel bir çizgi roman şirketinden büyük bir film stüdyosuna dönüşmüştür. Disney’in sahiplik yapısına dahil olan Marvel, Disney’in sahip olduğu televizyon ve sinema kanalları sayesinde dağıtım alanını genişletmiş, daha fazla okuyucuya ve izleyiciye ulaşmış, kendisine ve Disney’e de milyar dolarlar kazandırmıştır.

3.1.2. Marvel Sinematik Evreni

Marvel sinematik evreni (MCU), Marvel stüdyoları tarafından üretilen bir dizi süper kahraman filmine odaklanan bir Amerikan medya franchise’dır. Bu evrende yer alan filmler, Marvel Comics adı verilen çizgi romanlarda görülen süper kahramanlara ilişkin olayların anlatıldığı filmlerdir. MCU, televizyon dizilerinden, video oyunlarına, çizgi romanlardan, dijital dizi ve filmlere kadar geniş bir franchise’a sahiptir.

MCU, çoklu evren sistemi içerisinde, Earth-199999 gerçekliği olarak belirlenen ortak bir evrende geçen ve bazı bölümlerinde bitişik veya dallanan gerçekliklerin de yer aldığı bir evrendir. Burada yer alan karakterler, oluşturulan ortak evren ve çoklu evrenler ve gerçeklikler birer kurgunun ürünüdür. Ortak evren, çizgi romanlarda yer alan Marvel evreni gibi alışıla ve bağlantılı bir kurgu yapısına sahiptir. Bu evrende yer alan Captain America, Iron Man, Spider-Man, Black Widow, Dr. Strange, Hulk, Hawkeye, Thor gibi kahramanlar da birer Disney ve Marvel ürünüdür.

Marvel filmleri, bilim kurgu, casusluk, savaş, macera, aksiyon, fantastik gibi türlerin karışımı gibidir. Marvel filmleri süper kahraman filmleridir. Süper kahramanların herhangi bir etkenle fizikötesi, doğaüstü güçleri ortaya çıkmıştır. Hemen hemen hepsinin güçlerine ilaveten,

¹⁵ <https://www.nytimes.com/2007/06/18/business/media/18marvel.html> Erişim Tarihi: 02.12.2021

¹⁶ <https://www.superherohype.com/features/100681-exclusive-marvel-studios-production-head-kevin-feige> Erişim Tarihi: 02.12.2021

kendileriyle bütünleşmiş silahları ya da çok işlevli araçları vardır. Süper kahramanlar hem dünya şartlarında, hem de uzayda, başka galaksilerde var olabilme ve savaşabilme becerilerine sahiptirler.

MCU, sahip olduğu süper kahraman filmlerini 4 aşamaya ayırmıştır. Bunlar 1. Evre, 2. Evre, 3. Evre ve 4. Evre'dir.

1.Evre, 2008 yılında Iron Man (Demir Adam) filmi ile başlamaktadır. Filmde başrol oyuncusu Tony Stark'ın Orta Doğu'da bir mağarada kapana kısılmasını ve buradan kurtulmak için nanoteknoloji kullanarak yapay bir kalp yaratması anlatılmaktadır. Bu onun Iron Man olmasına ve MCU evreninin geleceğinin şekillenmesine yardımcı olmuştur. 1. Evre 2012 yılında The Avengers'ın vizyona girmesi ile son bulur. 1. Evreni filmleri şunlardır:

- Iron Man (2008)
- The Incredible Hulk (2008)
- Iron Man 2 (2010)
- Thor (2011)
- Captain America: The First Avengers (2011)
- Marvel's The Avengers (2012)

Marvel, birinci evredeki filmlerin yapımına 1 milyar dolar harcarken, toplamda 3,8 milyar dolar hasılat elde etmiştir.

2.Evre, 2013 yılında Iron Man serisinin 3. Filmi ile başlamış, 2015'de Ant Man'ın piyasaya sürülmesiyle sona ermiştir. Bu evredeki tüm filmlerin yapımını Marvel'ın stüdyo şefi Kevin Feige üstlenmiştir. Marvel,

- Iron Man 3 (2013)
- Thor: The Dark World (2013)
- Captain America: The Winter Soldier (2014)
- Guardians of The Galaxy (2014)
- Avengers: Age of Ultron (2015)
- Ant Man (2015) gibi 2. Evre filmleri için 1,1 milyar dolar harcarken, 5,2 milyar dolar da kar yapmıştır.

Ekim 2014'de Marvel, 3. Evre filmlerini duyurmak için basın etkinliği düzenlemiştir. Bu evre, 2016'da Captain America: Civil War filmi ile başlayıp, 2019'da Siper-Man: Far From Home ile sona ermiştir. 11 filminden oluşan bu evre Marvel'a en çok para kazandıran evre olmuştur. Öyle ki Avengers: Endgame kendisi gibi "Disney'e ait olan Avatar filminin sahip

olduğu 2,797 milyar dolarlık hasılatı karşı 2,802 milyar dolar ile Avatar'ı geride bırakmıştır.”¹⁷ Böylece Avenger: Endgame filmi sinema tarihinde tüm zamanların en çok hasılat yapan filmi unvanını almıştır.

Spider-Man'ın hakları Sony'nin elinde bulunmaktaydı. Ancak 2014'de Sony'nin hacklenmesinin ardından Marvel ile Sony bir araya geldi. Spider-Man'ın yeni bir versiyonunu yaparak Avengers serisine dahil etmek isteyen Marvel, 2015 yılında Sony ile anlaşmaya vardığını ve Spider-Man'ın MCU evrenine katıldığını duyurdu. Bu gelişmeyi 2017'de Marvel Studios'un, Deadpool, X-Men ve Fantastic Four gibi süper kahramanların haklarını almak için 20th Century Fox ile görüşmesi takip etmiştir. Bu görüşme de 2019 yılında Marvel'ın lehine sonuçlanmıştır.

3.Evre de,

- Captain America: Civil War (2016)
- Doctor Strange (2016)
- Guardians of The Galaxy Vol.2 (2017)
- Spider-Man: Homecoming (2017)
- Thor: Ragnarok (2017)
- Black Panther (2018)
- Avengers: Infinity War (2018)
- Ant-Man and The Wasp (2018)
- Captain Marvel (2019)
- Avengers: Endgame (2019)
- Spider-Man: Far From Home (2019) gibi filmlerden oluşmaktadır.

2019 yılında çıkan ve sinema tarihinde tüm zamanların en çok hasılat yapan filmi olan Avenger: Endgame, süper kahraman filmlerine olan talebi öylesine arttırmıştır ki, sinema bileti satan perakendeciler, talebi karşılamakta zorlanmışlardır. Bunun hemen akabinde ise Kevin Feige, “Walt Disney Company'nin 2020 Yatırımcı Günü etkinliği sırasında MCU'nun 4. Evresini kapsayan filmleri ve Disney+'a yapılacak olan dizilerin tanıtımını gerçekleştirmiştir.”¹⁸ Böylece Marvel için 4. Evre başlamış oldu.

Sinema filmlerinde yer alan süper kahramanların Disney+ için yapılacak dizilerde de yer alması, Marvel sinema filmlerinin arasında, izleyicilere dijital platformlar üzerinden

¹⁷<https://deadline.com/2021/03/avatar-overtakes-avengers-endgame-highest-grossing-film-all-time-worldwide-box-office-china-james-cameron-disney-1234713788/> Erişim Tarihi: 02.12.2021

¹⁸<https://www.marvel.com/articles/movies/new-marvel-cinematic-universe-movies-shows-disney-plus> Erişim Tarihi: 02.12.2021

sunulması, tıpkı bir ara sıcak menü gibi, Marvel yapımlarının popülaritesini (beklentisini-ilgisini) canlı tutacaktır.

4. Evre, 2021’de Disney+ ‘ta yayınlanan WandaVision dizisiyle başlamıştır ve 2023’e kadar gelecek olan bütün Marvel filmlerini ve dizilerini içermektedir. 4. Evrede şua ana kadar gösterime giren yapımlar şunlardır:

Filmler:

- Black Widow (2021)
- Shang-Chi and The Legend of The Rings (2021)
- Eternals (2021)
- Spider-Man: No Way Home (2021)

Diziler:

- WandaVision (2021)
- The Falcon and The Winter Soldier (2021)
- Loki (2021)
- Hawkeye (2021)
- What if? (2021)

2008-2020 arasında çekilen 22 filmle Marvel, 17 milyar dolar kar elde etmiştir ve bu da tarihteki tüm film serilerinden fazladır. Bunun yanı sıra film eleştirilerinin, oyuncuların, yönetmenlerin, fragmanların ve sinema haberlerinin yer aldığı Rotten Tomatoes adlı internet sitesinden “ortalama %84 gibi etkileyici bir oy oranı alırken (bu ortalama en çok hasılat yapan 15 film için %68’dir) film başına ortalama 64 adaylık ve ödül almıştır.” (Harrison vd., 2019).

Spencer Harrison, Arne Carlsen ve Miha Skerlavaj, 2019 yılında Harvard Business Review dergisinde yayımladıkları makalede Marvel’ın sinemadaki varlığı ve elde ettiği ticari başarının sırrını araştırmışlardır. Makaleyi yazmadan önce, yazar, yönetmen ve yapımcılarla yapılan 338 röportaj, sinema alanındaki önde gelen eleştirmenlerden çıkan 140 inceleme, 1023 aktör ve 25.853 kamera arkası çalışan ile görüşmeler yapılmıştır. Ayrıca film senaryoları, görsel stiller de incelenerek Marvel’ın başarısını 4 temel maddede özetlemişlerdir. Bu maddeler: “Deneyimli deneyimsizi seçmek”, “istikrarlı bir çekirdek kadrodan yararlanmak”, “Formüle sürekli olarak meydan okumak”, “Müşterilerin merakını geliştirmek”tir.

Deneyimli deneyimsizi seçmek, yani daha önce farklı türde filmler çekmiş deneyimli yönetmenleri işe alarak süper kahraman filmi çekirmek. Süper kahraman filmlerinde deneyimsiz olan yönetmenlerin, filmleri daha ilgi çekici kıldığı düşünülüyor. Yönetmenin biri seriyi dram üzerinden anlatırken, diğeri bilim kurgu bir diğeri ise aksiyon, polisiye üzerinden anlatıyor. (Harrison vd., 2019) Ant-Man’ın bir soygun filmi, Captain America: The Winter

Soldier'ın bir casus filmi, Thor: The Dark World'ün Shakespeare'dan esintiler barındırması gibi örnekler, yönetmenlerin hikayeyi farklı türlerde ele almasının MCU evrenindeki yansımasıdır.

Marvel bu durumun bir çeşitlilik yarattığına inanıyor. Ama işin aslı çeşitlilikten ziyade filmi ucuza çektiğidir. Çünkü süper kahraman filminde usta olan bir yönetmen işi pahalıya yaparken, çeşitlilik adı altında bu alanda deneyimsiz olan yönetmeler ise çekimi ucuza yapıyorlar. Amaç yine aynı: Ucuza mal edip karı çoklaştırmak.

İstikrarlı bir çekirdek kadrodan yararlanmak, yani her filmin yapımında bulunan kemik bir kadro var. Farklı türden yönetmenler filmleri çekse de oluşabilecek riski en aza indirmek için kemik bir kadro bulunduruluyor. Bu kemik kadro, film yapım aşamasında aktif rol alıp, yönetmeni ve yapım sürecini denetlemektedir.

“Marvel Studios, karakterlere, olay örgülerine ve tamamen yenedünyalara yoğun bir ilgi uyandırıyor. Tüm evreni herkesin ulaşabileceği ve çözeceği bir bulmaca gibi tasarlıyor” (Harrison vd., 2019). Filmleri anlayabilmek için serisinin bütün filmlerini izlemeyi gerektiriyor. Çünkü filmler birbirleri ile bağlantılı olarak kurgulanıyor.

Marvel, müşterilerde oluşan merakı çeşitli şekillerde geliştirmektedir. Bunlardan en temeli, sosyal medya etkileşimleridir. Marvel, filmlerin sonunda yer alan “after credit” sahnelerinde bir sonraki evre ya da film ile ilgili ipuçları göstererek filmlerin hepsini birbiri ile ilişkilendirip bir sonraki filmde neler olacağına dair izleyicide yani müşteri de merak uyandırmaktadır.

İnsanlar, filmlerde MCU ile ilgili yer alan gizli göndermeleri, after credit sahnelerinden yola çıkarak bir sonraki filmi yani MCU'nun geleceği ile ilgili Reddit, Twitter gibi sosyal medya platformlarında teoriler üretmektedirler. Böylece Marvel, gelecek filmleri için bir beklenti oluşturmaktadır. Buna verilebilecek en bariz örnek Iron Man'ın sonundaki yer alan after credit sahnesinde Samuel L. Jackson'un oynadığı S.H.I.E.L.D.'ın başkanı Nick Fury karakterinin gösterilmesidir. Bu da Iron Man'ın büyük bir süper kahraman evreninin parçası olduğuna işaret etmiştir.

MCU evreninde yer alan filmlere sadece çizgi roman fanatiklerinin fark edebileceği gizli göndermeler içeren sahneler de eklenmektedir. Örnek olarak Captain America filminde, Steve Rogers'ın Captain Amerika olması ve Nazilere karşı mücadele etmesi ve bunun çizgi roman şeklinde halka sunulması ve bu çizgi romanın 1939 yılından Timely Comics'in çıkardığı Captain America No.1 çizgi romanı olması verilebilir.

Marvel filmlerinde kullandığı gerek after credit sahneleri gerekse easter egg gibi gizli görüntü ve mesajlar ile merak duygusunu sürekli canlı tutarak gündemde kalmakta,

popüleritesini arttırmaktadır. Böylece daha fazla izleyici kitlesini kendine çekerek kar elde etmektedir.

Son olarak Marvel'ın başarısındaki bir diğer etken de, formüle sürekli olarak meydan okumaktır. Harrison vd. (2009)' göre, kuruluşlar genellikle yaratıcı bir ürünü başarılı kılan şeylerden vazgeçmeye isteksizdir. Ancak Marvel Studios'un bu durumu farklı olduğunu dile getiriliyor. Başta hepsi birbiri ile aynı görünen birer süper kahraman filmi olarak gözüke de, filmlerin dramatik, görsel ve anlatı öğeleri açısından farklılık gösterdiği anlaşıyor. Filmin birinde mizahi bir anlatı yer alırken bir diğerinde dramatik, duygusal bir anlatı ve bunları destekleyecek görseller yer alabiliyor. Mekan olarak da farklılıklar mevcut. Guardians of The Galaxy' de mekan uzay iken Captain Amerika'da mekan dünyadır.

Öte yandan formül ile oynansa da bütün süper kahraman filmleri klasik Hollywood anlatı yapısına bağlı kalır. Bu yapı denenmiş, seyircinin ilgisini daima canlı tutmuş bir yapıdır.

Sonuç olarak Marvel, süper kahraman filmleri ile elde ettiği başarıyı, yaratıcılık, yenilik ve ekonomik güç ile harmanlayarak elde etmiştir ve bu alanda bir kültür yaratmıştır.

Filmlerde yer alan star oyuncuların spor programlarından, kullandıkları arabalardan, yedikleri fast food ürünlerine kadar her şey pazarlanmaktadır. Çocuklar için üzerinde Marvel süper kahramanlarının baskıları olan ürünler büyük bir satış geliri sağlamaktadır. Bu ürünler pazarlanırken, ürünleri kullanınca bir süper güç elde edilecekmiş edası ile pazarlanmaktadır.

Marvel 2000 yılı sonrası giriştiği sinema alanında Disney gibi büyük ortaklar edinmiş, büyük ortakların sayesinde büyüyerek, üretim, dağıtım ve gösterim aşamalarında söz sahibi olmuştur.

Tüm kitle iletişim araçları gibi Marvel sineması da ekonomik, siyasi ve kültürel yapıların sınırları içinde faaliyet göstermektedir. Görüldüğü gibi, ekonomik varlığını sürdürebilmek için, geçtiği iflaslardan korunmak için birleşmeler yaşamış, yeni mülkiyet yapılanmaları içine girmiştir. Marvel da, Hollywood değerlerine bağlı, Hollywood'un getirilerinden yararlanan bir stüdyodur. Amerikan eğlence endüstrisinin bir parçasıdır.

Eğlence endüstrisi olarak kazancının, ekonomik baskısının yanı sıra, Amerikan popüler kültürünün küresel ölçekte yayıcısı durumundadır. Kendi yarattığı kurgu evreninin gerçekliğinde, geçmişten geleceğe, Amerika süper güç durumundadır. Diğer ulusların adı, ancak tehdit ve tehlike algısı yaratılırken geçmekte, kurtarıcı rolü hep Amerikalı da kalmaktadır. Dolayısıyla zihinlere işlenen, bireysel başarılarından aile yapılarına, anıtsal binalarından, gelişmiş sanayisine, mitlerinden, tüketim ürünlerine kadar Amerika'nın kültür ve ideolojisidir, hakimiyetidir.

3.2. Yöntem

Bu çalışmada örneklem olarak belirlenen Marvel filmlerinin ardında yer alan ideolojik düşüncenin ve kültürel değerlerin çözümlenmesinde göstergebilimsel çözümleme yönteminden yararlanılacaktır. Filmde yer alan göstergeler ayrı ayrı tablollaştırılıp nasıl bir anlam katmanı oluşturduğuna bakılacaktır.

3.2.1. Göstergebilimsel Çözümleme

Göstergebilimin ortaya çıkışı 20. Yüzyılın başlarına dayanmaktadır. Ancak bu terimi kullanan ilk kişi 1632-1704 yılları arasında yaşayan İngiliz filozof John Locke'dur. Locke, göstergebilimin, bilimin temel branşlarından biri olması gerektiğini savunmuştur ve kendisinden sonra gelen isimlere örnek olmuştur.

Erkman (1987: 8), göstergebilimi göstergeleri inceleyen bilim olarak tanımlamıştır. “Sözcük Yunanca semeion, ya da gösterge, kökünden gelir ve göstergelerin ne olduğunu ve ne işlev gördüğünü anlamak için sistematik bir girişimi tanımlamak için kullanılır” (Berger, 2012: 81). “Göstergebilimin temel ilgi alanının merkezinde gösterge yer alır. Göstergelerin ve onların çalışma biçimlerinin araştırılmasına göstergebilim adı verilir” (Fiske, 2003: 62).

