İZLEYİCİ *JOKER*'DEN NE ALABİLİR? SAĞLANAN YARAR VE DOYUMLARA İLİŞKİN OLARAK VARSAYIMSAL SAPTAMALAR

Ömer Özer¹

Semra Akıncı²

ÖZ

Joker filmi vizyona girdiği dönemde, pek çok eleştirmen tarafından yorumlanmış, bazı sahnelerinin izleyenler üzerinde nasıl bir etkiye sahip olabileceği tartışılmıştır. Bu noktada pek çok kez yorumlanan yalnızca film değildi, Joker karakteri de tarihsel açıdan pek çok kez yorumlanmış, neden çok sevildiği anlaşılamamış bir karakter olmuştur. Bu nedenle bu çalışmada Joker filmi ele alınmıştır. Çalışmada kullanımlar ve doyumlar kuramına dayandırılarak Joker filminin çözümlemesi yapılmıştır. Çözümlemede izleyicinin sağlayacağı yarar ve doyum sahneleri saptanmıştır. Bu çözümleme, önceki kullanımlar ve doyumlar çalışmalarından büyük ölçüde ayrılmaktadır. Nitekim anket ya da görüşme teknikleri kullanılarak veri toplanmamıştır. Bunun yerine film izlenerek varsayımsal olarak ilgili örnekler sahne sahne bulunmuş ve anlamlandırılmıştır. Çözümle sonucunda 23 adet yarar ve doyum sağlayan sahne bulunmuştur. Bu film, ilgili sahneleriyle izleyicide doyum oluştururken aynı zamanda düşündürmektedir de. Filmin sunduğu en önemli doyum sahnelerinden biri, kapitalizm eleştirisi yapması ve bu sistemden rahatsızlıkları bulunanlara bir doyum sağlamasıdır.

Anahtar Sözcükler: Joker, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı, Betimlemeli Çözümleme, Doyum.

WHAT CAN VIEWERS GET FROM THE JOKER? HYPOTHETICAL DETERMINATIONS REGARDING PROVIDED BENEFITS AND SATISFACTION

ABSTRACT

The Joker movie was interpreted by many critics at the time it was released, and it was discussed how some of its scenes might have an effect on the audience. At this point, it was not only the movie that was interpreted many times, but the character of Joker has also been interpreted many times from a historical point of view, and Joker has been a character that was not understood why he was loved so much. For this reason, we studied the the movie Joker in this study. In the study, the Joker movie was analyzed based on the uses and gratifications theory. In the analysis, the scenes that viewers get benefits and satisfaction were determined. This analysis significantly differs from the previous uses and gratifications studies. As a matter of fact, data were not collected by using questionnaires or interview techniques. Instead, watching the movie, hypothetically relevant examples were found scene by scene and interpreted. As a result of the analysis, 23 useful and satisfying scenes were found. While this movie creates satisfaction for the viewers with its related scenes, it also makes the viewers think. One of the most important satisfaction scenes the movie offers is its critique of capitalism and provide a satisfaction for those who are not happy with this system.

¹ Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi, Basın ve Yayın Bölümü. omeroz@anadolu.edu.tr. ORCID: 0000-0003-2649- 6182.

² Araş. Gör. Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü. semra_akinci@anadolu.edu.tr ORCID: 0000-0002-9995-6760

Giriş

Bu çalışmada, *Joker* filminin izleyiciye sunacağı yarar ve doyum örnekleri saptanmaya çalışmıştır. Kullanımlar ve doyumlar kuramına dayandırılan çalışmada, filmdeki ilgili unsurlar varsayımsal olarak çözümlenmiştir. Kullanımlar ve doyumlar kuramı bakımından yurt içinde ya da dışında anket, görüşmeler ya da her ikisini birden kullanılan çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmanın farkı, filmdeki yarar ve doyum sağlayacağı düşünülen sahnelerin saptanmasından kaynaklanmaktadır. Bu sahneler saptanmış ve kuram bakımından izleyici konumundan değerlendirmesi yapılmıştır. Bu aşama kullanımlar ve doyumlar kuramına bir katkı olarak değerlendirilebilir. Yazarlara göre, bir kurama dayanarak araştırma yapmak için ille de belli bir araştırma yöntem ya da tekniğinin kullanılması gerekmez. Aksine farklılaşmak alana katkı sağlayacaktır.

Joker filmi yayınlandığı dönemde, pek çok eleştirmen tarafından yorumlanmış, bazı sahnelerinin izleyenler üzerinde nasıl bir etkiye sahip olabileceği tartışılmıştır. Bu noktada pek çok kez yorumlanan yalnızca film değildi, Joker karakteri de tarihsel açıdan pek çok kez yorumlanmış, neden çok sevildiği anlaşılamamış bir karakter olmuştur. Batman ve ilgili diğer filmlerde karikatürize olarak sunulan Joker için 2019 yılında Todd Philips tarafından yönetilen bu filmde daha az karikatürize edilen ve gerçekçiliğe yakın bir şekilde sunulan versiyon görülmüştür (Efthymiadou ve Koukouvinou, 2020). Bu nedenle, Joker karakterinin sunumunun ele alındığı bu film, kullanımlar ve doyumlar bağlamında izleyicide sağlayacağı doyumlar perspektifinden değerlendirilmiştir.

1. Joker Üzerine

Joker, stand-up komedyeni olmak isteyen palyaço Arthur Fleck'in hikâyesini anlatan 2019 yılında vizyona giren bir filmidir. Ancak bir stand-up komedyeni olma kariyeri boyunca joker, gerçekte yüzleşmiştir. Yaşamı, adaletsizlik dünyasında üzüntü ve ıstırapla doludur. Sonunda, bir stand-up komedyeni olarak başarısız olmuş ve bu onu deliliğe sürüklemiştir. Sonucundaki olaylar, Gotham City'deki zenginlere karşı şiddetli bir karşı-kültür devrimine yol açmasına neden olmuştur. Joker karakteri, patolojik gülüşü sebebiyle de dikkat çekmiştir. Patolojik kahkaha kavramı, deneyimlenen duyguyla uyumsuz, güdülenmemiş, abartılı, kontrol edilemeyen ve istemsiz kahkaha patlamalarını ifade etmektedir (Walusinski, 2018).

Arthur'un en çok hayran olduğu baba figürü talk-show sunucusu Murray Franklin'dir (Robert DeNiro). Phillips, 1970'lerin sonu ve 1980'lerin başındaki sinematik karakter çalışmalarından, özellikle Martin Scorsese'nin *Taxi Driver* (ABD 1974) ve *The King of*

Comedy (ABD 1982) filmlerinden ilham almıştır; özellikle filmin bu yönü The King of Comedy ile benzerlikler taşımaktadır. Arthur gibi, Scorsese'nin Rupert Pupkin'i (Robert De Niro tarafından oynanmaktadır) de annesiyle birlikte yaşayan orta yaşlı, hevesli bir stand-up karakteridir. Ve Arthur gibi, Rupert da gece yarısı televizyonunun popüler figürüne odaklanmıştır. Her iki karakter de şovda görünme fantezilerini gerçekleştirmek için idollerinin yayınlarını kullanmaktadır. Ancak, Rupert saygı ve tanınma istemektedir. Jerry Langford'un (Jerry Lewis) Rupert'ın doğal komedi yeteneğini övmesini ve Rupert'tan şovunun sunuculuğunu üstlenmesini istediğini hayal etmektedir. Buna karşılık, Arthur, Murray Franklin'in babası olmasını istemektedir. Arthur, Franklin'in şovunun izleyicileri arasında olmayı ve "Seni seviyorum Murray" diye bağırmayı hayal etmektedir (Pyle, 2021). Bu açıdan düşünüldüğünde her iki karakter de kendi zihinlerinde bir dünya yaratmış ve o dünyada yaşamaktadırlar. İki karakterin bir diğer benzer özelliği ise tarzları her ne kadar farklı olsa da ikisinin de toplum tarafından kabullenilmeyen karakterler olmalarıdır.

Joker; Zizek (2019) tarafından toplumun çatlakları veya aksaklıkları yoluyla ortaya çıkan bir kahraman olarak yorumlanmıştır. Bu tür alımlamalar, Joker'in başlangıç hikâyesinden nasıl saptığı veya Joker karakterine bağlılık, saygısızlık gibi suçlamalar da içermektedir. Joker, hem herkese hem de hiç kimseye ait olmayan bağlamsal olarak konuşan bir film olarak adlandırılmaktadır (Redmond, 2021: 2). Filmler, anlamları ve mesajları üzerinde bir mücadele içindeyken anlatı yörüngesi çoğunlukla tek bir sonuca çıkmaktadır; o da ideolojik çözüm ve statükonun restorasyonudur. Ancak Joker, bu anlamda egemen ideolojiyi reddetmektedir. Çöküş ve çağdaş yaşamdaki ahlaki ve sosyal belirsizliğe değinmektedir. Bu da onun çok kez izlenmesine, yorumlanmasına, okunmasına ve alımlanmasına yol açmıştır.

Joker, siyasi, sosyal ve ekonomik kargaşa olarak tanımlanabilecek bir zamanda gelmiştir (Kellner, 2017). Trump'ın mitinglerdeki söylemleri, mitingler yoluyla artan ve komplo teorilerini meşrulaştıran post truth söylemleri bunlardan biridir. Trump, neredeyse post truth kavramı ile özdeşleştirilen biri haline gelmiştir ve onun haklarından mahrum edilmiş beyaz erkeklere çağrısı Joker ile özdeşleştirilmiştir. Trump'ın söylemleri sürerken bir yandan sosyal hizmetleri kesilmiş, umutsuzluk, yalnızlık, yoksulluk gibi durumlarla uğraşan insanların yanı sıra insanların süper zenginleştiği ve borsanın değerinin yükseldiği durumlar da söz konusudur. Joker'de bu gerçekler, kesişme noktaları ve çarpışmalar yer almaktadır. Redmond'a (2021) göre filmin 1980'lerde geçmesi bu tarz ilişkilendirmelerin yapılamayacağı anlamına gelmemektedir. Joker filminde, 1980'ler atmosferi boş bir nostaljik amaçla değil daha çok ekonomik, sosyal ve siyasal amaçlarla yer almaktadır. Filmde yer alan 80'ler atmosferi, Reaganizm ve Neoliberalizm ile ilişkilendirilmiştir.

New Review of Film and Television Studies dergisinde 2021 yılında Joker filmi üzerine özel bir sayı hazırlanmıştır. Bu özel sayıda yer alan dokuz makalenin her biri filmin bir yönüne odaklanmaktadır. Arthur/Joker'ın Gotham'da gezinmesiyle her yazarın ele aldığı temalarda gezinmesi okuyucu için bir metafor olarak sunulmuştur.

Brown'a (2021) göre Joker filmi, radikal ve hegemonya karşıtı bir temsili savunmaktadır. Alt sınıf için Joker, radikal bir kahraman olarak sunulmaktadır. Batman filmlerinin tersine Joker'in dünyaya saldırdığı kaos, bu filmde cezasız kalmaktadır. Joker'de yabancılaştırıcı kentsellik açısı, kontrol edici bir bakış açısının olmaması, şehir kültürüne olan saygısı şehrin yanmasıyla sona erdiği için yıkıcıdır.