Göstergebilimin temelleri, pragmatizmin isim babası olan Amerikalı filozof Charles Sanders Peirce ve İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure'un yaptıkları çalışmalarla atılmıştır. Her iki isim de anlamın nasıl üretildiği ile ilgilenmişlerdir. Peirce, ‘semeiotic’ terimini kullanarak genel bir göstergeler kuramı tasarlayıp ve göstergelerin nesneler ile ilişkisi üzerinde dururken, Saussure, ‘semiologie’ terimini kullanıp, göstergelerin diğer göstergeler ile olan ilişkisi üzerinde durmuştur.

Dil bilimi alanında önde gelen isimlerden biri olan ve göstergebilimin gelecekte iletişim türlerini inceleyecek bir bilim dalı olacağını savunan Saussure, Peirce'nin yaklaşımından vurgu bakımından ayrılmaktadır. Saussure, göstergelerin toplumsal işlevi üzerinde durmuştur.

Saussure göre dil, sesler yardımıyla kavram ve düşünceleri ifade etmektir. Kısacası dil bir göstergeler sistemidir. Gösterge, bir başka şeyi temsil eden ya da imgeleyen şeydir. Saussure'e göre, gösterge, gösteren ve gösterilenden oluşmaktadır. Gösteren, gösterenin algıladığımız imgesidir yani işaretler ve seslerdir. Gösterilen ise gösterenin göndermede bulunduğu düşünce ve kavramlardır.

Saussure gösteren ile gösterilen arasındaki ilişkiyi toplumsal uzlaşmaya dayalı, keyfi olarak nitelendirmektedir. Ona göre, kavramlar tek başlarına bir şey ifade etmezler. Anlamalarını birbirleri arasındaki benzer ya da karşıt ilişkilerden kazanırlar. Dolayısıyla anlam, ikili karşıtlıklardan oluşmaktadır.

“Bir göstergenin üç özsel niteliği vardır: İlk fiziksel bir biçimi olması gerekir; ikincisi kendisinden başka bir şeye gönderme yapması gerekir; üçüncüsü ise insanlar tarafından bir gösterge olarak kabul edilmesi gerekir” (Mutlu, 2017: 128).

Göstergebilim aynı zamanda bir işaret bilimidir. İletişim için kullanılacak her şeyin (doğal diller, jest ve mimikler, görüntüler, mimari yapılar, müzik, tiyatro, sinema, reklam afişi gibi) incelenmesi, göstergebilimin çalışma alanına dahil edilebilir. Göstergebilim, gösterge olarak kabul gören her şey ile ilgilidir. Gösterge anlamlı bir biçimde yerine geçtiği başka bir şeyin yerini tutmaktadır.

Sinema filmlerindeki anlamları çözümlemede kullanılan bir başka yöntem ise kodlardır. Göstergelerin düzenlendiği sistem olarak tanımlanan kodlar, Fiske (2003: 92)’e göre, içersinde seçim yapılan birden fazla birimden oluşmaktadır. Tüm kodlar birer anlam taşır ve başka bir şeye göndermede bulunur. Ayrıca kodlar, toplumsal bir uzlaşma dayalıdır ve toplum üyelerince kabul edilirler ve toplumsal ve iletişimsel işleve sahiptirler. Dolayısıyla kodlar ve kültür arasında bir ilişki mevcuttur.

Göstergebilim alanında bir diğer önemli isim Roland Barthes’tır. Barthes, Saussure’ün çalışmalarından etkilenmiştir. Fakat göstergebilime yaklaşımı Sassure’dan farklı olmuştur. Sassure, dilbilimi, göstergebilimin bir alt dalı olarak tanımlarken, Barthes ise tam tersini savunmaktadır. Barthes (1979: 1)’e göre göstergebilimin ilkelerinin temel amacı, dilbilime dayanarak çözümsel kavramlar ortaya koymaktır.

“Göstergeler insanlar arasında anlam iletişimi kurmak için kullanılır. İnsan zihninde bir mesaj inşa eder; bu, bir başka insana anlatmak istediği bir anlam yumağı, bir düşünce ya da düşünce sürecidir” (Wollen, 2004: 141).

Barthes, içinde yaşadığımız dünyayı anlama ve anlamlandırma için çalışmalarını popüler kültür çözümlemeleri üzerinde yoğunlaştırmış ve popüler kültürün ideolojik yönünü ön plana çıkarmaya çalışmıştır.

Barthes’ın ortaya koyduğu göstergebilim anlayışı, Sassure ile benzerdir. O da göstergeyi, gösteren ve gösterilen diye ikiye ayırmıştır. Ona göre, gösterenin düzlemi yani anlatıma söze dayalı düzlem, gösterilenin düzlemi ise içeriğin düzlemidir. Bu iki düzlem anlam oluşumunda önemli rol oynamaktadır.

Sinemada anlam üretme sürecinde dizisel ve dizimsel olmak üzere iki boyut bulunmaktadır. Dizisel boyut seçim ile ilişkilendirilirken, dizimsel boyut seçilen görsellerin, unsurların bir anlam üretecek şekilde bir araya gelmesidir. Yönetmen göstergelerin seçimini yapar, ardından seçilen göstergeler çekim sonrası kurgu yardımı ile bir araya getirilir ve bir anlam ortaya çıkar. Üretilen anlamı çözümlerken de dizisel çözümleme kullanılır. Dizisel

çözümleme, görünenin arkasındaki anlamı ortaya çıkarması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu çözümleme metin içerisindeki ikili karşıtlıkları bularak çözümleme yapılmaktadır.

Barthes'ın anlam çözümlemeye dair en önemli katkısı “yan anlam” ve “düz anlam” metodudur. “Her ifade, düz anlamının dışında yan anlamlara da sahiptir. Yan anlamlar, ideolojilerin taşınmasında ve aktarılmasında kullanılan üst dil olarak işlerler” (Yaylagül, 2018: 123).

Düz anlam, bir göstergenin taşıdığı ilk anlamdır. Terimleri (imgeler, sesler, nesneler ve diğer iletişim biçimleri) gerçek anlamları ile ele alır. Bir başka deyişle düz anlam, anlamlandırmanın birinci düzeyidir. Fiske (2003: 116)'göre, bu düzey, göstergenin göstereni ve gösterileni arasındaki ilişkiyi betimlemektedir. Düz anlam, göstergenin ortak duygusal, aşık anlama gönderme yapar. Örneğin, bir sokak manzarası belirli bir sokağı gösterirken, burada sokak sözcüğü binalar arasında uzanan bir yolu betimler. Fakat aynı sokak farklı biçimlerde fotoğraflanabilir. Kullanılan çekim tekniği, resim paleti ve ışık kullanımı gibi değişikliklerle güzel ve sıcak bir sokak ortamı yaratılabilir. Öte yandan renksiz bir film, sert odak ayarı ve güçlü kontrastlar kullanılarak, sokak ortamını soğuk, güvensiz bir yer olarak da gösterilebilir. Her iki fotoğrafta da sokak sözcüğü düz anlamsal açıdan aynıdır. Farklılığı yaratan yan anlamdır. Kısacası düz anlam neyin fotoğraflandığı yan anlam ise nasıl fotoğraflandığıdır.

Yan anlam ise Barthes'ın ikinci anlamlandırma düzeyi olarak tanımladığı düzeydir. Berger (2012: 92)'e göre, yan anlam, bir terimi, geniş anlamda bir imgeyi, bir metindeki sembolü ve kültürel anlamı ifade etmek için kullanılan bir terimdir. Fiske (2003: 116) ise, yan anlamı, göstergenin kullanıcıların duygularıyla, heyecanlarıyla ve kültürel değerleriyle bir araya geldiğinde ortaya çıkan etkileşim şeklinde ifade etmektedir.

“Düz anlamda, filmde ne gösterilirse onu anlamak yani ardından başka bir anlam aramadan direk olarak algıladığımızdır. Yan anlam ise, film öykü sürecinde düz anlam olarak izlediğimiz görüntü dizelerini de göz önünde tutarak, bir anlam üretme çabasına gireriz. Sinemada yansıtılan, düz anlam olarak gerçeği algımlarken, aynı zamanda gerçeğin ardında gizlenen görünmez gerçeği de, yani yan anlam bakımından neyi ifade ettiğini anlamaya ve yorumlamaya çalışırız” (Agocuk, 2014: 9).

Barthes'ın ortaya koyduğu yan anlam, düz anlam çözümlemesi sanattan, sosyal bilimlere kadar geniş bir alanda kullanılmıştır. Özellikle kültür ve ideoloji üreten kurumlarından biri olan sinemadaki anlam, bu tarz çözümlemeler sayesinde ortaya çıkmaktadır.

“Kültür, dil ve işaretler aracılığı taşınır ve kuşaklar boyunca aktarılır. Kültürü taşıyan simge ve semboller ideolojiktir. Çünkü kültür sınıflı bir toplum olan kapitalist toplumun kültürüdür” (Yaylagül, 2018: 123).

Kapitalist sistemin taşıyıcı olan ABD, kendi egemen kültürünü yaratmıştır. Bir Hollywood stüdyosu olan Marvel ve filmleri, ABD’nin (egemen yapının) kültürünü temsil eden içeriklerini dünyanın dört bir yanına ulaştırmaktadır. Marvel filmlerinde kullanılan dil, semboller egemen yapının ideolojisini ve kültürünü temsil etmektedir. Bu gibi unsurlar filmlerin içerisinde gizlidir. Örneğin, gezegenler arası savaşta, dünyayı Amerikalı kahraman yani Amerika temsil etmektedir. Süper kahramanlar (sıradan) Amerikalıdır, değilse bile Amerika(lı)’nın yanında yer alırlar. İzleyici ise haz almaya ve filmde yer alan süper kahramanlarla özdeşleşme yaşamaya odaklanmıştır.

Marvel sinematik evreninde, hep dünyayı, ya da evreni ele geçirmek niyetinde olan güçlü kötüler vardır. Kötüler karşısında farklı türlerle (insansı ya da değil) işbirliği yapılır, iletişim içinde olunur, hatta onların hakları, iyilikleri de gözetilir. Süper kahramanlar (Amerika) yine dünyayı temsilen işbirliği yapan, dünyanın, evrenin ya da diğer masum türlerin iyiliği için karar verendirler, koruyandırırlar.

Marvel filmlerinde, ulus ötesilik, dünya ötesilik, gezegenler arasılık, galaksi, evren vb. mekanlar ve buralarda yaşam bulunmaktadır. Konular ve yaşamlar dünya ile sınırlandırılmamıştır. Ayrıca mekanlar ve zamanlar arası geçişler kolayca gerçekleşmektedir. Filmlerde konu edilen ve zaman mekan tanımayan teknoloji ise hep yüksek teknolojidir. Yüksek teknolojiyi geliştiren ve özgürlük ve barış için kullanan Amerika’dır. Filmlerde bilgisayar destekli teknoloji görselliğiyle, güç gösterisi yapılmakta, izleyicinin gerçeklik algısı ile oynanarak hayranlık yaratılmakta, zihinler işlenmektedir. Kısacası Marvel filmleri Amerika’nın reklam filmleri gibidir.

3.3.1.1. Iron Man Filminin Künyesi

Yönetmen: Jon Favreau

Senaryo: Arthur Marcum, Matt Holloway

Yapımcı Ülke: ABD

Oyuncular: Robert Downey, Jr., Gwyneth Paltrow, Terrence Howard, Jeff Bridges, Leslie Bibb, Shaun Toub.

Müzik: Ramin Djawadi

Süre: 126 dk.

Hasılat: \$585.366.247¹⁹

3.3.1.2. Iron Man Filminin Özeti

Dahi, milyarder, playboy, mucit ve hayırsever Tony Stark İkinci Dünya Savaşı sırasında ABD ordusuna silah üreten ve süper asker projesinde yer alan babası Howard Stark'ın sahip olduğu Stark Industry adlı şirketin başına geçer. Stark, ABD ordusu için son teknoloji silahlar üretmeye devam etmektedir. Stark, Yarbay James Rhodes eşliğinde Afganistan'da bulunan ABD'li generallere son üretilen Jericho füzelerinin tanıtımını yapar. Tanıtım sonrası geri dönüş yolunda Afganlı teröristler tarafından saldırıya uğrar ve bir mağaraya kaçırılır. Kendisi gibi mağarada tutsak olan Yinsen adlı bir de bilim adamı vardır. Yaralı olan Stark, Yinsen tarafından tedavi edilir. Yinsen, Stark'ın vücudundaki şarapnel parçalarının kalbe ulaşmasını engelleyen arc-reaktörü adında basit bir düzenek yapar ve Stark'ın hayatını kurtarır. Teröristler Stark'tan tanıtımını yaptığı Jericho füzesini kendileri için yapmasını ister. Stark teklifi kabul eder ve çalışmalara başlar. Teröristler bilimsel bilgiden uzak Stark'ın onlar için silah ürettiğini düşünürler. O sırada Stark ve Yinsen, bir zırh prototipi yapıyorlardır. Zırh tamamlanır. Böylece Iron Man ortaya çıkar. Stark, teröristleri öldürerek oradan kaçır. Prototip olan zırh kaçış sırasında parçalanır ve çöle düşer. Çölde Amerikan askerleri tarafından bulunan Stark, Amerika'ya götürülür. Afganistan'daki saldırı sırasında kendi ürettiği silahlarla ABD'li askerlerin vurulduğunu gören Stark, bu durumu engellemek için Stark Industry'nin artık silah üretmeyeceğini söyler. Geçmişte babasının ortağı şimdi ise Stark'ın ortağı olan Obadiah Stane, bu durumda hoşnut olmaz. Stark, masum insanların öldürülmesini engellemek için mağarada yaptığı zırhı kişisel olarak geliştirir. Zırhı tamamlar ve Afganistan'a giderek oradaki masumları teröristlerin ellerinden kurtarır. Bu sırada Stark, kendisini Afganistan'da pusuya düşüren teröristlerin, ortağı tarafından tutulduğunu anlar. Obadiah, Iron Man zırhının ilk prototipini ele geçirir ve kendi amacı için kullanır. Stark, yeni tasarladığı zırhla Obadiah'a karşı savaşı ve onu

¹⁹ <https://www.boxofficemojo.com/release/rl1482327553/>

yener. Tüm bu yaşananların ardından basın meraklanır ve Tony Stark, basına Iron Man olduğunu açıklar.

3.3.1.3. Iron Man Filminin Göstergebilimsel Analizi



Görsel 2. Iron Man ve Afganlı Teröristler

Gösteren	Gösterilen
Tony Stark'ın Afganlı teröristler tarafından rehin alınması.	Amerika ve ötekiler.

Düz Anlam: Tony Stark'ın son teknoloji füzelerinin sunumunu yaptıktan sonra Afganlılar tarafından kaçırlır. Afganlılar, bir video çekerek Stark'ı yüklü bir para karşılığında serbest bırakacaklarını söylerler. Düz anlamda basit bir rehine olayıdır.

Yan anlam: Amerika'nın (Batı'nın) öteki olarak gördüğü Afganlılar, terörist olarak gösterilmektedir. Stark'ın başına geçirilen çuval, video çekilmesi ve ortamdaki atmosfer, medya tarafından sunulan terörist imgesi ile örtüşmektedir. Kaçırılan kişi, sade bir vatandaş değil, Amerikan çıkarlarını savunan, onun için projeler yapan ve bir sermayedar olan, Amerikan ordusunun bir numaralı silah üreticisi Stark Industry'nin sahibi Tony Stark'tır.

Amerika yıllar boyunca her zaman kendisine bir düşman yaratmıştır. Bu düşman II. Dünya Savaşı sırasında Naziler, Soğuk Savaş sırasında Sovyetler, günümüzde ise Orta Doğulu teröristlerdir. Iron Man filminde de biz ve öteki karşıtlığı üzerinden Orta Doğulular, terörist, Orta Doğu da yıkımın, ölümün, acının yaşandığı yer olarak tasvir edilmektedir.



Görsel 3. Tony Stark'ın evi

Gösteren	Gösterilen
Tony Stark'ın evinin diğer tüm evlerden ayrı, tepede konumlandırılması.	Zenginlik, statü.

Düz Anlam: Yukarıdaki görselde Tony Stark'ın deniz kenarında ve tepe bir noktada yer alan evi görülmektedir. Düz anlamda diğer evlerden ayrı ve şehir merkezine uzak bir ev görülmektedir.

Yan anlam: Stark'ın evi, bir tepede ve tek başına yer almaktadır. Bu da bir zenginlik ve statü göstergesidir. Stark'ın evi, kendi yaptığı işteki başarısını ve alanında zirvede tek olmasını temsil etmektedir.



Görsel 4. Afganlı teröristlerin yaşadığı yer.

Gösteren	Gösterilen
Kayalık bir arazideki mağarada yaşayan teröristler.	İssiz, güven vermeyen, birçok imkândan yoksun mağara yerleşimi.

Filmde anlam oluşturmada ikili karşıtıklardan da yararlanılmıştır.

Tony Stark (Amerikalı)	Teröristler (Afganlı)
Zeki	Aptal
Başarılı	Başarısız
Zengin	Fakir
Güç sahibi	Güçten yoksun
Ev sahibi	Evsiz
Kurtarıcı	Yok edici
Ahlaklı	Ahlaksız



Görsel 5. Tony Stark'ın tanıtım afişi

Gösteren	Gösterilen
Tony Stark'ın Las Vegas'taki ödül töreni tanıtım afişi.	Amerikalı, vatansever, başarılı iş adamı.

Düz anlam: Las Vegas'ta gerçekleşen bir ödül töreninde Stark'a ödül verilmeden önce onun geçmişi, başarıları ve özellikleri hakkında bilgi verilmektedir. Bu sırada konuklara dev ekranda Stark ile ilgili sözlerle bağlantılı görseller gösterilmektedir. Tanıtım afişinde Tony Stark'ın önünde durduğu Amerikan bayrağı üzerinde silah sanayi ve ordunun resimleri yer almaktadır.