Kavka (2021), Joker filmini erkeklik bakış açısından yorumlamıştır. Batman ve Joker, iki karşıt erkeklik tipini temsil etmektedir. Buna göre Joker, heteroseksüel, suçlanmış ve dışlanmış bir erkekliği temsil etmektedir. Merlin Seller, Joker'in erkeklerin tarihsel olarak eğitildikleri heteronormatif erkeklik türüne direndiğini öne sürmektedir (Redmond, 2021: 4).

Bainbridge (2021), Joker'i psikanalitik açıdan ele almaktadır. Bunun için Meltzer'in (1992) "Clastrum" kuramından yararlanılmıştır. Bainbridge, Joker filmini Neoliberalizm'in neden olduğu kaygılar ve travmalar perspektifinden yorumlamıştır. Ona göre film gizli ile görünür arasında bir köprü işlevi görmektedir. Redmond (2021) tarafından film yalnızlık, tecrit ve kopukluk olarak yorumlanırken Arthur'un yavaş yavaş Joker olmasıyla yalnızlığın toparlandığına, müzik ile enerjik hale getirildiğine ve somutlaşmış neşeli bir direnişe dönüştüğüne vurgu yapılmaktadır.

2. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı

Kitle iletişim araştırmalarının Amerika Birleşik Devletleri'nde başlatıldığı dönemlerde medyanın güçlü etkileri olduğuna inanılmaktadır. Örneğin kitle iletişiminin hipodermik iğne gibi erken kuramları, medyayı bireyler üzerinde tek taraflı ve ani etkileri olan araçlar olarak görmüşlerdir (McQuail ve Windahl, 2005). Bu gibi kuramların temsil ettiği dönemde standartlaştırılmış kültürel mallara maruz kalmanın, alıcı üyeleri homojen, eleştirel olmayan ve medyanın tesirlerine direnemeyen pasif kitleye dönüştürdüğü kabul edilmektedir. Ancak iletişim araştırması tarihinin erken yıllarında, doyumları çalışmak için bir yaklaşım geliştirilmiştir (Cantril, 1942'den akt., Katz vd., 1973: 164). Söz konusu doyumlar, alıcılara çekici gelen ve onları tutsak eden medya türleri ve içerik tipleridir. Bunlar da alıcıların sosyal ve psikolojik gereksinimlerini doyurmaktadır.

Aşağıda değinileceği gibi kullanımlar ve doyumlar kuramının izleri 1930'lara kadar gitse de isminin daha sonraki yıllarda konduğu görülmektedir. Kuram, 20. yüzyılın ortalarında medyayı ikna kaynağı olarak inceleyen yaklaşımın aksine, kaçış ve eğlence kaynağı olarak

incelemeyi önererek ortaya çıkmıştır (Tefertiller, 2017: 28). 1950’li yılların sonunda *Public Opinion Quarterly*’nın 1959 Bahar sayısında, Bernard Berelson, neden iletişim araştırmasının ölmüş olabileceğini düşündüğünü açıklamıştır. Onun söylediğine göre, bu alandaki öncülerin orijinal ilgileri tarumar olmuştur (Katz, 1959: 1). Elihu Katz (1959) buna, “Mass Communication Research and the Study of Popular Culture: An Editorial Note on a Possible Future for This Journal” başlıklı makalesinde yanıt verir. Makalenin, “Medyanın Etkileri: ‘Kampanyalar’ Çalışması” başlıklı bölümünde “Berelson’ın öldüğünü ya da ölüyor olduğunu söylediği şey bana, kitle iknası çalışması olarak görünmektedir” diye yazar. Katz’a göre, alıcı araştırması ya da içerik çözümlemesi, kısa süreli etkiler sorunu tarafından güdülenmiştir. Şu soru klasik yaklaşımı özetlemektedir: “Medya insanlara ne yapar?” (Katz, 1959: 2).

Katz (1959), makalede artık, kullanımlar ve doyumlar kuramına doğru geçiş yapmaktadır. “Medyanın İşlevleri: ‘Kullanımlar ve Doyumlar’ Çalışması” başlıklı bölümde kitle iletişim çalışmasının iknadan daha fazla bir şey olduğunu belirtmektedir. Elihu Katz (1959: 2), iletişim araştırmasının, medyanın uzun dönemli etkileri gibi onu yürütecek bütün yöntemsel aygıtlara sahip olduğunu, onun şimdiden açık bir programı olmamasına karşın, açıkçası iyi sonuçlarla yoluna girdiğini ve yeni bir disiplinler arası birlikteliği temsil ettiğini, bunun modasının geçtiğini ama bereketli olabileceğini ifade etmiştir. Katz’ın medya araştırma sorusu klasik formülasyonu ile keskin bir şekilde karşıtlık oluşturmaktadır. Bu yol, işlevselci yaklaşım ya da kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı gibi farklı olarak adlandırılabilir. Katz soruyu, “Medya insanlara ne yapar?” değil, “İnsanlar medyayla ne yapar?” şeklinde sormaktadır (Katz, 1959: 2). Ona göre, kuram şu varsayımla başlamaktadır: Medyanın en inandırıcı mesajları, normal olarak bireye onun yaşadığı sosyal ve psikolojik bağlam içinde medyayı kullanmadığı sürece tesirde bulunmaz (Katz, 1959: 2). Kullanımlar yaklaşımı, şunu da varsayar: İnsanların değerleri, ilgileri, birliktelikleri, sosyal roller baskındır ve o insanlar seçici olarak, gördükleri ve duydukları şeyi biçimlendirirler (Katz, 1959: 3).

Bu tartışmalar 1950’li yıllarda başlamış, kullanımlar ve doyumlar kuramı o zamandan beri yoğun olarak kullanılmıştır. Ancak, bu yöndeki ilk çalışma henüz güçlü etkiler döneminin geçerli olduğu kabul edilen yıllarda 1935 yılında yapılır. Başka bir deyişle bu yönelimde araştırmalar, 1930’larda yapılmaya başlanmıştır. Öncü örnekler, alıcıların güdülleri ve seçim örnekleri konusundaki araştırmalarda bulunabilir. Söz konusu araştırmalar çoğunlukla sosyal psikolojik tarzda yapılandırılmıştır (McQuail, 1997: 18). Kitap okuma, radyoda arkası yarınları dinleme, günlük gazeteler, popüler müzik ve sinema üzerine araştırmalar bunlar arasındadır (DeFleur ve Ball-Rokeach, 1989: 187). Öteki medya etki araştırması, yeni medya için alıcıların örneklerini seçmek ve güdüler geliştirmek için araştırmada bulunmuştur. Sözü edilen ilk

çalışma Cantril ve Allport'un (1935'den akt., Katz vd., 1974 ve Ruggiero, 2000: 4) radyo alıcısı üzerine yaptıkları araştırmadır.

İsmi Elihu Katz'ın (1959) koyduğu kullanımlar ve doyumlar kuramı, temelde alıcının gereksinimlerini doyurma ve medya seçimi arasındaki bağı açıklamaya çalışmaktadır. Kuramın temelinde, izleyicilerin medyada gidermeye çalıştıkları karmaşık bir gereksinimler dizgesine sahip oldukları inancı yatmaktadır (Fiske, 2003). Temel sorunu, "insanların medyayla ne yaptığıdır" (Perry, 2002: 70). Bunun soru çeşitlemesi, "neden insanlar medyayı kullanmakta ve medyayı kullanmakla ne yapmaktadırlar?" şeklindedir. Temel önermesi ise "alıcılar medya içeriğini ve aynı zamanda hangi medyanın gereksinimlerini gidereceğini de bilmektedirler" biçimindedir (Özer, 2007: 111). Açıkladığı da insanların belli gereksinimlerini doyurmak için medya kullanımları ve doyum araştırmalarıdır (Ray, 2019: 7). Bir başka deyişle kuram, basitçe bireylerin gereksinimlerini doyurma, amaçlarında başarılı olma vb. için çevrelerindeki diğer kaynaklar arasında iletişimlerini kullanmasını açıklamaya girişmiştir (Katz vd., 1974: 510).

Katz'ın çalışmasında alıcı güçlendirilmiştir ve aktiftir (Perks, 2019: 619). Kaldı ki kullanımlar ve doyumları geleneksel araştırmadan ayıran özellikler arasında da alıcı aktifliği başı çekmektedir: Alıcı, aktif, sezen ve medya kullanımına güdülenmiş olarak karakterize edilmiştir. Medya kullanıcısının aktif olmasının en önemli nedeni onların gereksinimlerini doyuran rekabet halindeki araçlar arasında en çok doyum sağlayanı olmasıdır (Vaterlaus, 2019: 471). Kuramın odaklandığı, medyanın insanlara tesiri ve onları etkilemesi değil, insanların medyayla ne yaptığıdır (Quan-Haase ve Young (2010: 3). Ayrıca kuram yalnızca, güdüler üzerine yoğunlaşmaz, aynı zamanda psikolojik etkiler ve seçim davranışları üzerine de eğilir (Duan ve Chen, 2019: 401; Steiner, 2020: 83). Kullanımlar ve doyumlar kuramcıları, medyaya maruz kalmanın tutumsal ve davranışsal çıktılarını bireysel kullanım ve seçimin prizması aracılığıyla görürler (Xing, 2019: 12). Kuram ayrıca, medyaya maruz kalmanın gerçekleştiği bağlam kadar medya içeriği ve ona maruz kalmanın önemini de aydınlatmalıdır (Ancu ve Cozmo, 2009: 569). Özünde kuram, medya kullanıcılarının kullandıkları içerikle etkileşime girmelerilerinin gerisindeki nedenselleşmeyi tanımlamaktadır (Heniff, 2019: 7). Kullanımlar ve doyumlar kuramı temsilcileri, iletişim mesajlarının tüketicilerinin seçimlerinde özgür olacaklarına inanırlar (Harwood, 1999). Elbette burada medyadan beklentiler ve medyanın sunduğu yarar da önemlidir (Soto-Sanfiel vd., 2021: 122). Dolayısıyla kullanımlar ve doyumlar, medya etkilerini açıklarken bireysel tercihlere vurgu yapan alıcı merkezli bir kuramdır. Alıcı etkinliği, kuramın en önemli ve merkezi kavramıdır ve kullanım ve doyumlar kuramını geleneksel araştırmadan ayıran en önemli noktadır. Ancak, alıcı etkinliğinin kolayca tanımlanamadığı belirtilmektedir (Rubin, 1986: 293). Etkinlik, Bulumler'e göre, insanların

medya katılımının, seçiminin, niyetinin ve yararlanmasının göstergesidir. İnsanlar, medyayı kullanırken en geniş ölçüde etkinlik sergiler. Bu, medya davranışının bilerek ve amaç yönelimli olduğunu önermektedir (Akt., Kim ve Rubin, 1997: 107).

Kullanımlar ve doyumlar kuramı medyaya maruz kalma ve etkilerini anlamak için bir çabanın ürünü olarak ortaya konmuştur. Kuram, kitle iletişim araçlarına ulaşmada alıcı üyelerin motivasyonlarını dikkate almaktadır (Swanson, 1992: 305). Kullanımlar ve doyumlar kuramı, tüketicilerin medya mesajlarını doğrudan ya da bütünüyle alıp kendilerine kattıklarını artık düşünmez. Gönderilen mesajın üstünlüğü üzerine odaklanmaz. Bu kuram; pasif, hemen kabul eden alıcı düşüncesini dışlar. Onun yerine hangi mesaja maruz kalacaklarını bilerek seçen medya alıcılarına güç ve destek verir. Medya etkilerine alıcı merkezli bu kuram, gelişim yıllarında devrimci bir kuramdı (Özer, 2016). Şunu da belirtmek gerekir: Medya kullanımının sosyal sonuçları kaçınılmazdır, çünkü medya tüketimi ve ardından gereksinim karşılama bakımından bir tür ve genellikle o çevreyle ilişkili bir sosyal bağlam vardır (Swank, 1979'dan akt., Tefertiller, 2019: 5).