Stark törende şöyle tanıtılmaktadır: *Tony Stark, yaratıcı, dahi, Amerikalı vatansever, efsanevi silah geliştiricisi Howard Stark'ın oğlu. Babasının ölümünden sonra Stark Industry'nin başkanı seçilmiş, cennetin anahtarlarını ele almıştır. Cennetin anahtarları sayesinde, Tony, babasının şirketinde yeni bir çağ açar. Daha zeki silahlar, yeni robotlar ve uydudan hedefleme. Bugün Tony Stark, özgürlüğü sağlayıp, Amerika ve çıkarlarını tüm dünyada koruyarak silah endüstrisinin cephesini değiştirmiştir.*

Yan Anlam: Bayrak üzerindeki ordu ve asker resimleri, Amerika'nın sahip olduğu askeri gücü ve küresel düzeyde silah üreticisi olan Stark Industry ile olan bağın, ortak çıkarda bulunduğu göstergesidir. Öte yandan Tony Stark'ın sahip olduğu işin yani silah üreticiliğinin cennetin anahtarları olarak görüldüğü, bununla tüm dünyada Amerikan çıkarlarını savunduğu, ürettiği silahlar ile farklı coğrafyalarda özgürlüğü ve barışı getirdiği vurgulanmaktadır. Amerika tarih boyunca askeri gücü ile sömürge haline getirmek istediği ülkelere müdahale etmektedir. Bu müdahaleleri ise özgürlük adı altında gerçekleştirmektedir. Filmin bu tanıtım sahnesinde de bu durumun altı çizilmiştir.

Tony Stark ile gazeteci arasında geçen röportajda özgürlük ve barışın silahla sağlandığı görüşü pekiştirilmektedir.

T.S. : *Babamın bir sözü vardır. Barış varsa birinin daha büyük bir silahı var demektir.*

Gazeteci: *Güzel laf, özellikle tuğla satan biri için.*

T.S. : *Babam Nazilerin yenilmesine yardım etti. Manhattan Projesi'nde çalıştı. Sizin üniversitenizdeki ukala profesörler bile buna kahramanlık diyor.*

Gazeteci: *Birçok kişi buna savaş vurgunculuğu da diyor.*

T.S. : *Söylesene ilerleyen tıbbi teknoloji ya da akıllı ürünler sayesinde açlıktan kurtardığımız milyonları rapor edecek misin? Çünkü bütün bu buluşlar askeri sermayede tatlım.*

Röportajında dünya üzerindeki açılığın, barışın ve huzurun ancak ve ancak askeri harcamalar ile mümkün olacağı dile getirilmektedir. Amerikan emperyalizminin yıllar boyunca farklı coğrafyadaki ülkeler üzerinde uyguladığı güç ve baskı, kurtuluşun, refaha çıkışın yolu olarak gösterilmektedir.



Görsel 6. Stark Industy'e ait mühimmatlar.

Gösteren	Gösterilen
Stark Industy füzesi.	Amerikan merkezli küresel şirketin sahip olduğu silah gücü.

Düz Anlam: Stark Industy'nin silahları, Afganlı teröristlerin de ellerinde bulunmaktadır. Tüm bu silahların yanı sıra teröristler, Stark'tan tanıtımını yaptığı, son teknoloji Jericho, füzesini de onlar için yapmalarını ister.

Yan Anlam: Stark Industry, küresel düzeyde üretim ve dağıtım yapan bir silah üreticisidir. Şirket, Amerika'nın yanı sıra, tüm dünya üzerindeki silahlı örgütlere silah satışı gerçekleştirmektedir. Bu sahnede, günümüzde Amerikan silahlarının Orta Doğu'da bulunan terörist gruplarının ellerinde de olduğu, Amerika'nın kendine düşmanlar yarattığı, bu düşmanlara ekonomik desteğin yanı sıra silah desteğinin de verildiği anlamı vardır. Öte yandan Stark, mağaradaki tutsaklığından kurtulmak için, Jericho füzesini onlar için yapacağını söyler ve işe koyulur. Silah yapma aşamalarını anlamayan ve hiçbir şeyden şüphelenmeyen Teröristler Stark'ın füze yaptığını zannederler. Oysa Stark, kendini oradan çıkaracak bir robot tasarımı yapmaktadır. Silah yapacak güce, zekâya ve bilgiye sahip olan yine bir Amerikalıdır.



Görsel 7. Iron Man Afganistan semalarında

Gösteren	Gösterilen
Iron Man'ın Afgan halkını teröristlerin elinden kurtarmak için hareket etmesi.	Iron Man'ın Amerikan savaş uçağı gibi teröristlere hava saldırısı yaparak barış ve huzuru sağlaması.

Düz Anlam: Stark, Afganistan'dan kurtulduktan sonra kameralar karşısına geçip, birçok masum insan bizim ürettiğimiz silahlarla ölüyor diyerek, masumların savaşta ölmemesi gerektiğine vurgu yapmış ahlaki bir tavır takınmıştır. Stark, Iron Man zırhını tasarlar ve kaçırıldığı yere giderek oradaki yerli halkı teröristlerin baskısından kurtarır. Teröristlerin elindeki Stark Industry'ye ait olan silahları da imha eder. Saldırıyı uydudan gören Amerikalı askerler Albay Rhoe's'a haber verirler. Rhodes da Stark'ı arar.

Albay Rhodes: *Yardıma ihtiyacım var.*

Tony Stark: *Öyle mi? Ne kadar ilginç.*

Albay Rhodes: *Bu arada ilginç demişken, az önce seni kaçırdıkları yere birkaç kilometre mesafede bir silah deposu havaya uçtu.*

Tony Stark: *Orası tehlikeli bir bölge. Galiba birisi senden önce gelip senin yerine işini yapmış ha?*

Yan Anlam: Stark'ın zırhı, tıpkı bir uçak pilotunun kokpitte oturup uçağı uçurması gibi tasarlanmıştır. Stark, kaçırıldığı yere gidip oradaki masumları kurtarmış ve silahları yok etmiş ve bunu yaparken de Amerikan hava kuvvetlerine ait bir savaş uçağı gibi hareket etmiştir. Albay Rhodes ile arasında geçen konuşmada takındığı tavır ile Amerikan ordusunun görevini üstlenmiştir. Dolayısıyla, oradaki masum halkı kurtararak özgürlük ve barış getiren bir nevi

Amerikan ordusudur. Iron Man, vatansever ve Amerika'nın çıkarlarını gözetten bir süper kahramandır. Iron Man masum halkı kurtararak ahlaki görevini yerine getirmiştir. O bir Amerikalıdır, Amerikan değerlerini ve çıkarlarını savunarak Orta Doğu'ya ve dünyaya barış getirmiştir.

Iron Man filminde yer alan birçok Amerikan kültürel ögesi de bulunmaktadır. Buna verilebilecek en bariz örnek ise Tony Stark'ın en sevdiği yiyeceğin Burger King hamburgeri olması verilebilir. Tony Stark'ın evinin birçok yerinde Amerikan bayrağı olması da bu örneklerden biridir.

Sonuç olarak Iron Man, Amerika'nın çıkarını gözetmekte, kültürel ve ahlaki değerlerini savunmakta, bu çıkarların tehlikeye girmesini engellemektedir. Tehlike dünyanın neresinde olursa olsun, Amerika her daim orada bulunarak tehdidi yok eder, barış ve huzuru sağlar. Iron Man de bu doğrultuda hareket eden bir süper kahramandır. Filmde zeki ve bilimsel bilgiye hakim olanın, ekonomik gücü elinde bulunduranın, dolayısıyla kurtarıcı rolünü üstlenenin daima Amerikalılar ve Amerikalı süper kahramanlar olduğunun altı oldukça çizilmektedir.

3.3.2. İlk Yenilmez: Kaptan Amerika (2011)



Görsel 8. İlk Yenilmez: Kaptan Amerika Film Afışı

3.3.2.1. İlk Yenilmez: Kaptan Amerika Filminin Künyesi

Yönetmen: Joe Johnston

Senaryo: Christopher Markus, Stephen McFeely

Yapımcı Ülke: ABD

Oyuncular: Chris Evans, Hayley Atwell, Sebastian Stan, Tommy Lee Jones, Hugo Weaving, Dominic Cooper, Samuel L. Jackson.

Müzik: Alan Silvestri

Süre: 124 dk.

Hasılat: \$370.569.744

3.3.2.2. İlk Yenilmez: Kaptan Amerika Filminin Özeti

Yıl 1942. Amerika İkinci Dünya Savaşı'nda Nazilere karşı mücadele vermektedir. Nazi generali Johann Schmidt (Red Skull-Kızıl Kafatası) ve birlikleri Norveç'in Tonsberg kasabasında yer aldıklarını düşündükleri ve içerisinde tanrısal güçleri barındıran Tesseract adında gizemli bir taşın peşindedirler. Schmidt'in amacı, Tesseract'ın gücünü ele geçirerek tüm dünyaya hükmetmektir. Schmidt aynı zamanda Hydra (Nazilerin bilim programı) adındaki kuruluşun yöneticisidir. Öte yandan Amerika savaş için daha çok gönüllü toplamaya çalışır. Bu doğrultuda, sokak panayırılarından, büyük gösterilere kadar her yerde asker alım merkezleri kurulmuştur. Steve Rogers adındaki kahramanımız askere gönüllü olarak başvurmuş fakat sahip olduğu hastalıklardan dolayı ret almıştır. Yakın arkadaşı Çavuş James "Bucky" Barnes ile bir teknoloji fuarına katılır. Burada Iron Man'ın babası Howard Stark'ın teknolojik ürünleri tanıtılmaktadır. Fuarın içerisinde bulunan asker alım merkezinde şansını bir kere daha denemek isteyen Rogers, yine ret alır. Bucky ile aralarında geçen konuşmada, Rogers, ülkesini denizaşırı ülkelerdeki savaşlarda temsil etmek istediğini söyler. Bu konuşmaya kulak misafiri olan Dr. Erskine, Rogers'a bir şans vermek ister ve onun askere alınmasına onay verir. Askeri eğitime başlayan Rogers, çelimsiz görünüşü ve hasta oluşundan dolayı birlikteki diğer askerler ve komutanlar tarafından eleştirilir. Ancak Dr. Erskine, herkesin göremediği bir şeyi görür, Rogers'ın mücadelecilik ruhundan cesaretinden, zekasından, iyi bir adam olmasından ve fedakarlığından etkilenir. Böylece Dr. Erskine onu süper asker projesine seçer. Bu sırada Hydra'nın elde ettiği teknoloji karşısında süper asker projesini yapmayı hedefleyen Amerika, Stratejik Bilim Rezervi düzenler. Buraya Albay Chester ve İngiliz Ajan Peggy Carter, Dr. Erskine ve hükümet yetkilileri katılır. Vücuduna serum enjekte edilirken aynı zamanda vita ışınları verilen Rogers, bir süper askere dönüşür. Schmidt ise Dr. Erskine'ı öldürmek için bir Hydra ajanını yollar ve başarılı olur. Süper askere dönüşen Rogers, Hydra ajanını yakalar fakat

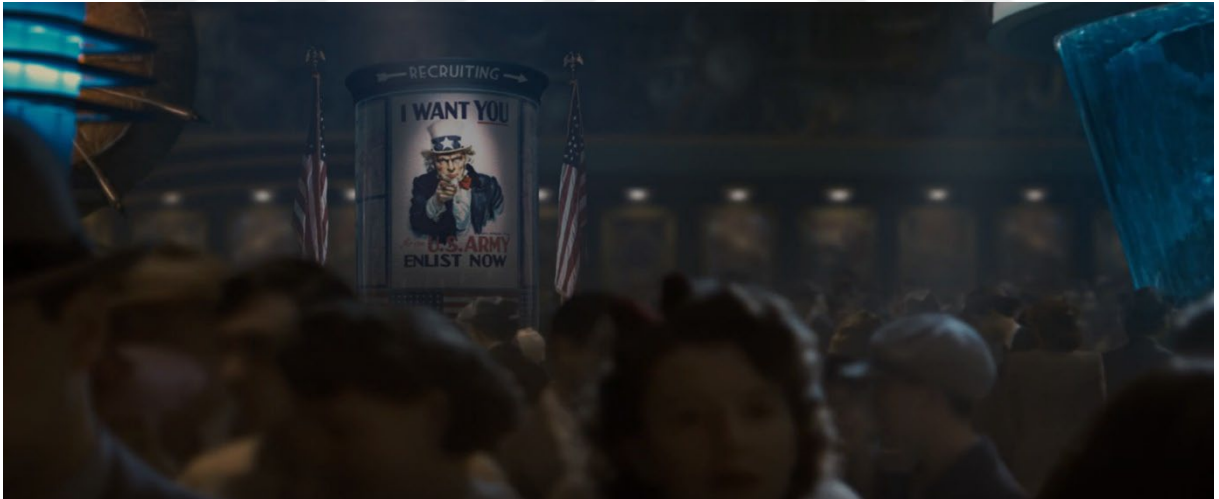
ajan, hap yutarak intihar eder. Süper asker projesi Dr. Erskine'nin ölmesinin ardından rafa kaldırılır. Hükümet Rogers'ı savaşa destek adı altında propaganda aracı olarak kullanır ve ona Kaptan Amerika adı verilir. Kaptan Amerika şehir şehir dolaşır, renkli gösteriler düzenler, savaş tahvilleri toplar. Halkın daha çok destek vermesini sağlamak için gösterilerde, Kaptan Amerika, Hitler kılığında bir oyuncuyu da tek yumrukla yere serer. Turnelerden birinde çocukluk arkadaşı Bucky'nin taburunun esir alındığını öğrenen Kaptan Amerika, Peggy Carter ve Howard Stark'ın yardımıyla Hdyra üssüne sızar ve Amerikalı tutsak askerleri ve Bucky'i kurtarır ve onları tabura geri getirir. Burada büyük coşku ve kahramanlıkla karşılanır. Ajan Carter, onun başarılı olacağına zaten inanmıştır. Ona daima güvenir ve aralarında bir aşk başlar. Kaptan Amerika, Hdyra ve Schmidt'in faaliyetlerine son vermek için operasyonlar başlatır. Stark, Kaptan Amerika'ya vibranyumdan yapılan ve dünyada sadece bir tane olan bir kalkan verir. Kaptan Amerika ve ekibi farklı kıtalarda yer alan Hdyra üslerini yok ederler. Fakat Kaptan Amerika'nın aklı aşkı Carter'dadır. Ekip, operasyonlarından birinde Hdyra'nın bilim adamı olan Dr. Zola'nın yer aldığı trene baskın düzenler ve Dr. Zola'yı ele geçirirler. Fakat operasyon sırasında Bucky'i kaybederler. Hdyra'nın son üssüne operasyon düzenleyen Kaptan Amerika ve ekibi Schmidt ile karşılaşır. Schmidt kaçmaya, Kaptan Amerika ise onun kaçmasını engellemeye çalışır. Mücadele sonucunda Tesseract'ı eline alan Schmidt, Tesseract'ın açtığı bir portal sonucu ortadan kaybolur ve Tesseract okyanusa düşer. İçi bomba dolu olan uçağı New York'a ulaşmadan yere indirmeye çalışan Kaptan Amerika, son olarak aşkı Ajan Carter'a bir dans sözü verir. Bu sırada uçak yere çakılır ve ondan bir daha haber alınamaz. Olaydan 70 yıl sonra uçağın enkazı bulunur. S.H.I.E.L.D. tarafından kurtarılan Kaptan Amerika neler olduğunu anlamaya çalışır. S.H.I.E.L.D.'in başkanı Nick Fury ona dünyanın tehlikede olduğunu ve dünyanın Kaptan Amerika'ya ihtiyacı olduğu dile getirerek ona bir görev önerir.

3.3.2.3. İlk Yenilmez Kaptan Amerika'nın Göstergebilimsel Analizi



Görsel 9. Sinema filmleri öncesinde savaş propagandası yapılmakta.

Gösteren	Gösterilen
Sinema filmi öncesi savaşı destekleyen görüntüler ve sözlerin yer aldığı tanıtım.	Sinemanın savaş propagandası yaparak, halkın desteğini alması, savaşı haklı göstermesi.



Görsel 10. 1943 Geleceğin Dünya Fuarı'nda askere alım noktaları.

Gösteren	Gösterilen
Fuar alanında yer alan askere alım afişleri ve noktaları.	Savaşı destekleyici görsellerin her yerde yer alması. Milli duyguların körüklenerek savaşa gönüllü katılımın sağlanması.

Düz Anlam: 1943 yılında Amerika'daki sinema salonları, film gösterimi öncesinde izleyicilere Amerikalı askerlerin savaş görüntülerini göstermekte, izleyiciler bu görüntüler karşısında gözyaşlarını tutamamaktadır. Bu sırada bir anlatıcı da Amerikan askerlerinin kahramanlıklarından bahsetmektedir. Görüntülerin geçilip filmin başlamasını isteyen biri, karşısında kahramanımız Steve Rogers'ı buluyor.

Anlatıcı: *Savaş Avrupa'yı tahrip etmeye devam ediyor. Ama yardım yakında geliyor. Askerliğe uygun bütün gençler ülkesine hizmet etmek için sıraya giriyor. Küçük Timy bile üstüne düşeni yapıyor, hurda topluyor. Aferin sana Timy. Bu arada deniz aşırı ülkelerde cesur gençlerimiz, düşman güçlere özgürlüğün her şeye bedel olduğunu gösteriyor.*

1943 yılındaki Geleceğin Dünya Fuarı'nda teknolojik gelişmelerden, pratik çözümlere kadar birçok ürünün tanıtımı yapılmaktadır. Tüm bunların yanı sıra fuar alanında gönüllülük esasına dayalı askere alım noktalarında, gönüllüler sağlık kontrolünden geçirilerek orduya katılmaları sağlanmaktadır.

Yan Anlam: Savaş dönemi sırasında bir kitle iletişim aracı olan sinema, propaganda aracı olarak kullanılmakta, halkın desteğini alıp, askere katılmayı teşvik etmekte, Amerika'nın savaşta haklı taraf olduğunu göstermektedir. Bunu yaparken, hurda toplayan küçük çocuk ve yaralı askerler gösterilmekte, halkın düşman kuvvetlerine olan nefreti, kini artarken, kendi ordusuna yardım etme isteği de artmaktadır. Filmde, Amerikalı genç askerler, deniz aşırı ülkelere özurluğu ve barışı getiren kurtarıcı rolünde yer almaktadır. Görüntülerden rahatsız olan kişiye karşı tavır alan Steve Rogers, ona susmasını söyleyerek, bu görüntülerin ve deniz aşırı ülkelerde gerçekleşen savaşın ne kadar önemli olduğunu gösteriyor. Sıradan fuarlarda bile ordu seni istiyor başlıklı afişlerin yer alması, ordunun kısacası dünyanın sana ihtiyacı var algısını yaratması, diğer gönüllülerde olduğu gibi Steve Rogers'ın da orduya katılma isteğini doruk noktasına çıkartmaktadır.



Görsel 11. Kaptan Amerika olan Steve Rogers'ın savaşın reklam yüzü olması.

Gösteren	Gösterilen
Kaptan Amerika, Hitler'i yendiği bir gösteri eşliğinde milli savunma tahvillerini satmaktadır.	Onun artık bir Amerikan malı olması ve savaşa destek için kullanılması. Yapılan desteklerle güçlenen ordunun düşmanı (Nazileri) yere sereceği düşüncesi.

Düz Anlam: Steve Rogers, süper asker deneyi ile birlikte Kaptan Amerika olur. Fakat diğer serumlar ve projeyi yürüten doktor öldürüldüğü için proje askıya alınır. Hükümet de Rogers'ı Kaptan Amerika adı altında milli savunma tahvillerinin satışında kullanır. Şehir şehir dolaşarak Amerikan ordusu için para toplar.

Yan Anlam: Kaptan Amerika hükümet ile işbirliği içerisinde, ülkenin dört bir yanına giderek Amerikan milliyetçiliğini körüklemektedir. Savaşa destek için tahvillerin satışını bir gösteri eşliğinde yapmaktadır. Oyun içerisinde Hitler de yer alır. Kaptan Amerika gösteride Hitler'i tek yumrukla yere serer. Halka, savaş tahvilleri alarak Hitler'i yenebilecekleri ve dünyayı kurtarabilecekleri mesajı verilir. İlerleyen süreçte Kaptan Amerika milli duyguları köpürten sinema filmleri, reklam afişleri, çizgi roman kahramanı haline gelir. O, savunduğu ideolojik, kültürel ve ahlaki değerler ile baştan aşağı Amerika'yı temsil etmektedir.



Görsel 12. Kaptan Amerika ve ekibi Hydra'nın üslerini yok eder

Gösteren	Gösterilen
Kaptan Amerika'nın farklı etnik gruptan ve milliyetten oluşan ekibe liderlik etmesi.	Amerika'nın küresel liderlik rolü.

Düz Anlam: Kaptan Amerika oluşturduğu ekip ile birlikte, Schmidt'in kontrollünde olan Nazi bilim merkezi Hydra'nın üslerini tek tek yok ederek savaşa yön verir.

Yan Anlam: Hydra, Amerika'yı dolayısıyla tüm dünyayı tehdit etmektedir. Kaptan Amerika'nın ekibi farklı etnik gruplara ve milliyete sahip kişilerden oluşmaktadır. İçlerinden biri Fransız, biri İngiliz, biri Asyalıdır. Dolayısıyla bu grup dünyanın geri kalanını temsil etmektedir. Tüm dünya Amerika'nın yani dünyanın kurtuluşu için Kaptan Amerika'nın emri altında toplanarak mücadele vermektedir. Böylece Amerika'nın dünya liderliğinin ve kurtarıcılığının, daima iyi taraf olduğunun, özgürlük ve barışın sağlayıcısı olduğunun altı çizilmektedir.



Görsel 13. Kaptan Amerikan'ın Vibranium kalkanı

Gösteren	Gösterilen
Dünyada sadece bir tane olan Vibranium'dan yapılan kırmızı, mavi ve beyaz renkteki kalkan.	Amerika'nın bu nadirlikte bir maddeye sahip olma yetisi. Kalkanın Amerikan bayrağını temsil etmesi.

Düz Anlam: Kaptan Amerika'nın kalkanı vibranium maddesinden üretilmiştir. Bu madde sadece Wakanda adı verilen bir Afrika ülkesinde yer almaktadır.

Yan Anlam: Amerika, dünya üzerinde sadece Wakanda'da bulunan vibranium maddesine ulaşmış (bu durum aynı zamanda diğer ülkeler üzerindeki sömürge ve teknoloji gücünü göstermektedir) ve bu maddeden bir kalkan yapmıştır. Dolayısıyla nadir bir maddeden yapılan ve sadece bir tane olan bu kalkanı kullanma yetisi de Amerika'yı temsil eden Kaptan Amerika'ya aittir. Kalkanda Amerikan bayrağının renkleri ve yıldızın bulunması da Amerika'nın tüm kötülüklerin karşısında kalkan olması mesajını vermektedir.



Görsel 14. Kaptan Amerika



Görsel 15. Johann Schmidt

Filmde anlam ikili karşıtlıklar üzerinde kurulmuştur.

Steve Rogers (Kaptan Amerika)	Johann Schmidt (Red Skull)
Cesur	Korkak
İyi	Kötü
Kurtarıcı	Yok edici
Ahlaklı	Ahlaksız
Barış yanlısı	Savaş yanlısı
Merhametli	Acımasız

Hollywood klasik anlatı yapısı çerçevesinde iyi-kötü ayrımı bariz bellidir. Burada da ana karakter ve baş düşmanı arasındaki denge ikili karşıtlıklar üzerinden kurulmuştur. Filmde Kaptan Amerika'nın düşmanı Hydra'nın başkanı General Schmidt'tir. Schmidt, Rogers'tan önce süper asker serumunu almıştır. Serum enjekte edildiği kişinin içindeki duyguları açığa çıkarmaktadır. Serum, Schmidt'i Red Skull yapmıştır. Bu karakter yıkıcı, acımasız, tüm dünya için bir tehdit olarak gözükmektedir. Öte yandan serum, Steve Rogers'da bütün iyi özelliklerin açığa çıkmasını sağlamıştır.

Filmde genel olarak Amerika'nın toplumsal ve ahlaki değerleri, vatanseverliği, dünya savaşına müdahalesinin insanlara özgürlük getirmek amaçlı olduğu vurgusu yapılmaktadır. Gerektiğinde sıradan bir Amerikalının bir kahramana dönüşebileceği, çünkü onda gerekli olan zekâ ve becerilerin bulunduğu algısı yaratılmaktadır. Amerikan bayrağı görseli ya da hatırlatıcı simgeler filmin başından sonuna en temel göstergesidir. Nazi elinde gelişmiş teknoloji var ama kullanıcıları kötü ve başarısız olmaya mahkûm, Amerika hem kendi teknolojisini kullanıyor hem de Nazilerin geliştirdiklerini. Alman doktorun geliştirdiği iksir Nazi Schmidt'i maske arkasında saklanması gereken bir kötü yaparken Steve Rogers'ı bir kahraman, kurtarıcı yapmaktadır.

3.3.3. Galaksinin Koruyucuları (2014)



Görsel 16. Galaksinin Koruyucuları Film Afışı

3.3.3.1. Galaksinin Koruyucuları Filminin Künyesi

Yönetmen: James Gunn

Senaryo: James Gunn, Nicole Perlman

Yapımcı Ülke: ABD

Oyuncular: Chris Pratt, Zoe Saldana, Bradley Cooper, Vin Diesel, Lee Pace, Michael Rooker, Karen Gillan.

Müzik: Tyler Bates

Süre: 121 dk.

Hasılat: \$773.350.147

3.3.3.2. Galaksinin Koruyucuları Filminin Özeti

Peter Quill, annesi ölüm döşeginde olan küçük bir çocuktur. Hastane koridorunda kulaklığı ile müzik dinlemektedir. Bu sırada dedesi, Quill'in annesini görebilmesi için onu içeri çağırır. Annesi ona babasının saf ışıktan oluşan bir melek olduğunu söyler ve ölür. Annesinin acısını yaşayan Quill, dışarıya çıkarak bağırır ve o sırada bir uzay gemisi onu kaçıır. Quill, yıllar boyunca Yondu adında bir yağmacı tarafından yetiştirilir. Quill kendisine Star Lord adını verir ve galakside satmaya değer parçaların peşine düşer. Yondu onu Morag gezegeninde saklı bir küreyi çalmaya gönderir. Fakat bu kürenin peşinde ondan başkaları da vardır. Kürenin peşinde olanlardan biri de Thanos'un emiri altındaki Ronan'dır. Ronan'ın amacı küreyi alıp Nova gezegeninin başkenti Xandar'ı yok etmektir. Quill, Ronan'ın askerleri ile kısa bir mücadele verir ve küre ile oradan kaçır. Quill küreyi Xandar'daki koleksiyoncuya kendi götürür. Bunun üzerine Yondu, Quill başına ödül koyar. Ödülü gören Rocket Raccoon ve Groot, Xandar'da Quill'in peşine düşer. Öte yandan kürenin Ronan'a geçmesini engellemek isteyen Thanos'un kızı Gamora'da taşı almak için Quill'in peşindedir. Üçlü arasında küreyi alma mücadelesi Xandar polislerinin araya girmesiyle son bulur ve hepsi hapse girer. Hapiste herkes Thanos'un kızı Gamora'ya karşı cephe alır. Çünkü Gamora'nın babası Thanos ve emrindeki Ronan birçok galakside kitleleri katletmişlerdir. Ailesini kaybedenlerin arasında Drax isimli bir mahkum bulunmaktadır. Drax, kendisini Ronan'a götürceğini ve ondan intikam alacağını düşündüğü için Gamora'nın hapisanedeki mahkumlar tarafından öldürülmesini engeller. Rocket'in yardımıyla hapisaneden kaçarlar. Gamora, Thanos'un kötülüklerinden bıkmıştır ve ondan kaçmak için küreyi Knowhere adında bir gezegendeki Collector'a satmak istemektedir. Collector'un yanına giden ekip, kürenin içerisindekinin güç taşı olduğunu öğrenirler. Ronan'dan intikam almak isteyen Drax, Ronan'a yerlerini söyler ve Ronan taşı almak için Knowhere'e gelir ve ekip yenilgiye uğrar. Taş Ronan'a geçer. Daha sonra Yondu, Quill'i bulur

ve onu gemisine alarak sorguya küre ile ilgili sorguya çeker. Quill taşın ondan olmadığını, Ronan'da olduğunu söyler ve Xandar ile bir olursak taşı alabileceklerini anlatır. Yondu'yu ikna eden Quill ekip ile birlikte Xandar'a doğru yola çıkar. Bu sırada Ronan taşı Thanos'a vermek yerine kendine saklar ve Xandar'a saldırır. Burada ekip ve Xandar birlikleri Ronan'ın ordusuna karşı direnirler. Ronan'ın gemisine sızan ekip başarısız olur ve gemi yere çakılır. Ronan taşı çekicine yerleştirerek Xandar halkının önüne geçer ve tam gezegeni yok etmek üzereyken Quill, şarkı söyleyip, dans ederek onun dikkatini dağıtır. Bu sırada Drax, Rocket'in yaptığı silah ile ateş eder ve taş çekiçten ayrılır. Quill, Ronan'dan önce davranarak taşı avcuna alır. Taşın enerjisi çok yüksektir. Quill taşa karşı dayanmakta zorluk çeker ve sırayla diğer ekip üyeleri ele ele tutuşarak Quill'e bağlanırlar. Ronan tam saldırmak üzereyken Quill, "Biz Galaksinin Koruyucularıyız" der ve güç taşı ile Ronan'ı yok ederler. Artık Galaksinin Koruyucuları olan ekip yeni maceralar için gemileri binerek uzaklaşırlar.

3.3.3.3. Galaksinin Koruyucuları Filminin Göstergebilimsel Analizi



Görsel 17. Peter Quill (Star Lord)



Görsel 18. Ronan

Tüm Marvel filmlerinde olduğu gibi burada da iyi-kötü ayrımı bariz bir şekilde bellidir. Film boyunca anlam ikili karşıtlıklar üzerinden oluşturulmuştur. Star Lord, müzik zevki olan, eğlenceli, arkadaşları olan ve dünya için kendini tehlikeye atmaktan çekinmeyen bir Amerikalıdır. Ekibi ile galaksideki gezegenleri korumaktadır. Galaksiler arasındaki barışı, huzuru sağlayan dünya dışı tehditlere göğüs geren, bunun için canını tehlikeye atan yine bir Amerikalıdır. Tüm bunları yaparken de kendi kültürüne (Amerikan kültürü) ait müzikleri dinlemektedir. Galaksiyi korurken, kendi kültürünü ekibi de sevmiş, benimsemiştir.

Filmde yer alan ana kahrakter (süper kahraman) ve düşmanı arasındaki ilişki ikili karşıtlıklar üzerinden kurulmuştur.

Peter Quill (Star Lord)	Ronan
İyi	Kötü
Merhametli	Acımasız
Duygusal	Duygusuz
Dünyalı	Uzaylı
Ahlaklı	Ahlaksız
Kurtarıcı	Yok edici



Görsel 19. Quill'in Sony marka Walkman'ı

Gösteren	Gösterilen
Quill, galaksiler arasındaki görevlerinde müzik dinler.	Sony markasına ait bir walkman ve içindeki Amerikan müzikleri evrensel boyuttadır.

Düz Anlam: Quill, güç taşını almak için çıktığı görevin yanı sıra birçok görevde müzik dinlemektedir. Müzik, onu savaşa hazırlayan ve ona cesaret veren bir şeydir, onun ilham kaynağıdır

Yan Anlam: Sony markası ve içerisindeki Amerikan müzikleri dolayısıyla Amerikan kültürü, galaksiler arası bir seviyeye ulaşmıştır. Quill'in kendini Amerikan kültürüne ait müzikler ile cesaretlendirmesi ve savaşırken bu müzikleri dinlemesi onun galaksideki farklı varlıkları kendi taşıdığı kültürel değerler ile yenmesinin göstergesidir. Diğer galakside yaşayan varlıklar teknolojik olarak her ne kadar üstün olsa da, Quill'in kültürü (Amerikan kültürü) galaksiler arasında bir üstünlüğe sahiptir. Burada çarpışan insan-uzaylı değil, Amerikalı, onun kültürü ve galaksinin kendisidir.



Görsel 20. Quill'in walkman'inden müzik dinleyen Xandarlı.

Gösteren	Gösterilen
Xandarlı gardiyan müzik dinliyor.	Uzaylı bir varlığın Amerikan müziğini dinlemesi ve bundan keyif alması. Amerikan kültürünün evrenselliği.

Düz Anlam: Quill, Xandar hapishanesine düşmüştür. Burada eşyalarına el konur. Xandarlı, Quill'in walkman'inin ne işe yaradığını anlamaya çalışır ve kulaklığını takar ve kendini müziğin ritmine kaptırır.

Yan Anlam: Amerikan müziğinin ve kültürünün evrenselliği vurgulanmaktadır. Amerikan kültürü galaksinin neresine giderse gitsin, ortak beğeni düzeyine hitap ederek, farklı evrenden canlıları kendine hayran bırakmaktadır.

3.3.4.1. Kaptan Amerika: Kış Askeri Filminin Künyesi

Yönetmen: Anthnoy Russo, Joe Russo

Senaryo: Christopher Markus, Stephen McFeely

Yapımcı Ülke: ABD

Oyuncular: Chris Evans, Scarlett Johansson, Anthony Mackie, Samuel L. Jackson, Sebastian Stan.

Müzik: Henry Jackman

Süre: 136 dk.

Hasılat: \$714.421.503

3.3.4.2. Kaptan Amerika: Kış Askeri Filminin Özeti

70 yıl sonra uyanan ve yenedünyaya alışmaya çalışan Kaptan Amerika (Steve Rogers), Nick Fury'nin yönettiği S.H.I.E.L.D. örgütü ile işbirliği içerisinde görevlere katılmaktadır. Nick Fury, Kaptan Amerika'ya Algı Projesi adı verilen bir projeden bahseder. Bu projeye göre helikoptaşırlar havalanarak gökyüzünde sabitlenecektir. Algı Projesi, dakikada 1000 düşman öldürme kapasitesine ve düşmanı DNA'sından tanıma yeteneğine sahip etkili bir savunma aracıdır. Fakat Rogers, bunun koruma değil korku yaratmak olduğunu söyleyerek bu durumdan hoşnut olmadığını dile getirir. Daha sonra Fury, proje dosyalarına erişerek, projeyi askıya almak istediğinde, yetkilerinin alındığını görür. Bunun üzerine S.H.I.E.L.D.'in patronu olan Alexander Pierce'a gider ve projenin rafa kaldırılmasını söyler. S.H.I.E.L.D. merkezinden ayrılan Fury, yolda silahlı saldırıya uğrar. Kimliği belirsiz saldırganlardan kaçarken karşısına gizemli bir asker çıkar ve Fury'nin aracına saldırarak onu durdurur. Bu gizemli asker, filmde Kış Askeri olarak geçmektedir. SSCB donmuş bir gölde bulunan ve özel kuvvetler içerisinde eğitim gören, mekanik bir kola sahip olan Kış Askeri, tam bir ölüm makinesi olarak yetiştirilmiştir. Fury, Kış Askeri'nin elinden kaçmayı başarır ve gizlice Rogers'ın evine gider. Burada Rogers'ı S.H.I.E.L.D.'in içerisinde casusların olduğuna dair uyarırken Kış Askeri tarafından vurulur. Fury, vurulmadan önce Rogers'a içerisinde gizli bilgilerin olduğu bir flash bellek verir. Ertesi gün Kaptan Amerika dahil bir çok kişi Fury'nin ölümü üzerine sorgulanır. Rogers, flash bellekten kimseye bahsetmez. Sorgu dönüşü asansörde S.H.I.E.L.D. ajanları tarafından saldırıya uğrar. Saldırıyı püskürten ve kaçan Rogers, Natasha Romanoff (Black Widow) ile bellekte yer alan bilgileri çözmeye çalışırlar. Bellekteki bilgileri çözen ikili gizli bir SHIELD üssüne giderler. Burada onları İkinci Dünya Savaşı sırasında Nazi bilim birimi olan Hydra'nın bilim adamı Dr. Zola'nın yapay zekası ile karşılaşırlar. Dr. Zola, Hydra'nın savaş sonrası S.H.I.E.L.D.'in içine sızdığını ve Algı Projesini yönettiğini, bu proje ile Hydra karşıtı

kim varsa öldürüleceğini söyler. Rogers ve Romanoff, gizli üste saldırıya uğrar. Bu saldırıdan kurtulan ikili eski bir savaş pilot olan Sam'in evine sığınır. S.H.I.E.L.D.'in içindeki Hydra yapılanmasını çözmek için harekete geçen ekip karşısında Kış Askeri'ni bulur. Mücadele sırasında Kış Askeri'nin maskesi düşer ve Kış Askeri'nin Rogers'ın kaybettiği çocukluk arkadaşı Bucky olduğu anlaşılır. Kış Askeri, ekibi yakalar ve onları Hydra tarafından infaz edilecek yere götürmek için araca bindirir. Araç yolda ilerlerken, araç içerisinde Hydra ajanı kılığına giren ve S.H.I.E.L.D. ajanı olan Maria Hill tarafından kurtarılırlar. Hill, onları gerçek S.H.I.E.L.D. ajanlarının olduğu bir sığınağa götürür ve orada Fury'i görürler. Fury kendine öldü süsü vermiştir. Burada Hydra'yı temizlemek için plan yaparlar. Hydra'nın kontrolündeki S.H.I.E.L.D. binasına giren Kaptan Amerika, hoparlörlerden ajanlara S.H.I.E.L.D.'in Hydra'nın kontrolüne geçtiğini ve doğru şeyi yaparak milyonları kurtarabileceklerini söyler. Ajanlar içeride birbirleri ile savaşırken, Kaptan Amerika, Sam (Falcon), Black Widow, Kış Askeri ile savaşır. Kaptan Amerika, Kış Askeri'ne onunla savaşmayacağını, onun, kendisinin arkadaşı olduğunu anlatmaya çalışır, fakat Kış Askeri, "sen benim görevimsin" diyerek Kaptan Amerika'yı yenilgiye uğratır. Bu sırada savaşıkları helikoptaşı suya düşer. Kış Askeri, Kaptan Amerika'yı sudan çıkarır ve ortadan kaybolur.