Kullanımlar ve doyumlar kuramı, sosyal bilimlerdeki yapısal işlevselci paradigmadan filizlenmiştir (Alemdar ve Erdoğan, 1998) ve işlevselci yaklaşım (Rubin, 1986) olarak bilinmektedir. Medya araştırmasında etki geleneği içerisinde zaman zaman gereksinimler ve doyumlar olarak da anılan kuram son derece önemli ve etkilidir. Belirtildiği gibi kitle iletişiminde bu yaklaşım aslında işlevseldir (Wright, 1959'dan akt., Katz vd., 1973: 165). Yaklaşım, insanların medyayı gereksinimleri için büktüğünü, medyanın onlara boyun eğdirmediğini tartışmaktadır. Medya, yaklaşıma göre enformasyon ve tesirin olduğu kadar, en azından eğlence ve oyalanmanın da öznesidir. Üstelik, medya içeriğini seçmek ve onları kullanmak, psikolojik eğilim ve sosyal rol tarafından etkilenmektedir (Katz vd., 1973: 165).

Doyum, alıcının sosyal ve psikolojik gereksinimlerini doyuran içerik tipleri ve medya türlerinin alıcıya çekici gelmesi ve onları tutması olarak tanımlanmaktadır (Ruggiero, 2000: 3). Kullanımlar ve doyumlar, bireylerin gereksinim ve isteklerini karşılamak için bireyler arası iletişim gibi iletişimin öteki formlarını ve medyayı nasıl kullandıkları üzerine odaklanan bir psikolojik iletişim yönelimi olarak görülebilir (Rubin, 2002). Bu psikolojik yönelim, bireysel medya tüketicilerinin pasif olduğunu öneren geleneksel mekanik yaklaşımdan bir kaymayı işaret eder (Urista vd., 2009: 218).

McQuail ve arkadaşları (Fiske, 2003), dinleyicilerin bir radyo dizisini dinlemeleri ve televizyon haber, macera ve kısa yarışma programlarını izlemelerinden elde ettikleri doyumlar örneklerini çalışmışlardır. Bu çalışmanın sonunda dört temel gereksinim tipolojisi çıkarılmıştır:

1. Oyalanma:

- a. Gündelik yaşamın sınırlamalarından kaçış.
 - b. Sorunların verdiği sıkıntılardan kaçış.
 - c. Duygusal boşalma.
2. Bireysel ilişkiler:
 - a. Arkadaşlık etme.
 - b. Toplumsal yarar.
 3. Kişisel kimlik:
 - a. Kişisel referans
 - b. Gerçekliğin keşfi
 - c. Değer pekiştirme
 4. Gözetim işlevi:

McQuail (1987: 73), medya kullanımının ortak nedenlerinin tipolojisini daha geniş olarak ele alarak, dört ayrı grupta toplamaktadır.

1. Enformasyon: Yakın çevre, toplum ve dünyadaki ilgili durum ve olaylar hakkında öğrenme gereksinimi. Pratik sorunlar, düşünceler ya da karar almak için öneri arama gereksinimi. Merak ve genel ilgiyi doyurmak. Öğrenme, kendi kendini eğitme. Bilgi aracılığıyla güvenlik duygusunu kazanma.
2. Kişisel kimlik: Kişisel değerler için destek bulma gereksinimi. Davranış modelleri bulma gereksinimi. Medyada değerli olarak sunulanlarla özdeşleşmek.
3. Bütünleşme ve Sosyal Etkileşim: Sosyal empati. Diğerleriyle özdeşleşerek, ait olma duygusunu yaşamak. Sohbet ve sosyal etkileşim için bir temel bulma. Gerçek yaşam dostluğunun yerine konacak bir vekil bulmak. Sosyal rolleri yerine getirmede yardımcı olarak almak. Aile, arkadaşlar ve toplumla bağ kurmada güç verecek biri olarak alınması.
4. Eğlence: Sorunlardan kaçma. Rahatlama. Zaman geçirme. Duygu boşalımı sağlama. Cinsel uyarılma.

Kullanımlar ve doyumlar kuramcılarına göre, insanların gereksinimleri, aracı nasıl ve neden kullandıkları ile ona yanıtlarından etkilenmektedir. Zillmann (Akt. McQuail 1987: 236), medya seçiminde ruh halinin rolünü ortaya koymuştur: Can sıkıntısı, heyecanlı; stres ise rahatlatıcı içeriğe yönlendirmektedir. Aynı televizyon programı, farklı insanların farklı gereksinimlerini doyurabilir. Gelişimle ilgili etkenler, “amaca bağlı izleme” için bazı güdülerle ilgili görünmektedir. van Evra (1998), küçük çocukların televizyonu enformasyon amaçlı izlediklerini ve etkiye daha duyarlı olduklarını önermektedir.

Kullanımlar ve doyumlar kuramı bakımından izleme biçimi de önemlidir. Kuram açısından izleme biçimleriyle ilgili seçici izleme, araçsal izleme ve amaca dayalı izleme biçimleri iç içe geçerek anlamlı olmaktadır. İzleyenler, farklı program karakteristiklerine karşı duyarlı olabilmekte ve arzu edilen sonuçları verebilecek mesajları seçmek için bilgiyi kullanabilmektedirler. Zillmann ve Braynt'a göre (1986: 306), özel bir program, dikkat çekebilir ve onu izlemeye karar verebilirler. Seçici izlemeyle ilgili şu açıklamalar yapılabilir: İzleyiciler, kendilerini avutucu mesajlar içeren programları yeğlerler. Buna karşılık, kendilerini rahatsız edici içeriğe sahip programları daha az izleme eğilimindedirler. Eğlence programları buna örnek verilebilir. Kötü ruh halinde ve morali bozuk olanlar, daha iyi olmak için güldürü programlarını seçebilirler. Bazı seçici izlemeler stres, korku ve can sıkıntısı gibi durumlarda söz konusu olur. Televizyon eğlencesinin tedavi edici değeri, birinin ruhsal durumunu iyileştirici, yatıştırıcı, sıkıntısını azaltıcı ya da izlenilmesiyle psikolojik bir yarar sağlayıcı gücüyle ilintilidir (Zillmann ve Braynt, 1986).