3.3.4.3. Kaptan Amerika: Kış Askeri'ni Göstergebilimsel Analizi



Görsel 22. S.H.I.E.L.D.'in sahip olduğu teknolojik güç.

Gösteren	Gösterilen
S.H.I.E.L.D.'in teknolojik üretim hattı.	Teknolojik gücün ve üstünlüğün Amerika'nın elinde olması.

Düz Anlam: Nick Fury, teknolojik güçle donatılan S.H.I.E.L.D.'in Algı Projesinin ne olduğu ve ne için kullanılacağı hakkında Kaptan Amerika'ya bilgi verir.

Nick Fury: *İşte karşında Algı Projesi, 3 yeni nesil helikoptadır, hem de hedefleme uydu ağı ile senkronize.*

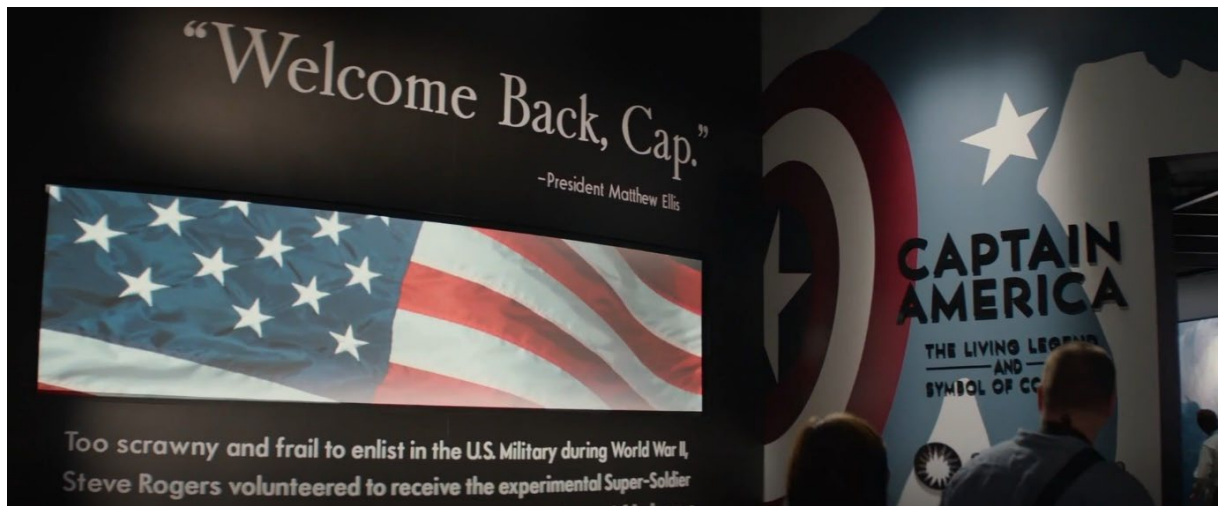
Kaptan Amerika: *Lemurya yıldızından fırlatılan.*

Nick Fury: *Havalandıktan sonra bir daha inmelerine gerek yok. Yeni püskürtmeleri motorlarımız sayesinde alt yörüngesel sürekli uçuş mümkün.*

Kaptan Amerika: *Stark mı?*

Nick Fury: *Eski türbinlerimizi yakından görünce birkaç önerisi oldu.*

Yan Anlam: Algı projesinin geliştirilmesine, Tony Stark, SHIELD ve ABD hükümeti birlikte katkıda bulunmaktadır. Bu da bize sermaye, ordu ve hükümet işbirliğini göstermektedir. ABD'nin gizli birimi olan SHIELD, terörist saldırılardan uzaylı istilasına kadar her türlü tehdidi önlemek için hükümet ve küresel bir şirket olan Stark Industry'nin desteğini almıştır. ABD'nin uydudan teröristin DNA'sını okuyacak ve düşmanı henüz harekete geçmeden yok edecek bir sisteme sahip olduğunun gösterilmesi, teknolojik üstünlükle korku salınması ve caydırıcılığın amaçlanması.



Görsel 23. Smithsonian Müzesi'ndeki Kaptan Amerika Bölümü

Gösteren	Gösterilen
Müzedeki Kaptan Amerika'ya ayrılan bir bölüm olması	Kaptan Amerika'nın ve onun temsil ettiği değerlerin tarih sahnesinde yerini alması.

Düz Anlam: ABD'nin en büyük müzelerinden biri olan Smithsonian Müzesi'nde Kaptan Amerika'ya bir bölüm ayrılmıştır. Bu bölümde Kaptan Amerika'nın 70 yıl aradan sonra geri geldiğine, geçmişten bugüne başarıları ve nasıl özelliklere sahip bir insan (Amerikalı) olduğuna dair bilgiler yer almaktadır.

Yan Anlam: Kaptan Amerika, kıyafeti, kalkanı, taşıdığı kültürel ve ideolojik değer ile baştan aşağı Amerika'yı temsil etmektedir. Dolayısıyla Kaptan Amerika'nın müzede yer alması, onun ve savunduğu değerlerin tarihte yerini almasına işaret etmektedir.



Görsel 24. Kış Askeri

Gösteren	Gösterilen
Kış Askeri'nin mekanik kolun ve üzerindeki yıldız.	Kış Askeri'nin Sovyet kırmızı yıldızını taşıması, Sovyetleri temsil etmektedir.

Düz Anlam: Kış Askeri, Hydra ve Sovyetler tarafından geliştirilen bir süper askerdir. Mekanik bir kola sahiptir ve bu kol üzerinde kırmızı bir de yıldız bulunmaktadır. Filmde, Kış Askeri, Hydra ve Sovyetler tarafından uzun yıllar boyunca tarihe yön vermek için kullanılmıştır. Dr. Zola bunu şöyle açıklamaktadır:

Dr. Zola: *Savaştan sonra SHIELD kuruldu ve ben göreve alındım. Yeni Hydra büyüdü, SHIELD'in içinde büyüyen güzel bir parazit. Son 70 yıldır Hydra, gizlice krizleri besliyor, savaştan kar ediyor ve tarih iş birliği yapmazsa tarih değiştiriliyordu.*

Yan Anlam: Kış Askeri de Kaptan Amerika gibi bir süper askerdir. Hydra generali Schmidt gibi Amerika ve dünyaya karşı kullanılmaktadır. Kolunda taşıdığı yıldız Sovyet kızıl yıldızıdır ve Sovyetleri temsil etmektedir. Kaptan Amerika'nın göğsündeki yıldız ile Kış Askeri'nin mekanik kolundaki yıldız zamanında iki büyük devletin (iki kutuplu dönemde) çarpışmasını temsil eder. Burada savaşan iki süper askerden ziyade Amerika ve Sovyetler'dir. Ancak Sovyetler'i temsil eden kızıl yıldız canlı bir kol üzerinde değil mekanik bir kol üzerindedir. Bu iki anlamda okunabilir, bir Sovyetler'in canlılığını gücünü yitirmiş olması, iki Kış Askeri bir Amerikalı olduğu için bir Amerikalının canlı, bilinçli olarak Sovyetler için savaşamayacağı.

Dr. Zola'nın açıklamaları, bugüne kadar olan tarihsel krizlerde ve savaşlarda, Hydra ve Sovyetlerin parmağının olduğuna işaret etmektedir. Amerika tarih boyunca masum, kurtarıcı olmuş, dünyayı tehdit edenin ise daima farklı milletler ve güçler olduğunun altı çizilmektedir.

Kaptan Amerika ve Kış Askeri zıt karakterler olarak konumlandırılmış, anlam oluşturmada ikili karşıtlıklardan yararlanılmıştır.

Kaptan Amerika	Kış Askeri
İyi	Kötü
Koruyucu	Yıkıcı
Kurtarıcı	Yok edici
Duygusal	Duygusuz
Merhametli	Acımasız
Amerikalı	Sovyet



Görsel 25. Nathasha Romanoff (Black Widow)

Gösteren	Gösterilen
Nathasha Romannoff'un Kaptan Amerika ile müttefik olması.	Eski bir Rus KGB ajanının, Amerika ile birlikte Kış Askeri'ne (Sovyetlere) karşı savaşması.

Düz Anlam: Nathasha Romanoff, eski bir KGB ajanıdır. Zamanla KGB'den ayrılarak SHIELD'e geçer ve Kaptan Amerika ve ekibi ile birlikte hareket eder. Amerika için çalışır. Amerika'yı yani dünyayı tehdit eden güçlere karşı mücadele eder.

Nat: *SHIELD'da ilk katıldığımda doğru yolu bulduğumu sandım.*

Yan Anlam: Eski KGB ajanının SHIELD'de geçmesi ve doğru yolu bulması, Sovyetlerin kötü ve yanlış yolda olduğunu Amerika'nın ise iyi ve doğru yolda olduğunu göstermektedir. Amerika, yeni bir başlangıcın, doğruluğun temsili olarak sunulmaktadır. Nathasha, kendi kimliğini reddetmiş ve doğru yolu buldum dediği, yeni bir kimlik, Amerikan kimliği edinmiştir.

Kaptan Amerika: Kış Askeri filminde, diğer Kaptan Amerika filmlerinde olduğu gibi Amerikan değerlinin üstünlüğünün altı çokça çizilmektedir. Amerika'nın kurtarıcı, kurucu rolü öne çıkarılmakta, diğerlerinin cesaret bile edemeyeceği şekilde devrimci bir anlayışla iyi (tehditten uzak), yeni bir dünya kurma çabasında olduğu vurgulanmaktadır. Öyle ki bunu SHIELD'in yöneticisinin sözlerinden anlamak mümkündür.

SHIELD Yöneticisi: *Bütün diplomasiye, tokalaşmalara ve söz sanatına rağmen, iyi bir dünya kurmak için eskisini yerle bir etmek gerekir. Bu düşman demektir. Onlar seni ahlaksız ilan eder. Sırf elini çamura sokup daha iyi bir şey yapma cesaretin olduğu için.*

Gösterilmek istenen, Amerika'nın eleştirilme nedeninde bile, Amerika'nın üstünlüğün, cesaretinin, dünya için sorumluluk almasının yattığıdır.

3.3.5. Kaptan Marvel (2018)



Görsel 26. Kaptan Marvel Film Afifi

3.3.5.1. Kaptan Marvel Filminin Künyesi

Yönetmen: Anna Boden, Ryan Fleck

Senaryo: Anna Boden, Ryan Fleck

Yapımcı Ülke: ABD

Oyuncular: Brie Larson, Samuel L. Jackson, Jude Law, Ben Mendelsohn, Clark Gregg, Annette Bening.

Müzik: Pınar Toprak

Süre: 123 dk.

Hasılat: \$1.128.462.972

3.3.5.2. Kaptan Marvel Filminin Özeti

Carol Danvers, Kree gezegeninin başkenti Hala'da yaşayan ve orada eğitim gören olağanüstü güçlere sahip biridir. Kree vatandaşlarını Skrull'lara karşı korumakla görevli bir ekibin parçasıdır. Skrull'lar Kree'nin sınır gezenlerinden birini işgal etmiştir ve ekip Skrull'ların liderini ele geçirip, bilgi edinmek için yola koyulur. Skrull'lar herhangi bir canlının görünümüne dönüşebilme yeteneğine sahiptirler. Ekip, sınır gezegendeki operasyonda Skrull'ların tuzağına düşer ve Danvers Skrull'lar tarafından kaçırılır. Skrull'lar Lawson adında bir doktorun ışık hızı motorunun nerede olduğunu öğrenmek için Danvers'in beynini tararlar ve Lawson'un ışık hızı motorunun C-53 (Dünya) gezegeninde olduğunu öğrenirler. Danvers, Skrull'ların elinden kurtulur ve kaçış kapsülü ile gemiden kaçmaya çalışır. Kaçarken kapsülü vurulan Danvers dünyaya düşer. Danvers, dünya gezegeninden kurtulmak için Kree ekibi ile irtibat kurar. Bu sırada SHIELD'in ajanı olan Nick Fury olay yerine gelir ve Danvers'i sorgular. Danvers, başka bir gezegenden geldiğini, beraberinde Skrull'ların da gezegene geliş yaptığını, onları yok etmesi gerektiğinden bahseder. Fury, buna inanmaz. Sorgulama sırasında Skrull'lar saldırır, Fury gördüklerine şaşırır ve Danvers ile daha çok bilgi edinmek için bir araya gelir. Danvers, Dr. Lawson'ın ışık hızı projesi ve motoru hakkında daha çok bilgi almak için Fury ile işbirliği yapar. Fury, onu Nasa ve ABD hava kuvvetlerine ait Pegasus üssüne götürür. Orada Dr. Lawson'ın çalışmaları ile ilgili bilgi ararlar. Lawson'un çalışmalarının arasında Kree harflerinin bulunduğu bir günlük vardır. Danvers, Lawson'un bir Kree olduğunu anlar. Bu sırada Fury ve Danvers, Lawson'ın çalışmaları sırasında bir uçağın düştüğüne dair bir rapor bulurlar. Raporda projenin başarısız olduğu Lawson ve yardımcı pilotun öldüğü yazmaktadır. Onları gören son kişi ise Maria adında bir pilottur. Danvers, rapordaki fotoğrafta Lawson ve Maria'nın yanı sıra kendisini de görür. Danvers, Kree ekibi ile iletişime geçer. Burada bir rapor bulunduğunu ve kendisinin de o raporda yer aldığını söyler. Kree ekibine, ışık hızı projesi için bir

bilgi edinip edinmediklerini sorar. Onlar da C-53’de (Dünya) bir görev raporu olduğunu söyler. Raporda ışık hızı projesinin Kree ile Skrull’lar arasındaki savaşın dengesini değiştirebileceği yazmaktadır. Bu sırada Fury ve Danvers’in kimlikleri açığa çıkar ve Skrull saldırısına uğrarlar ve Pegasus üssünden kaçarlar. Kree’lerin kötü Skrull’ların iyi olduğu, Kree ekibinin kötü emeller peşinde olduğu ortaya çıkar. Kree’ler Ronan ile iletişime geçer ve C-53 gezegenine Danvers’ı ele geçirmeye doğru yola çıkarlar. Fury ve Danvers, rapordaki görgü tanığı olan Maria adlı pilotun yanına giderler. Danvers, orada Maria’nın en iyi arkadaşı olduğunu ve kendisinin aslında bir Amerikan savaş pilotu olduğunu ve Lawson’un projesinde yer aldığını öğrenir. Skrull lideri Fury ve Danvers’ı bulur ve onlardan yardım ister. Ekip, Lawson’ın projesindeki son uçustaki kara kutu kaydını dinler. Ses kaydını dinleyen Danvers, ışık hızı projesindeki enerji çekirdeğini ele geçirmek isteyen Skrull’lar değil, Kree’ler olduğunu anlar. Danvers, Kree’lerin eline geçmemesi için enerji çekirdeğini patlattığını, bu sırada enerji çekirdeğinin gücünün vücudu tarafından emildiğini ve Kree’ler tarafından kaçırıldığını hatırlar. Skrull’lar, Kree’lerden uzak bir şekilde huzurlu bir yaşam sürmek için ışık hızı motoruna ihtiyaç duymaktadırlar. Danvers’ı ikna edeler ve onun yardımı ile, Dr. Lawson’un laboratuvarını aralar ve laboratuvarın uzay yörüngesinde bir geminin içinde olduğunu bulurlar. Laboratuvara giden ekip karşılarında Kree’leri bulurlar ve onlar ile mücadeleye girerler. Mücadele sonunda Kaptan Marvel özel güçleri ile Kree’leri alt eder ve Skrull’ları özgürlüklerine kavuşturur.

3.3.5.3. Kaptan Marvel Filminin Göstergebilimsel Analizi



Görsel 27. Carol Danvers (Kaptan Marvel), ABD Hava Kuvvetleri’nde görevli bir pilottur.

Gösteren	Gösterilen
Danvers'in uçuş çantası ile yürümesi	Çanta üzerindeki kartal ve bayrak ABD'yi, onun milliyetini, savunduğu değerleri temsil eder ve göreve gittiğini gösterir.

Düz Anlam: Carol Danvers, ABD Hava Kuvvetleri'nde birden fazla göreve gitmiş bir savaş pilotudur. *“Birileri tehlikede ise uçağı ben kullanırım”* mottosuyla uçmaktadır.

Yan Anlam: Danvers, görevde bulunduğu kurum olan ABD Hava Kuvvetleri'nin dolayısıyla Amerika'nın değerlerini taşımaktadır. Mesleğini gururla ve istekle yapmakta, korkusuz ve birilerinin tehlikede olduğu durumlarda kurtarıcı rolü üstlenmektedir. Amerika'nın ve Amerikan ordusunun her zaman göreve (koruma ve kurtarma) hazır güçte ve donanımda olduğunun altı çizilmektedir.



Görsel 28. Kaptan Marvel'ın üniforması.

Gösteren	Gösterilen
Kaptan Marvel'ın Kree üniformasından ve renklerinden kurtulması	Kaptan Marvel'ın Amerikan renklerine bürünmesi, yerini bulmuş olması.

Düz Anlam: Kaptan Marvel, Kree'ler ile karşılaşmadan önce üniformasındaki Kree yeşilini, farklı renklere çevirir. Birden fazla renk dener ve arkadaşı Mari'nın kızının da yardımıyla görseldeki renklerde karar kılar.

Kaptan Marvel: *Ama bir konuda yardımına ihtiyacım var. Artık bu Kree renklerini giyemem. Etrafımda zevk sahibi ve tarz konusunda zevk sahibi sen olduğuna göre.*

Yan Anlam: Kaptan Marvel'ın üniforması Amerikan bayrağının renklerini simgelemektedir. Kree yeşilinden kurutulup, bu renklere geçmesi, onun iyi tarafı seçtiğini gösterir. İyi olanın, kahramanın temsil etmesi gereken tarafın Amerika olduğu, Amerika bayrağındaki renklerin ise zevkli ve tarz renkler olduğu dile getirilmektedir.



Görsel 29. Dr. Lawson'un laboratuvarında yer alan Arcade ve masa oyunları.

Gösteren	Gösterilen
Uzayda Arcade ve masa oyunlarının yer alması	Popüler kültüre ait oyunlarının evrensel olması

Düz Anlam: Dr. Lawson'un uzay yörüngesinde bulunan laboratuvarda Skrull ırkından geriye kalan ufak bir grup yaşamaktadır. Bu grubun bulunduğu laboratuvarda ise Arcade ve masa oyunları yer almaktadır. Öyle ki Skrull bir çocuk Arcade oyununda en yüksek skoru elde etmiştir.

Yan Anlam: Amerikan popüler kültürüne ait Arcade ve masa oyunlarının evrenselliği vurgulanmaktadır. Popüler kültür ürünleri olan bu oyunlar ortak beğeni düzeyine hitap etmektedir. Buradaki ortak beğeni düzeyi sınırlarını aşarak farklı gezegenden canlıların da beğenisini kazanmıştır.



Görsel 30. Kaptan Marvel

Gösteren	Gösterilen
Kaptan Marvel'ın üstündeki pilot ceketini ilet ışıklar saçarak uçuşması.	Bir savaş uçağı gibi arkasında iz bırakması, bıraktığı izin Amerikan bayrağının renklerini taşıması.

Düz Anlam: Filmin sonunda Kaptan Marvel, farklı gezegenlerde yardıma muhtaç olan canlılara yardım etmek için yola koyulur. Bu sırada üstünde pilot ceketini vardır ve sahip olduğu güç sayesinde ışıklar saçarak uçar.

Yan Anlam: Kaptan Marvel her ne kadar gezegenleri kurtaran bir süper kahraman olsa da, giydiği pilot ceketini onun sahip olduğu, savunduğu ve taşıdığı değerleri, arkasındaki gücü gösterir. Uçarken arkasında tıpkı bir savaş uçağı gibi iz bırakır ve bu iz Amerikan bayrağının renkleridir. Amerika'nın dünya bir yana gezegenler arasında da koruyucu, kurtarıcı olduğunun gücünün her yere ulaşabileceğinin temsilidir.

Filmde anlam oluşturmada ikili karşıtlıklardan yararlanılmıştır. Bu karşıtlıklar, sayesinde izleyici iyi-kötü ayrımı yaparak ana karakter (süper kahraman) ile özdeşleşmektedir.

Kaptan Marvel	Yon-Rogg
İyi	Kötü
Kurtarıcı	Yıkıcı
Koruyucu	Yok edici
Dünyalı	Uzaylı

Amerikalı	Kree'li
Merhametli	Acımasız
Duygusal	Duygusuz



3.3.6. Avengers: Sonsuzluk Savaşı (2018)



Görsel 31. Avengers: Sonsuzluk Savaşı Film Afişi

3.3.6.1. Avengers: Sonsuzluk Savaşı Filminin Künyesi

Yönetmen: Anthnoy Russo, Joe Russo

Senaryo: Christopher Markus, Stephen McFeely

Yapımcı Ülke: ABD

Oyuncular: Chris Evans, Scarlett Johansson, Robert Downey Jr., Chris Hemsworth, Mark Ruffalo, Anthony Mackie, Benedict Cumberbatch, Samuel L. Jackson, Sebastian Stan, Tom Holland, Chadwick Boseman, Zoe Saldana, Karen Gillan, Tom Hiddleston, Paul Bettany, Elizabeth Olsen, Josh Brolin.

Müzik: Alan Silvestri

Süre: 149 dk.

Hasılat: \$2.048.359.754

3.3.6.2. Avengers: Sonsuzluk Savaşı Filminin Özeti

Kaptan Amerika: Kahramanların Savaşı filminde birbirleri ile ters düşen ve savaşa giren kahramanlar iki gruba dağılmıştır. Grubun birinin başında Tony Star (Iron Man), diğerinin başında ise Steve Rogers (Kaptan Amerika) vardır. Her bir grup birbirinde ayrı bir şekilde dünyayı korumaya çalışmaktadır. Bu sırada Thor'un gezegeni Asgard yok olmuş, Thor, vatandaşlarını gemi ile tahliye etmiş, dünyaya doğru seyir almaktadır. Önceki filmlerden gördüğümüz ve Ronan'ı ve kızlarını güç taşını bulmaları için görevlendiren Thanos, bu sefer işi kendi halletmek ister. Thanos'un amacı, sınırlı kaynakların, sınırsız tüketimini ve artan nüfus oranı gibi problemleri ortadan kaldırmak için evrende sınırsız bir güç kaynağı olan sonsuzluk taşlarını ele geçirip, parmağını şıklatarak evrene düzen getirmektir. Güç taşını ele geçiren Thanos, Asgardlıların olduğu gemiyi yok eder. Thor ve Loki'den de Tesseract'ı yani uzay taşını alır. Taşı alırken Loki'yi öldüren Thanos, adamlarına dünya da 2 tane taşın olduğunu onları da almaları gerektiğini söyleyerek dünyaya gönderir. Dünyadaki iki taştan biri Dr. Strange'nin boynunda asılı olan zaman taşıdır. Asgard gemisinden Heimdall'ın yardımı ile dünyaya ışınlanan Hulk, Doctor Strange ve yardımcısına Thanos'un dünyaya taşları almaya geldiğini söyleyerek onları uyarır. Stark'ı yanlarına çağıran grup, Thanos'un çok güçlü olduğunu ve Kaptan Amerika'dan yardım istemeleri gerektiğini söyler. Stark, bunu reddeder. Thanos'un adamları dünyaya gelir, Dr. Strange, Iron Man, Spider-Man ve Hulk ile savaşır. Kısa süren savaşın sonunda Dr. Strange, Thanos'un adamları tarafından dünyadan çıkarılır. Bu sırada gemiye gizlice sızan Spider-Man ve Iron Man, Strange'i kurtarır. Fakat dünyaya dönmek yerine Thanos'un gezegeni olan Titan'a gidip orada savaşmak isterler. Diğer tarafta zihin taşı Vision'un başındadır ve Thanos'un diğer adamları tarafından alınmak üzeredir. Tam o sırada

Kaptan Amerika ve Black Widow gelir ve düşman yenilgiye uğratılır. Öte yandan uzaydan bir yardım çağrısı alan Galaksinin Koruyucuları, yardıma cevap vermek için yola koyulur. Yardım sinyalinin olduğu yere geldiklerine parçalanmış bir Asgard gemisi görürler ve Thor'u bulurlar. Thor uyanınca onlara olup biteni anlatır. Thanos'u durdurmak için kralların silahı olan bir balta yaptırmak için Rocket ile birlikte Nidavellir adlı gezegene giderler. Bu gezegen gücünü parlak bir yıldızdan almaktadır. Ama Thanos, 6 sonsuzluk taşını kullanabilmek için kendisine burada bir eldiven yaptırmış ardından da herkesi katletmiş ve yıldız sönmüştür. Thor, Eitri'den yardım ister ve Eitri sönmüş yıldızı tekrar canlandırmak gerektiğini söyler. Thor ve Rocket yıldızı tekrardan canlandırırlar. Bu sırada Galaksinin Koruyucuları ve Stark'ın ekibi Titan'a ulaşırlar. Dr. Strange burada geleceğe giderek alternatif evrenlere bakar. 14 milyon 605 bin alternatif gelecek gördüğünü fakat sadece 1 tanesinde başarılı olduklarını söyler. Thanos ise kızı Gamora ile Vormir gezegenine ruh taşını almak için gitmiştir. Burada onları her şeyi bilmekle ve taşı arayanlara yol göstermekle lanetlenen Hydra'nın generali Schmidt (Kızıl Kafatası) karşılar. Onlara taşın yerini gösteren Schmidt, "taşı almak için sevdiğin birini kaybetmelisin. Ruha karşılık ruh. Sonsuz bir değiş tokuş" der. Kızını çok seven Thanos, Gamora'yı feda eder ve ruh taşını alıp gezegeni Titan'a gider. Burada Galaksinin Koruyucuları ve Stark'ın ekibi ile karşılaşan Thanos, onları yener ve tam Stark'ı öldürmek üzereyken, Dr. Strange onun canını bağışlarsa, ona zaman taşını vereceğini söyler. Zaman taşını da ele geçiren Thanos, son taş olan ve Vision'un kafasında bulunan zihin taşı için Wakanda'ya gider. Kaptan Amerika ve ekibi burada Vision'un kafasındaki zihin taşını çıkarıp yok ederek Thanos'un amacına ulaşmasını engellemek istemektedirler. Thanos'un ordusuna karşı direnen ekip, Thanos'un gelmesiyle savaşı kaybederler ve Thanos zihin taşını ele geçirdiği sırada Thor, baltası ile Thanos'u yaralar. Thanos ise ona kafasını hedef alması gerektiğini söyleyerek parmağını şıklatır ve evrenin yarısını yok ederek bir portal yardımı ile oradan kaçır. Kahramanlardan birçoğu yok olur ve geriye sadece Kaptan Amerika, Thor, Iron Man, Hulk, Black Widow, Rocket kalır. Herkesin ortadan kaybolduğunu gören Nick Fury, Kaptan Marvel'a yardım mesajı gönderir ve kaybolur.

3.3.6.3. Avengers: Sonsuzluk Savaşı Filminin Göstergebilimsel Analizi



Görsel 32. Hulk, Thanos tehdidine karşı Kaptan Amerika'yı arar.

Gösteren	Gösterilen
Hulk'un Steve Rogers'ı araması	Kaptan Amerika'nın evrenin kurtarıcısı olması

Düz Anlam: Thanos'un adamları, Dr.Strange'in boynundaki zaman taşıını almak için New York'a gelir ve Dr. Strange'ı ele geçirirler. Hulk ise Avengers ekibini Thanos tehdidinde karşı toplması için Steve Rogers'ı arayarak yardım ister.

Hulk: *Nereye gidiyorsun?*

Wong: *Zaman taşıını aldılar, mabed savunmasız kaldı. Sen ne yapacaksın?*

Hulk: *Ben birini arayacağım.*

Yan Anlam: Evrenin ve dünyanın Thanos tehdidi ile karşı karşıya kalması ve Kaptan Amerika'dan yardım istemesi, Kaptan Amerika komutasında Avengers ekibinin toplanması, Amerika'nın her türlü tehdit karşısında aranan isim olmasının göstergesidir.



Görsel 33. Thanos, gezegeni Titan'ın eski ve yeni halini gösterir.

Gösteren	Gösterilen
Thanos'un eski gezegeni Titan'ı göstermesi ve sistemi eleştirmesi	Thanos'un sistem karşıtı bir kötü olması

Düz Anlam: Thanos, eski gezegeni Titan'ın nasıl bir yer olduğunu ve neden çöktüğünü anlatır.

Thanos: *Titan çoğu gezegen gibiydi. Bir sürü boğaz ve yetersiz kaynaklar. Yokolma tehlikesi ile yüzleşince bir çözüm sundum.*

Dr.Strange: *Soykırım.*

Thanos: *Ama rastgele, tarafsız, adil, zengin-fakir demeden. Bana deli dediler. Öngördüklerim bir bir çıktı.*

Yan Anlam: Ekonomide kaynaklar sınırlıdır ve sınırlı kaynakların bölüşüm şekli ekonomik modelleri ortaya koyar. Kapitalist sistemde kaynaklar belli ellerde toplanmış, bölüşümü eşitsizdir. Ancak gelişmiş olan, kaynakları tekelinde bulunduran, kontrol eden ve kendi insanının hakkı olarak gören Amerika/Batı bu durumun yani kapitalist sistemin devamından yanadır. Thanos'un, evrenin kaynaklarının sınırlı olması dolayısıyla bu kaynaklardan herkesin yaralanması için kendince bir çözüm geliştirmesi, onu, sistem karşıtı yani düşman yapmıştır. Elbetteki Thanos'un bulduğu çözüm, iyi bir çözüm değildir, fakat temel nokta şudur ki; Thanos, sistemdeki bir açığa, sistemin kötü yanına işaret etmiştir. İşaret ettiği sistem bugün içinde yaşadığımız Kapitalist sistemdir. Dolayısıyla filmde Thanos sistemi

düzeltilme görevini üstlendiği için karşısında sistemin koruyucusu Kaptan Amerika ve onun komutasındaki Avengers ekibini bulmuştur.



Görsel 34. Wakanda'nın Avengers ekibine yardım etmesi.

Gösteren	Gösterilen
Wakanda'nın kendini dünyaya açması ve Avengers ekibine yardım etmesi	Farklı ırkların ve milletlerin ortak tehdide karşı daima Kaptan Amerika'nın çatısı altında birleşmesi

Düz Anlam: Wakanda, vibranium'un kaynağı olan bir Afrika ülkesidir. Vibranium sayesinde gelişmiş bir teknolojiye sahiptir, fakat kendisini dünyadan soyutlamıştır. Thanos'un evreni tehdit etmesi sonucunda Wakanda, kendi kaynaklarını Kaptan Amerika ve Avengers ekibine açmıştır. Wakanda'nın kendini Avengers ekibine (Amerikaya/Dünyaya) açması, Black Panther ve sağ kolu Okoye arasındaki diyalogdan anlaşılmaktadır.

Okoye: *Wakanda'yı dünyanın geri kalanına açacağız dediğinde hayal ettiğim hiç bu değildi.*

Black Panther: *Peki, sen ne hayal ettin?*

Okoye: *Olimpiyatlar, hatta belki Starbucks.*

Yan Anlam: Geçmişten günümüze Afrikalı halklar, Batılı güçler tarafından sömürge haline getirilmiş, bunun sonucu olarak da birçok kaynaklarını Batılı'lara kaptırmışlardır. Wakanda'nın kendini Kaptan Amerika'nın ekibine açması, kaynaklarını onların hizmetine sunması, Amerika'nın değerlerini savunan Avengers ekibinin, bu kaynaklar ile tehdide karşı

savaşması, korunma ve güvenlik için Amerika'ya olan ihtiyacı göstermektedir. Wakanda tüm teknolojik yeniliklere ve gücüne rağmen tek başına hareket edemeyen, Kaptan Amerika'nın dolayısıyla Amerika'nın emri altına giren bir ülke konumunda resmedilmiştir. Ayrıca, Okoye'nin Wakanda'yı dünyaya açmak isterken hayallerinin arasında Amerikan kültürüne ait bir kahve dükkânının olması, Amerikan kültürünün küreselliğine işaret etmektedir. Bir diğer açıdan da, var olduğunu göstermenin, dünyaya açılmanın, modern toplum olmanın, Batı kültürüne ait kurumlar ile olacağının altını çizmektedir.



Görsel 35. Kaptan Amerika, güç eldivenini elinde tutan Thanos'a direnir.

Gösteren	Gösterilen
Kaptan Amerika'nın evrendeki sonsuz güce sahip olan taşları toplayan Thanos'a direnmesi	Kaptan Amerika'nın evrendeki sonsuz güc karşısında direnen tek kişi olması, en güçlü süper kahraman olması

Düz Anlam: Kaptan Amerika, 6 sonsuzluk taşından 5'ini toplayan Thanos'un son taşı almasını engellemeye çalışarak, ona karşı direnir.

Yan Anlam: Evrende sonsuz enerjiye sahip olan sonsuzluk taşlarının gücü karşısında ayakta durabilen, (denge oluşturma iddiasında olan tanrısal güce) karşı koyabilen tek kahramanın Kaptan Amerika olması, dünya üzerinde, Amerika ve onun gücünün evrensel boyutlarda, sınırsız olduğunun göstergesidir.

Filmde anlam oluşturmada ikili karşıtlıklardan yararlanılmıştır.

Avengers	Thanos
İyi	Kötü
Sistem yanlısı	Sistem karşıtı
Koruyucu	Yok edici
Merhametli	Acımasız
Dünyalı	Uzaylı
Amerikalı	Titan'lı



3.3.7. Avengers: Endgame (2019)



Görsel 36. Avengers: Endgame Film Afişi

3.3.7.1. Avengers: Endgame Filminin Künyesi

Yönetmen: Anthnoy Russo, Joe Russo

Senaryo: Christopher Markus, Stephen McFeely

Yapımcı Ülke: ABD

Oyuncular: Chris Evans, Scarlett Johansson, Robert Downey Jr., Chris Hemsworth, Mark Ruffalo, Anthony Mackie, Benedict Cumberbatch, Samuel L. Jackson, Sebastian Stan, Tom Holland, Chadwick Boseman, Zoe Saldana, Karen Gillan, Tom Hiddleston, Paul Bettany, Elizabeth Olsen, Josh Brolin.

Müzik: Alan Silvestri

Süre: 181 dk.