Kullanımlar ve doyumlar, gücü doğrudan alıcının ellerine veren önemli bir iletişim kuramıdır. Medya mesajlarının, onları tüketenler üzerinde doğrudan, tek yönlü etkilerini varsaymaktan çok, kullanımlar ve doyumlar yönelimi alıcıların, kişisel gereksinim ve arzularını karşılamak için maruz kaldıkları mesajları bilerek ve isteyerek aldıklarını önermektedir. Bu klasik kuramın ileriki incelemesi ve testi, özellikle sosyal medyada, kitle iletişim alanının gelişmesinde yaşamsaldır (Ballard, 2011: 10).

3. Türkiye’de Bir Literatür Taraması

Türkiye’de kullanımlar ve doyumlar kuramı bakımından oldukça fazla araştırma yapılmıştır. Hatta son dönemlerde sosyal medya bakımından yapılan araştırmalarda artış olduğu gözlenmektedir. Bu araştırmalarda sonuçta medyanın yarar ve doyum amaçlı kullanıldığı çoğunlukla saptanmıştır. Burada üç çalışmadan söz edilmiştir. Nedenleri, çalışmalar anlatılırken belirtilmiştir. Bu makalenin yazarları tarafından yapılan tarama sonucunda iddialı olmamakla birlikte Türkiye’de kullanımlar ve doyumlar kuramı bakımından yapılan ilk çalışmanın Kaya Özakgün’ün “Yaygın Çiftçi Eğitimi Projesi: Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Açısından Bir Alan Çalışması” başlıklı doktora tezi olduğu anlaşılmıştır. Kaya Özakgün (1995) tez çalışmasında, Türkiye’de 1990 yılında uygulanmaya başlayan ve uygulanması tezin tamamlandığı yılda da süren “Yaygın Çiftçi Eğitimi Projesi”nin kitle iletişim kuramları arasında yer alan kullanımlar ve doyumlar bakımından bir değerlendirmesini içermektedir. Tezin amacı, izleyiciyi gereksinimleri, beklentileri olan, kitle iletişim aracını ve içeriği seçen ve amaçladığı doyuma ulaşan etkin bireyler olarak konumlandıran bir yaklaşım aracılığıyla incelemektir. Böylece bir taraftan, kullanımlar ve doyumlar kuramını bir araştırma

modeli olarak bu koşullarda sınamak, bir taraftan da bu bakış açısından projeyi irdeleyerek eleştirmek ve elde edilen sonuçlara göre önerilerde bulunmak olanağı doğmuştur.

İkinci olarak söz edilecek çalışma Abdullah Koçak'ın (2001), "Televizyon İzleyici Davranışları Televizyon İzleyicilerinin tercihleri ve Doyumları Üzerine Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma" başlıklı doktora tezidir. Bu çalışma, televizyon örneğinde kapsamlı bir tez çalışmasıdır. Koçak, çalışmasında Türk izleyicilerin televizyonu niçin ve nasıl izlediğini açıklamayı, güncel kitle iletişim araçlarını kullanım araştırmalarını bir ileri aşamaya götürmeyi ve farklı bir kültürde kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının kavramsal modelinin genelleştirilebilirliğini sınamayı amaçlamıştır. Yüz yüze görüşme tekniğiyle 711 kişi üzerinde Konya'da çalışmanın verileri toplanmıştır. Çalışma Türk izleyicilerin eğlence-rahatlama-alışkanlık, moral destek, enformasyon, arkadaşlık, ekonomik enformasyon ve kaçış motivasyonlarıyla izlediğini ortaya koymuştur. Çalışmaya göre Türk izleyicilerin yarıdan fazlası, programları kanallar arasında gezinti yaparak öğrenmektedir. Koçak bu durumu, doyum sağlanamayan programlardan kaçınmak olabileceği yönünde açıklamıştır.

Üçüncü çalışma Ömer Özer tarafından 2016 yılında yayımladığı *Doyumun Öyküsü Twitter Örneğinde Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Çerçevesinde Yapılan Araştırmalar* başlıklı kitap çalışmasıdır. Çalışma sosyal medyayı kapsamakta ve önemi Türkiye'de anket ve derinlemesine görüşmeyi bir arada kullanan ilk çalışma olmasından gelmektedir. Bu çalışmada, Twitter'ın kullanım ve doyumlar kuramı açısından yarar ve doyum amaçlı kullanılıp kullanılmadığına bakılmıştır. Bu amaç doğrultusunda iki araştırma yapılmıştır. Bunlardan ilki bir anket uygulamasıdır. Araştırma kullanımın olup olmadığını ve biçimini vermiştir. Derinlemesine görüşmelere dayanan ikincisi de kullanımın biçimini vermesinin yanı sıra öyküsünü de sunmuştur. Çalışmada, gerek anket uygulamasının gerekse de derinlemesine görüşmelerin çözümlemelerinde katılımcıların, Twitter'ı kullanımlar ve doyumlar kuramının önermelerine uygun olarak yarar ve doyum amaçlı kullandıkları ortaya çıkmıştır. Katılımcılar, sosyal medyayı kullanmaktadır. Twitter bunlar arasında önemli bir paya sahiptir. Genelde mobil bir araçtan kullanılmaktadır. Twitter'a önemli bir oranda zaman ayırmaktadırlar. Katılımcıların, algıladıkları Twitter becerilerinin oldukça yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılar araştırma yapmak, tweet atmak gibi nedenlerden dolayı Twitter'ı yoğun olarak kullanılmaktadır. Daha çok kişisel görüşlerine yakın olan hesapları takip etmektedirler. En çok sıkıldıklarında zaman geçirmek için Twitter kullanılmaktadır. En çok gündemi takip etmektedirler. En çok ve en az doyumunu araştırma yapmak için sağladıklarını söylemek doğru olabilir. Derinlemesine görüşmelerden elde edilen sonuçlar açısından söylendiğinde kadınlar ve erkeklerin açıklamaları arasında benzerlikler ve farklılıklar çıkmıştır. Ancak, bunlar onların