Hasılat: \$2.797.501.328

3.3.7.2. Avengers: Endgame Filminin Özeti

Thanos'un sonsuzluk taşlarını ele geçirip, evreni düzene sokmasının üzerinden 23 gün geçmiştir. Thanos huzurlu bir gezegende, rahat bir hayat sürmektedir. Öte yandan Kaptan Amerika ve Black Widow, çaresizce Avengers merkezinde kaybolanları geri getirmenin yollarını aramaktadırlar. Bu sırada Iron Man ve Nebula, dünyaya geri dönmenin yollarını ararken, uzay boşluğunda sıkışıp kalmışlardır. Iron Man burada öleceğinin düşünerek eşine mesaj yollar ve ölmek üzereyken, farklı evrenler arasındaki adaleti sağlayan Kaptan Marvel tarafından kurtarılarak, Avengers merkezine getirilir. Burada onu Kaptan Amerika ve eşi karşılar. Kaptan Amerika ve Iron Man, başarısız olduklarını ve bu durumu değiştirmek için bir şeyler yapmak gerektiğini birbirlerine söylerler ve plan yaparlar. Thanos'un kızı Nebula, babasının yerini bilmektedir. Kaptan Marvel, Thanos'u durdurabileceğini dile getirir ve Avengers ekibi Thanos'un olduğu gezegene doğru yola çıkarlar. Thanos, bulunduğu yerde tarımla uğraşmakta, huzurlu bir hayat sürmektedir. Avengers ekibi Kaptan Marvel'in de yardımıyla Thanos'u yakalar ve sonsuzluk taşlarının olduğu eldiveni elinden alırlar. Fakat Thanos, taşları evreni düzene soktuktan sonra yok etmiştir. Oluşan düzenin devam edeceğini söyler. Thor bir önceki savaşta Thanos'u durduramadığı için hissettiği suçluluk duygusundan dolayı Thanos'un kafasını balta ile keser. Thanos ölmüştür fakat taşlar olmadığı için Avengers ekibinin elinde kaybolanları getirecek hiçbir şey kalmamıştır. Bu sırada kuantum evreninde sıkışıp kalan Ant-Man dünyaya geri gelir. Ant-Man'in olup bitenlerden haberi yoktur. Ant-Man soluğu hemen Avengers merkezinde alır. Dünyada geçen 5 yıllık sürenin Kuantum evreninde 5 saatlik bir süreye eşdeğer olduğunu dile getirir. Ona göre Kuantum evrenine girip, Thanos'un taşları toplamadan önceki zamana gidebileceklerinin mümkün olduğunu söyler ve Iron Man'i

bu duruma ikna etmeye çalışırlar. Iron Man ailesi ile birlikte mutlu bir hayat yaşadığını ve ikinci şansını heba etmeyeceğini ve bu planın saçma olduğunu söyler. Daha sonra Ant-Man'ın planını yapay zeka programı ile gözden geçiren Iron Man, kuantum evrenine gidip, taşları toplayıp Thanos'u yenebileceklerini görür ve Avengers merkezine giderek planı uygulamaya geçer. Avengers ekibi bir araya toplanır ve 6 sonsuzluk taşını almak için 3 ekip oluşturulur ve herkes taşları almak için zamanda yolculuk yapar. Her bir Avengers ekibi gittikleri yerlerde farklı mücadelelere girer. Black Widow, ruh taşı için kendini feda ederken güç taşını almaya giden Nebula ise geçmişteki kendi ile karşılaşır. Geçmişteki Nebula, bu durumu Thanos'a bildirir. Thanos Avengers ekibinin gelecekte Thanos'un yaptığı bir şeyi düzeltmeye çalıştıklarını anlar. Geçmişteki Nebula, gelecekteki Nebula ile yer değişir. 6 sonsuzluk taşlarını da bir araya getiren ekip Avengers merkezine döner. Iron Man'ın yaptığı eldivene takılan taşları giyen Hulk, parmağını şıklatarak kaybolan herkesi geri getirir. Bu sırada Nebula'nın yardımı ile kuantum evreninden geçen Thanos dünyaya gelir ve Avengers merkezini yerle bir edip, taşları almaya çalışır. Uzun bir savaş veren Avengers ekibinden sadece Kaptan Amerika ayakta kalabilmiştir. Thanos'un tüm ordusuna karşı tek başına savaş verecekken kaybolan bütün Avengers ekibi onun yardımına gelir. Savaş'ın sonunda Thanos taşların olduğu eldiveni ele geçirip tam parmağını şıklatır fakat hiçbir şey olmaz. Iron Man eldivenin üzerindeki taşları çalmıştır ve kendi zırhına yerleştirir. Ben Iron Man'im diyerek parmağını şıklatan Iron Man, tüm uzaylı tehdidini yok eder. Sınırsız bir enerjiye sahip olan taşların gücü Iron Man'in ölümüne sebep olur. Tüm dünya Kaptan Amerika önderliğindeki Avengers ekibi ve Iron Man'in fedakarlığı sayesinde kurtulmuştur. Zamandaki gerçeklikleri bozmamak için Kaptan Amerika, zamanda yolculuk yaparak taşları yerlerine bırakır fakat kuantum evreninden geri döndüğünde yaşlanmıştır. Kaptan Amerika, Peggy ile olan dans sözünü tutmuş, onunla bir ömür geçirmiştir. Emekli olan Kaptan Amerika kalkanını Sam'e (Falcon) verir.

3.3.7.3. Avengers: Endgame Filminin Göstergebilimsel Analizi



Görsel 37. Thor ve arkadaşları bir popüler kültür oyunu olan Fortnite oynar.

Gösteren	Gösterilen
Thor'un Fortnite oyununu oynaması	Popüler kültüre ait bir oyunun bir Tanrı, tarafından da kabul görmesi, benimsenmesi

Düz Anlam: Thanos'un dünya nüfusunun yarısını yok etmesinin üzerinden 5 yıl geçmiştir. Kendini başarısız hisseden Thor, Kuzey Avrupa'da sahil kenarında bir kasabaya yerleşir ve günlerini burada bira ve konsol oyunu oynayarak geçirir.

Yan Anlam: Popüler kültüre ait bir oyunun veya müziğin evrensel boyutlara ulaşması ve farklı gezegenlerden canlılar tarafından beğenilmesi, analiz edilen diğer Marvel filmlerinde de görülmektedir. Burada diğerlerinden farklı olarak, Thor, babası Odin gibi mitolojik de olsa bir tanrıdır. Bir tanrının popüler kültüre ait ve ABD yapımı bir oyunu oynaması, yine Amerikan birası içmesi, popüler kültürün (egemen kültürün), tanrısal bir onay aldığının, evrenselleştiğinin göstergesidir. Süper kahramanlar aracılığıyla Amerikan yapımı ürünlerin reklamı yapılmaktadır. Ayrıca ortamda hem geleneksel kültüre ait objeler (bakır kova, tava gibi, işlemeli ahşap koltuk, sehpa gibi) hem de popüler kültür göstergeleri (pizza kutuları, online konsol oyunları gibi) bir arada kullanılmış, yani geleneksele popüler kültür zarar vermemiş görüntüsü yaratılmıştır.



Görsel 38. Hawkeye Jopanya'da Yakuza çetesini yok eder.

Düz Anlam: Thanos, tehdidi ortadan kalkmış fakat dünya nüfusunun yarısı halen yoktur. Dünya derin bir sessizliğe bürünmüştür. Amerika'da süper kahramanlar ve insanlar birbirleri ile terapi yaparak umutlarını diri tutmaya çalışmaktadır. Öte yandan Hawkeye ise farklı kıtaları gezerek, oradaki kötülükleri ortadan kaldırmaktadır.

Yan Anlam: Dünya üzerinde düzeltilmesi gereken bozukluklar, tehditler yine Amerika dışında bir yerlerdedir. Amerika kendi kabuğuna çekilmiş, sessizlik içindeyken, diğer coğrafyalarda ufak tefek de olsa kötülükler, icabına bakılması gereken tehditler hala mevcuttur ve icabına bakan da Amerikalı bir süper kahramandır.



Görsel 39. Kaptan Amerika New York savaşında Avengers ekibine liderlik eder.

Gösteren	Gösterilen
Kaptan Amerika'nın Avengers'ı komuta etmesi	Amerika'nın liderlik rolünün vurgulanması

Düz Anlam: Avengers ekibi New York savaşında Thanos'un birliklerine karşı mücadele ederler. Ekibi Kaptan Amerika yönetmektedir.

Yan Anlam: Avengers ekibinde birçok süper kahraman bulunmaktadır. Bunların arasında Thor da vardır. Thor bir tanrıdır ve Kaptan Amerika'nın emiri altında hareket etmektedir. Amerika'nın küresel liderlik rolü farklı bir boyuta taşınmış, mitolojik bir tanrıyı da kapsayan galaksiler arası bir liderliğe dönüşmüştür.



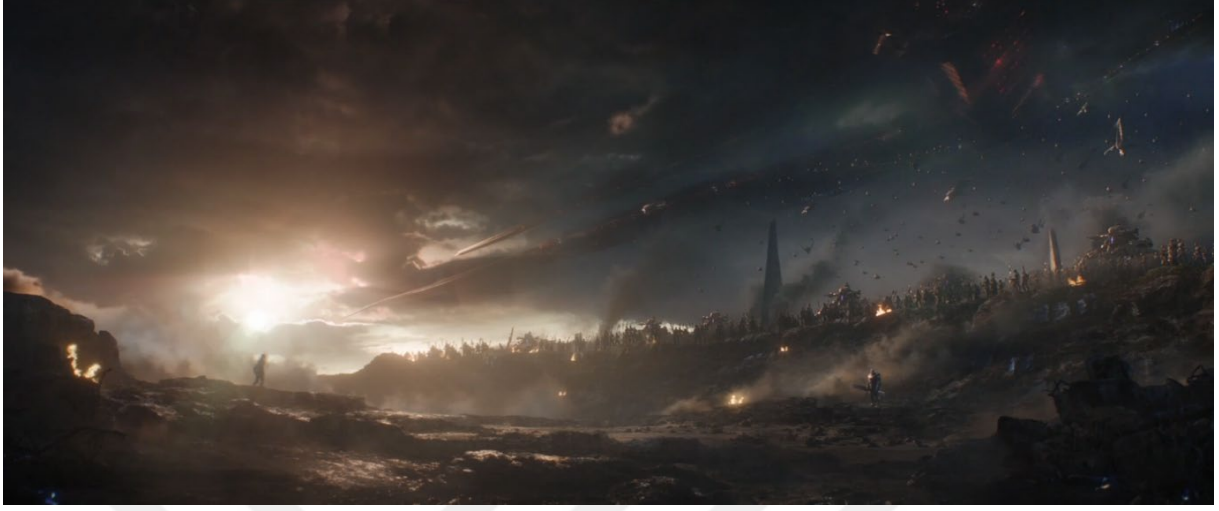
Görsel 40. Kaptan Amerika Thor'un çekici Mijölnir'i kaldırır.

Gösteren	Gösterilen
Kaptan Amerika'nın Thanos'a karşı Mijölnir'i kullanması	Kaptan Amerika'nın tanrısal güce ve bilgeliğe layık olması

Düz Anlam: Thanos Avengers ekibini ve tüm dünyayı yok etmek için son bir saldırı gerçekleştirir. Bu sırada Thor'u öldürmek üzereyken, Kaptan Amerika, Thor'un çekicini kullanarak bunu önler.

Yan Anlam: Thor'un çekici Mijölnir'i ancak bir tanrı veya tanrısal bir güce ve bilgeliğe layık olan biri kaldırabilmekte ve kullanabilmektedir. Odin bunu şöyle açıklar: “*Bu çekici tutan*

kim olursa olsun, eğer layıkça Thor'un gücüne sahip olacak". Kaptan Amerika'nın çekici elinde tutması, onun tanrısal güce ve bilgeliğe layık olduğunun göstergesidir.



Görsel 41. Kaptan Amerika ve Thanos'un ordusu.

Gösteren	Gösterilen
Kaptan Amerika, Thanos'un ordusuna karşı tek başına kalması	Biz ve öteki, Amerika ve dünya, Amerika ve galaksi

Dün Anlam: Kaptan Amerika, Thanos'un ordusuna karşı tek başına mücadele etmektedir. Kalkanı parçalanmış bir halde tüm uzaylı ordusuna karşı dimdik ayakta durur.

Yan Anlam: Kaptan Amerika'nın koca bir uzaylı ordusuna karşı tek başına savaşması, Amerika'nın biz ve öteki söyleminin göstergesidir. Buradaki söylem herhangi bir ülkeye değil koca bir galaksiye karşıdır. Amerika'nın tüm galaksinin karşısında ayakta duran tek güç olmasını temsil etmektedir.



Görsel 42. Kaptan Amerika kalkanını Sam'e (Falcon) verir.

Gösteren	Gösterilen
Kaptan Amerika'nın kalkanını Sam'e vermesi	Amerika ve değerlerinin nesilden nesile aktarılması

Düz Anlam: Thanos'u yok eden Avengers ekibi dünyayı ve evreni kurtarır. Görevini tamamlayan Kaptan Amerika, emekli olur ve kalkanını arkadaşı Sam'e verir.

Yan Anlam: Kaptan Amerika birçok kez dünyayı ve evreni düşmanlara/kötülere karşı savunmuş ve başarılı olmuştur. Kalkan bu başarının, gücün, korumanın, kurtarmanın simgesidir. Kalkanın arkasında Amerika vardır. Kaptan Amerika'nın emekli olarak kalkanını Sam'e (kollarındaki jet motoru sayesinde uçabilme özelliği olan Falcon-Şahin-) vermesi, kalkanın temsil ettiği tüm değerlerin nesilden nesile aktarılacak devamlılığının sağlanmasının, ileriye-geleceğe taşınmasının bir göstergesidir.

Filmde anlam ikili karşıtlıklar üzerinden kurulmuştur.

Avengers	Thanos
İyi	Kötü
Kurtarıcı	Yok edici
Sistem yanlısı	Sistem karşıtı
Dünyalı	Uzaylı
Amerikalı	Titan'lı
Popüler kültür değerlerini taşıyan	Öteki kültür (yabancı kültür) sahibi

Marvel sinematik evreninin, 2008 yılından 2019 yılına 22. filmi olan Avengers: Endgame, süper kahraman filmleri zincirine takılan halkalardan biridir.

Filmdeki görsel ve işitsel göstergelerde, süper kahraman filmi olması, mitolojik öğeler barındırması ve zaman ve mekan genişliğinden olsa gerek; gücün, teknolojinin, iyilik ve kötülüğün abartı sınırlarında gezinilmiştir. Oyun büyük olunca kazanç da büyük olmaktadır. Büyüklük, büyük mücadele ve büyük başarı süper kahramanların dolayısıyla Amerika'nın olmuştur.



SONUÇ

Kapitalist ekonomi, sürekli büyümeyi, sınırlar ötesine geçmeyi, yeni pazarlar bulmayı bu pazarlara hakim olarak en fazla kazancı sağlamayı hedefler. Hedefe giden yolda ekonomik-politik kısıtlama istemez. 1980'li yıllarda uygulanmaya başlayan neo-liberal politikalar da bu kısıtlamaları kaldırarak, tüm dünyayı pazar olarak gören sistemin, sermayenin önünü açmıştır. Kapitalizmin ekonomi öncelikli yayılması, iletişim teknolojilerinin rüzgarıyla bu yayılcılığı dünya genelinde hayatın her alanına taşınması küreselleşmeye yol açmıştır. Küreselleşme ise gelişmiş kapitalist ülkelerin lehine işlemiştir. Gelişmiş teknolojileri, sanayileri ve sermaye birikimleriyle dünya pazarlarını ele geçirmişlerdir.

Sistemin devamlılığı için, sistemi destekleyen, yeniden üreten yapıların da oluşturulması gerekmektedir. Bunlardan biri de kültürel yapıdır. İstenilen kültür, kapitalizmin ruhuna, temsilcilerinin çıkarına ters düşmeyecek, tüketimi amaçlayacak, temelsiz, yapay, yönlendirilebilir, medya kaynaklı popüler kültürdür. Kültürün küreselleşmesi başta Amerika olmak üzere Batılı ülkelerin kültürlerinin küreselleşmesi, hakimiyeti olmuştur. Yerel kültürlerle etkisi ise, yerel kültürlerin popüler kültüre, tüketim kültürüne ya da batı takliti kültürlerle dönüştürülmesi şeklinde gerçekleşmiştir. Batılı ülkelerin ve özellikle de Amerika'nın kültürel egemenliği kültür emperyalizmi olarak tanımlanmış ve kültür emperyalizminin merkezinde de medya yer almıştır.

Uydu teknolojilerindeki gelişim ve değişim, sınır ötesi yayıncılığı mümkün kılmış, kapitalist sistemde medyanın işlevi daha da bir önem kazanmıştır. Sermayenin, tekelin, merkez ülkelerin (ABD ve Batı merkezli) kullanımında olan medya, bütün dünyayı etkisi altına alan çok yönlü, çok boyutlu küreselleşmenin baş aktörlerindendir. Medya sahiplik ve içerik yapısıyla, işlevleriyle kültürel emperyalizme yol açmakta, tüketim ve popüler kültürü yaratıp yaygınlaştırmakta, ulusa ve yerele karşı serbest piyasa ve sermayenin egemenliğini öngören yenedünya düzeni ideolojisinin propaganda aracı olmaktadır. Ürettikleri görsel ve işitsel mesajlarda, izleyicilerin sistemin egemen yapısıyla bütünleşmelerini sağlamakta ve bu yöndeki tutum ve düşünceleri güçlendiren inançlar ve bakış açılarını sunmaktadırlar.

Dünyada meydana gelen olayların seçimi ve sunumu bilinçli olarak, küresel bir imparatorluğa dönüşmüş çok uluslu şirketler ve merkez üsleri Amerika'nın çıkarlarına göre yapılmaktadır. Hollywood stüdyoları da kültür ve eğlence endüstrisinin egemen bir parçası olarak, ürettikleri filmlerle (açık ya da örtülü mesajlarla) bu amaca hizmet etmektedir.

Hollywood, daha 1. Dünya savaşıdan sonra dünya pazarlarını ele geçirmeye başlamış, her siyasi, ekonomik ve teknolojik değişikliğe, yeniliğe adapte olmayı, karşılaştığı güçlüklerden geliştirdiği stratejilerle güçlenerek çıkmayı başarmış ve günümüz sinema sektörüne egemen dev bir endüstriyel yapıdır. Tekellerden oluşan bir oligopoldür. Özellikle 1980'lerden itibaren birçok ülkede uygulanan neo-liberal ekonomik politikalar, 1990 sonrası yaşanan teknolojik (uydu ve bilgisayar gibi) gelişmeler ve küreselleşmenin etkisiyle tüm dünyaya ticaretinin önünde engel kalmamıştır. Filmlere ayırdıkları bütçelerle, kullandıkları sinema teknolojileri, star oyuncular, ünlü yönetmenler ve dağıtım ağıyla ve tabii ki 'Hollywood' tarzıyla diğer ulusal ve yerel sinemaları baskılamıştır. Hollywood, belirlediği, denenmiş ve başarı kazanmış formatlarla film üretmeye, filmlerine talep yaratmaya, seyirciyi işlemeye devam etmektedir.

Bir teknoloji kullanım alanı olarak sinemada, stüdyolarda hareket, ışık, görüntü, efekt teknolojileriyle, gerçek oyuncular ya da animasyon karakterlerle bir düş dünyası yaratılmaktadır. Hollywood da düşlerin, hayallerin üretim yeridir. Kurgulamayı 'sinematik evren' yaratacak kadar ileri taşımışlardır. Üretim yani filmler, standartlaşmış, metalaşmış ticari ürünlerdir, öncelik kazancı çoklaştırmaktır ama ekstrası bu ürünlerin taşıdığı siyasi, askeri, ekonomik, teknolojik, kültürel kısacası egemen yapının mesajlarıdır, ideolojileridir.

Hollywood, arkasında Amerikan ekonomisinin, kurumlarının ve hükümetlerinin desteğine (etkisine açık) sahip bir yapıda üretim yapmaktadır. Dolayısıyla bu etkileşim-iletişim içeriğine yansımakta, içerik tüm dünyaya pazarlanmakta, alıcı bulmakta ve zihinlere dokunmaktadır. Yaratılan egemen ekonomik sistem ve egemen kültür, küreselleşme kavramıyla harmanlanıp, 'olması gereken' olarak, 'normal' olarak algılatılmaktadır.

"Amerika Birleşik Devletleri'nin stratejik tarihi, elli küsur yıldan beri, milli kimliğinin temel aktörlerinden biri olan stratejik kimliğini meydana getiren bir hayal ve görüntü evreni meydana getirerek gerçek tarihini derinleştiren sinema sektörünün tarihidir. Seçkin kalk olma, haklı savaş sürdürme duyguları sinemanın simgeleştirme gücü sayesinde bu tarih içinde birleşirler" (Valantin, 2006: 213).

Hollywood filmleri, Amerikan stratejilerine paralel çalışır. Hatta strateji ürettiği bile söylenir. Kendi halkının da bu konuda eğitilmesinde, sosyal normları öğrenmesinde, kültürel ve ideolojik pratikleri sahiplenmelerinde, gelecek planlamalarında etkendirler. Üretim, dağıtım ve gösterim ağı üzerindeki sahiplikleri ve tüm dünyanın pazar olması etkinliğinin tüm dünyada da hissedilmesi demektir. Bu etki o kadar fazladır ki hem Amerika'nın hem de dünyanın diğer taraflarının Hollywoodlaştırılması teriminde karşılık bulmuştur.

Kısacası milyonlarca izleyiciye ulaşan Hollywood filmleri, hem sinema sektörüne olan egemenliğini, hem de Amerikan kültür ve ideolojisinin egemenliğini pekiştirir niteliktedir.

Hollywood genellemelerinin hemen hemen hepsi Marvel Studyoları ve filmleri için de geçerlidir.

Marvel filmlerinin üretimini sağlayan Marvel Sttüdyoları da, bütünleşik bir mülkiyet yapısındadır. Hollywood çatısı altında, Amerika özelinde (toplumsal, kültürel, ideolojik), Amerika'nın ve Amerika etkisindeki birkaç Batılı ülkenin ve de uluslararası örgütlerin (IMF,WTO,WB, NATO gibi) yön verdiği küresel ekonomik, siyasi dinamikler çerçevesinde faaliyet göstermektedir.

Bu çerçevede üretilen filmlerin, üretim, dağıtım ve gösterim ağları ekonomi politik açısından önem arz etmektedir. Marvel, kurulduğu günden günümüze kadar çeşitli aşamalardan geçmiş, karşılatığı zorlukları şirket bileşmeleri veya ekonomik krediler ile aşmış, ayrıca savaş dönemlerinde ABD hükümeti ile beraber hareket ederek arkasına devlet desteğini de almıştır. Disney'in mülkiyet yapısına dahil olduktan sonra da Disney'in sahip olduğu üretim, dağıtım ve gösterim ağları sayesinde dünyanın her köşesine ulaşmayı başarmıştır. Küreselleşmenin getirilerini iyi değerlendiren Marvel, sadece, film alanında değil birden fazla sektör ile iç içe geçerek (çocuklara yönelik kırtasiye ürünleri, lisanslı giyim ürünleri, gıda ürünleri, çizgi romanlar, tv dizileri, sosyal medya içerikleri, vb.) endüstriyel düzeyde üretim yapmaktadır. Ürettiği ürünler birer emtiadır ve ancak diğer ürünlerden farklı olarak ideolojik bir işlev yerine getirmektedir. Bu ideolojik işlev, egemen değerlerin (kültürel, siyasi) farklı coğrafyalara taşınmasından, sistemin devamlılığına kadar geniş bir işlevdir.

Bu çalışma kapsamında Hollywood'un ekonomi politiği bağlamında Marvel filmlerinin göstergebilimsel analizleri yapılmıştır. Marvel Sinematik Evrenini, film kahramanlarının bir filmle değil birçok filmle bağlantılandırıldığı, geçmişin, şimdinin ve geleceğin, dünyanın ya da evrenin gerçekleymiş gibi sunulduğu kurgusal bir ilinti, bir bütünlük yaratmaktadır.

Film incelemelerine göre bu evren, her bir süper kahramanın ve karşısındaki düşmanın hikâyesini bilmeyi, dünyada, uzayda, kâinatta olsun mekânlardaki yaşamları bilmeyi, takibi gerektirmektedir. Gerçeklik algısı, olayların ve mekânların bağlantı matematiğine yerleştirilmektedir. Marvel sinematik evrenine giren izleyicinin süper kahramanlarla özdeşleşmesi hedeflenmektedir.

Marvel filmlerinin anlam inşasından çıkan ortak sonuç, kazanan, yüce gönüllü, özverili, kurtarıcı süper kahramanların savundukları değerler, kültürel pratikler, süper kahramanların (Amerika'nın) gücü, dünyada olsun uzayda olsun düşmanla/tehditle tek başına başedebilecek bilimsel ve teknolojik donanıma sahip olduğu, yeni bir dünya düzeni kurulacaksa buna karar verenin de üstesinden gelebilecek olanın da yine Amerika olacağı düşüncesidir.

Analiz sonucu, Marvel sinematik evrenindeki filmlerde küresel şirket-devlet-süper kahraman işbirliğini görmekteyiz. Örneğin Iron Man küresel düzeyde silah üretimi yapan bir şirketin sahibi iken, ABD hükümetinin gizli bir birimi olan S.H.I.E.L.D. ise küresel kuruluşları etkileyen ve onlar tarafından finanse edilen bir yapıdır. Kaptan Amerika, isminden de anlaşılacağı üzere, Amerika'nın vücut bulmuş hali olarak dünya ve dünya dışı varlıklarla savaşarak, Amerikan, egemenliğini savunmaktadır. Farklı ırklardan ve türlerden süper kahramanlar ya da karakterler Kaptan Amerika'nın emri altında birleşerek, onun savunduğu değerleri savunmakta, onun tehdit algısını aynı şekilde tehdit olarak algılamakta, iyilikte birleşmekte, dünya ve dünya dışı düşmanlara karşı savaşmaktadırlar. Filmlerde Amerikalı olmak, özgürlük, demokrasi, yüce insani değerlere sahiplik gibi aktarılırken, Amerikan popüler kültür ürünlerini tüketmek ise bir ayrıcalık ve dünyaya açılmak, modernleşmek olarak aktarılmaktadır.

Dolayısıyla bütün Marvel filmleri, Amerikan değerlerini tanıtan, yücelten bayrağını, bayrağının renklerini/şeklini çağrıştıran görselleri, devleti ve kurumları simgeleyen harfleri/işaretleri, anıt binaları, şehirleri, sanayisi, teknolojisinin gelişmişliğini düşündüren görselleri ile Amerikan kültürünü empoze eden özellikleri barındırmaktadır. Filmlerde öne çıkarılan Amerikan ordusu, halkın ve ordunun vatanseverliği, aile yapıları, fast food yiyecek ve içecekleri, eğlence ve espri tarzlarının bile Amerikan egemen ideolojisinin birer temsilcileri niteliğinde olduğu, yapılan göstergebilimsel analiz sonucu ortaya çıkmıştır.

KAYNAKÇA

- Adaklı, G. (2010). Neoliberalizm ve Medya: Dünyada ve Türkiye'de Medya Enüstrisinin Dönüşümü. *Mülkiye Dergisi*, 34(269), 67-84.
- Agocuk, P. (2014). Amarcord Filmi Özelinde Göstergebilimsel Film Çözümlemesi ve Anlamlandırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(31), 7-18.
- Akiner, N. (2014). *Uluslararası Medya Emperyalizmi Küresel Düzenin Kaybedenleri Ötekilere, Eleştirel Teori Bağlamında Postkolonyal Bir Yaklaşım*. İstanbul: Hükümdar Yayınları.
- Aktan, Ç. C., & Vural, İ. (2005, Temmuz-Eylül). Çok Uluslu Şirketler ve Ekonomik Kalkınma. *Sivil Toplum Dergisi*, 55-76.
- Aktel, M. (2001). Küreselleşme Süreci ve Etki Alanları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 193-202.
- Alicenap, Ç. T. (2019). Animasyon Film Senaryosu Üretiminde Bir Yöntem Olarak: Vladimir Propp "Masalın Biçimbilimi". *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 9(2), 398-413.
- Armand Mattelart, M. M. (2017). *İletişim Kuramları Tarihi*. (M. Zıllıoğlu, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bagdikian, B. H. (2004). *Yeni Medya Tekeli*. (E. Eminel, Çev.) Ankara: Akılçelen Kitaplar.
- Balio, T. (1998). A Major Presence in All Of The Wold's İmportant Markets: The Globalization of Hollywood in The 1990s. M. S. Steve Neale içinde, *Contemporary Hollywood Cinema* (s. 58-73). New York: Routledge.
- Banu Dağtaş, E. D. (2009). *Medya Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları Türkiye Medyasından Örüntüler*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Barthes, R. (1979). *Göstergebilim İlkeleri*. (M. R. Berke Vardar, Çev.) Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Bauman, Z. (2012). *Küreselleşme Toplumsal Sonuçları*. (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2017). *Kimlik*. (M. Hazır, Çev.) Ankara: Heretik Yayınları.
- Berger, A. A. (2012). *Kültür Eleştirisi Kültürel Kavramlara Giriş*. (Ö. Emir, Çev.) İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Büyükbaykal, C. I. (2014). *Küreselleşme ve Küresel Çağda Medya*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Cahit Aydemir, M. K. (2007). Küreselleşme Kavramı ve Ekonomik Yönü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(20), 260-282.
- Chomsky, N. (2016). *İnsanlığın Efendileri*. İstanbul: Bgst Yayınları.

- Cleaver, H. (2008). *Kapital'i Politik Olarak Okumak*. (M. Çelik, Çev.) İstanbul: Otonom Yayıncılık.
- Çelik, M. Y. (2012). Boyutları ve Farklı Algılarıyla Küreselleşme. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(32), 57-74.
- Çetin, D. (2014, Ocak). Fordizm Perspektifinden Hollywood Stüdyo Sistemi. *Atatürk İletişim Dergisi*(6), 203-214.
- Decherney, P. (2019). *Hollywood*. (E. Ünver, Çev.) Ankara: Dost Kitapevi.
- deCordova, R. (2007). The Emergence of The Star System in America. S. H. Sean Redmond içinde, *Stardom and Celebrity: A Reader* (s. 132-140). SAGE Publications.
- Dirik, Ç. (2007). Küreselleşme Çerçevesinde Küresel Medya-Türk Medyası İlişkisi. İzmir.
- Dyer, G. (2010). *İletişim Olarak Reklamcılık*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Edman, T. B. (2017). Antik Mitlerden Bilim Kurguya ve Sinema Perdesine Bir Kahramanın Yolculuğu. *Aydın Türklük Bilgisi Dergisi*(1), 11-22.
- Edward S. Herman, N. C. (2017). *Rızanın İmalatı Kitle Medyasının Ekonomi Politikası*. (E. Abadoğlu, Çev.) İstanbul: Bgst Yayınları.
- Erdoğan Gavcar, S. D. (2005). Küreselleşme ve Yöneticilere Göre Küreselleşme Olgusu. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(15), 77-95.
- Erdoğan, İ. (2000). *Kapitalizm, Kalkınma, Postmodernizm ve İletişim Sömürünün Paketlenişi*. Ankara: Erk Yayınları.
- Ergil, D. (1974). Bağımlılık Olgusu ve Merkez Çevre Sisteminin Evrimi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 29(2), 167-184.
- Erkan, H. (2009). *Hollywood Sinemasında Oryantalizm*. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.
- Erkman, F. (1987). *Göstergebilime Giriş*. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (S. İrvan, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Gervás, P. (2013, Ağustos 2). Propp's Morphology of the Folk Tale as a Grammar for Generation. Madrid, Spain. <https://drops.dagstuhl.de/opus/volltexte/2013/4156/> adresinden alındı
- Giddens, A. (2016). *Modernliğin Sonuçları*. (E. Kuşdil, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Göral, B. (2003). *Burak'ın Kamerasından Hollywood*. Plato Film Yayınları.
- Hakan Ay, Ö. U. (2015). Üç Küresel Ekonomik Krizin Analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 11-32.
- İrfan Erdoğan, K. A. (2010). *Öteki Kuram*. Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- İrvan, S. (2014). *Medya Kültür Siyaset*. Ankara: Pharmakon Yayınevi.

- Karl Marx, F. E. (2017). *Komünist Manifesto*. (N. D. Celal Üster, Çev.) İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Kaya, R. (2016). *İktidar Yumağı Medya-Sermaye-Devlet*. Ankara: İmge Kitapevi Yayınları.
- King, B. (2010). Elastik Benliği Cisimleştirme: Çağdaş Yıldız Olgusunun Karakteristik Özellikleri. G. Topçu içinde, *Hollywood'a Yeniden Bakmak* (B. Karamış, Çev., s. 106-125). Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Korkmaz Alemdar, R. K. (1983). *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar*. Ankara: Savaş Yayınevi.
- Kurtoğlu, R. (2019). *Hollywood Sineması ve Bilinçaltı Operasyonları*. İstanbul: Destek Yayınları.
- Marc Wanamaker, R. W. (2007). *Images of America: Early Hollywood*. South Carolina, United States Of America: Arcadia Publishing.
- McDonald, P. (2000). *The Star System: Hollywood's Production of Popular Identities*. Shacklewell Lane, London: A Wallflower Paperback.
- Michael Ryan, M. L. (2012). *Film Çözümlemesine Giriş*. (E. S. Onat, Çev.) Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Mustafa Talas, Y. K. (2007). Küreselleşmenin Kültürel Sonuçları. *Türklük Bilimi Araştırmaları*(22), 149-162.
- Nalan Gökdemir, R. K. (2013). Küreselleşmenin Dünya Film Endüstrisine Etkisi ve Hollywood Film Endüstrisindeki Yeni Eğilimler. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 5(19), 27-56.
- Özdemir, S. (1998). *Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Ritzer, G. (2017). *Toplumun McDonaldlaştırılması Çağdaş Toplum Yaşamının Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ryan, M. (2012). *Eleştiriye Giriş: Edebiyat/Sinema/Kültür*. (E. S. Onat, Çev.) Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Schiller, H. (1993). *Zihin Yönlendirenler*. İstanbul: Pınar Yayınları.
- Seguela, J. (1991). *Hollywood Daha Beyaz Yıkar*. (İ. Yergüz, Çev.) İstanbul: AFA Yayıncılık.
- Toby Miller, N. G. (2012). *Küresel Hollywood Ekonomi-Politik*. (S. T. Zahit Atam, Çev.) İstanbul: Doruk Yayıncılık.
- Tomlinson, J. (1999). *Kültürel Emperyalizm*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Tony Bilton, K. B. (2009). *Sosyoloji*. İstanbul: Siyasal Kitapevi.
- Topçu, G. (2010). *Hollywood'a Yeniden Bakmak*. Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Turan, Z. (2011). Dünyadaki ve Türkiye'deki Krizlerin Ortaya Çıkış Nedenleri Ve Ekonomik Kalkınmaya Etkisi. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(1), 56-80.

- Valantin, J. M. (2006). *Küresel Stratejinin Üç Aktörü: Hollywood, Pentagon ve Washington*. (Ö. F. Turan, Çev.) İstanbul: Babıali Kültür Yayıncılığı.
- Wayne, M. (2015). *Marksizm ve Medya Araştırmaları*. (B. Cezar, Çev.) İstanbul: Yordam Kitap.
- Wollen, P. (2004). *Sinemada Göstergeler ve Anlam*. (B. D. Zafer Aracagök, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Yaylagül, L. (2008). Neo-liberalizm ve Medya Politikaları. N. K. Levent Yaylagül içinde, *Medya Popüler Kültür ve İdeoloji* (s. 105-124). Ankara: Dipnot Yayınları .
- Yaylagül, L. (2010). Hollywood: Tarihi, Ekonomisi, İdeolojisi. G. Topçu içinde, *Hollywood'a Yeniden Bakmak* (s. 9-23). Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Yaylagül, L. (2018). *Kitle İletişim Kuramları Egemen Ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.

ÖZGEÇMİŞ

ADI ve SOYADI	Oğulcan Ozan KAYA
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Manavgat Şelale Anadolu Lisesi
Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi Radyo Televizyon ve Sinema
Yüksek Lisans	Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı
Yabancı Diller	İngilizce