Twitter'ı kullanımlar ve doyumlar kuramının önermeleri uyarınca kullandıklarını engellememektedir. Twitter'ın eğlence, kişisel ve gündeme ilişkin kullanılması önemli benzerlikler arasındadır.

Öte yandan bu çalışmaya konu olan Joker filmi üzerinde Türkiye'de psikolojik ve sosyolojik açılardan iki ayrı makale de yayımlanmıştır. Sunal ve Arkan'ın (2020) gerçekleştirdiği çalışmada yer alan şiddet kavramı hem gündelik yaşantımızda hem de sinemada önemli bir yer tutmaktadır. Bu noktadan hareketle, çalışmada önce şiddet kavramına genel bir bakış sonrasında sinemada şiddetin kullanılmasının filmin mizansen öğeleri üzerinden açıklaması yapılmaktadır. Filmde yer alan bu öğelerin öyküleme, görüntüleme, aydınlatma, müzik, oyuncu, kurgu, sanat yönetimi ile Joker filmi bağlamında çözümlemeci ruhbilimsel açıdan değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Çözümlemenin bir aşamasında yazarlar şöyle yazmaktadırlar: Arthur, annesiyle ilgili araştırma yaparken gittiği hastaneden birtakım bilgiler edinir. Çocukken fiziksel şiddet gördüğünü, annesinin erkek arkadaşı tarafından şiddet maruz kaldığını, annesinin kendisini pislik içinde bir hayata mahkum ettiğini, yetersiz beslediğini ve evlatlık olduğunu öğrenir. Belki de tüm bunların özrüdür annesinin Arthur'a 'happy' olarak seslenmesi. Annesinin hastalığının anlatıldığı dosyada yer alan ifade her şeyi özetlemektedir: "Her zaman mutlu bir çocuk oldu". Gerçekleri öğrenip hastaneden ayrıldığı andan itibaren şiddetli bir yağmur sahnesi yer almaktadır. Bu yağmur sahneleri, karakterin psikolojik olarak yıkımını sembolize etmektedir. Filmlerde suyun kullanımı ile birlikte ölçüsü oldukça önemlidir. Fazla su tufandır; fazla su öldürücüdür. Özetle, su iki kutuplu bir kavramdır. Hayat verici olduğu kadar, hayat alıcı, öldürücü yönü de mevcuttur. Hem olumlu hem de olumsuz bir anlamı olduğunu görmekteyiz. Dolayısıyla su, bir terapi görevi görürken, ayrıca psikolojik bir yıkıma da işaret etmektedir.

İkinci makale M. Çağlar Kurttaş (2020) tarafından sosyolojik bağlamda yapılmış bir çözümlemeye dayanmaktadır. Yazara göre, 2012 yılında ABD'de bir sinema salonunda 12 kişinin hayatını kaybetmesine neden olan bir saldırganın kendisini "Joker" olarak tanımlaması, Joker filminin vizyona girmeden tartışılmasına neden olmuştur. Bu bağlamda, sinemada şiddet gösteriminin birey ve toplum üzerinde yarattığı etkiler probleminden yola çıkan çalışmanın hipotezi; *Joker* filminin şiddeti kutsadığı, şiddeti belli şartlar altında kabul edilebilir ve hatta gerekli kıldığına dair bir anlatıma sahip olduğudur. Film, kötü karakter olarak bilinen Joker karakterini bir anti – kahramana dönüştürmüştür. Çalışma doküman analizi yöntemi ile filmde elde edilen verilerin hipotezi test etmesi amacını taşımaktadır. Çalışmada analiz birimi olarak filmdeki diyaloglar ve sahneler kullanılmıştır. Yazar yaptığı sonuç yorumunun bir bölümünde şöyle demektedir: "Filmde bir sahne dışında aşırı olarak nitelendirilebilecek şiddet sahnesi

bulunmamaktadır. Ancak film, şiddeti meşrulaştıran bir anlatıma sahiptir. Çünkü akıl hastalığı olan, toplumdan dışlanmış ve yaşamı boyunca şiddete maruz kalmış bir bireyin artık şiddetten başka çaresi kalmadığı mesajı vermektedir. Böylece şiddet; gerekli şartlar ortaya çıktığında uygulanabilen, işe yarayan bir araç olarak sunulmaktadır. Dolayısıyla film her ne kadar kurgu olsa da şiddeti bir yol ve yöntem olarak seçenek haline getirmekte ve hatta kutsamaktadır.”

4. Yöntem

Çalışmada araştırmacılar tarafından önce Joker filmi BluTv dijital platformunda izlenmiştir. Makalede yer alan görseller filmde alıntılanmıştır. Bu izlemeden film hakkında genel saptamalar yapılmıştır. Film bir kez de çözümleme için izlenmiştir ve amaca da bağlı olarak yarar ve doyum sağlayıcı sahneler tanımlanmıştır. Sahnelerin tanımlaması şu modele göre yapılmıştır. Model, araştırmacılar tarafından esinlenme yoluyla (Fiske, 2003) oluşturulmuştur.

4.1. Joker Filmi İçin Çözümleme Kategorileri

1. Hayal kurma ve empati aşaması

- a. Kendini Joker olarak hayal eder ve başarılı olduğunda sevinir.
- b. Jokeri destekler ve kazandığında mutlu olur.
- c. Para-sosyal ilişki kurması ve negative asimetri
- d. Hayranlık/Özdeşleşme

2. Sohbet konusu olması

- a. Joker hakkında başkalarıyla konuşmayı sevmesi
- b. Olacakları tahmin etmesi
- c. Paylaşım konusu olması
- d. Bütünleşme ve sosyal etkileşim.
- e. Diğer

3. Heyecan verici olması

- a. Heyecanlı olması
- b. Tasaları unutturması
- c. Rekabeti sevdirmesi
- d. Duygusal gelgitler yaşatması
- e. Korku çekiciliği

4. Bilgi verme konusu

- a. Yeni bilgi sunması
- b. Bilgi seviyemi ölçtürmesi
- c. Kendimi geliştirme olnağı vermesi

- d. Düşündürücü olması
- e. Kişisel eksiklikleri bilme
- f. Diğer

5. Komiklik durumu

- a. Küçük düşürücü anlar
- b. Yanlışlar yapılması
- c. Diğer

6. Eğlendirici olması

- a. Öğretici ve eğlendirici olması
- b. Keşfedici olması
- c. Olacakları tahmin etme
- d. Diğer

7. Filmle İlgili Özellikler

- a. Filmin teknik özelliklerinin sağlayacağı doyum (Efektler, müzik, jestler, mimikler vs.)
- b. Duygusal anlar
- c. Stres yaratıcı ve sonra giderici sahneler
- d. Diğer
- e.

8. Kişisel kimlik aşaması

- a. Kişilik gelişimine katkı verme
- b. Saygı duyulması
- c. Diğer

9. Doğrudan yarar ve doyum/Psikolojik etki

- a. İyileştirici yönler
- b. Yatıştırıcı yönler
- c. Sıkıntısını azaltıcı yönler
- d. Diğer

Araştırmacılar filmi, çözümleme amaçlı olarak yazarlardan Ömer Özer'in ofisinde izlemişlerdir. Bu yapıldıktan sonra kullanımlar ve doyumlar ölçeğinden hangi kategoriye uyduğu belirlenmiştir. Böylece 23 sahne saptanmış ve yorumu yapılmıştır. Bu işlem, 3 gün içerisinde tamamlanabilmiştir.

5. Joker Filminin Çözümlemesi: Elde Edilen Bulgular ve Anlamlandırılması

1. Sahne: Filmin girişinde Arthur, cadde üzerinde gösteri yapar (00.02.50). Bu gösteri sırasında bir grup genç, Arthur'un elindeki tabelayı alıp kaçar. Arthur, bir süre onların peşinden gider. Issız bir sokağa gelindiğinde tabelayı kaçıranlardan biri aniden tabela ile Arthur'a vurur ve yere düşmesine neden olur. Daha sonra yerdeyken onu yoğun bir şekilde döverler. Bu sahne; izleyiciye heyecanlılık duygusuyla, duygusal gelgitler yaşatabilecek bir sahnedir. Ayrıca daha sonra yaşanacak ve aşağıda değinilecek olan cinayet sahnelerine zemin oluşturmaları ve aynı insanlar olmamasına kaşın, deyim yerindeyse "bakın neler neler yaşadı da bu boyuta geldi" türünden düşünce ve duyguyu yaşatarak cinayetleri meşrulaştırması bağlamında da dikkat çekici bir sahnedir.
2. Sahne: İkinci sahnede Arthur, sosyal hizmet uzmanıyla görüşmektedir. Görüşmeye Arthur'un kahkahaları ile başlanır ve görüşme kahkahalarla son bulur (00.04.50). Film boyunca bu kahkahaların sürdüğü görülmektedir. "Dünyanın çivisi mi çıkıyor?" diye sorar. Burada uzunca süren kahkahalar devam eder. Burada izleyici açısından para-sosyal ilişki ve negatif asimetri söz konusu olabilir. Negatif asimetri, izleyicinin medya karakteri ile kurduğu ilişkinin yalnızca olumlu özelliklere sahip karakterlerle değil aynı zamanda filmde kötü ya da kötü karaktere dönüşebilecek karakterlerle veya anti-kahraman karakterlerle de kurulabileceğini belirtmektedir. Joker filmi, Arthur gibi bir adamın, hasta olsa da Joker kadar çılgın ve süper kötü biri haline nasıl gelebileceğini bir bağlama oturtmaya çalışmaktadır. Bu bağlam, izleyicinin karakterle para-sosyal ilişki kurarak bir doyum sağlamasına neden olabilir.
3. Sahne: Bu sahne, bir otobüste geçer ve Arthur, bir çocuğu güldürmek ister. Ancak çocuğun annesi buna tepki gösterir. Bunun üzerine Arthur üzerinde açıklama olan kartını kadına uzatır (00.07.35). Ardından da kahkaha atmaya başlar. Bu sahne aslında keşfedici ve öğretici bir sahne olarak yerini almıştır. Nitekim annenin tepki vermesi, Arthur tarafından yeni bir durum olma açısından keşfedici olmuştur. İzleyici de aynı keşfedicilik durumunu yaşayabilir. Elbette bu sahne, tanımadığınız insanlarla muhatap olmayın tepki görebilirsiniz mesajını içermesi dolayısıyla de seyirciye yeni bir şey öğretmesi bakımından öğretici niteliktedir.
4. Sahne: Arthur, stand up gösterisine katılmıştır bu sahnede. Arthur aslında ünlü olmak, saygı duyulmak istemektedir (00.12.25). İzlenen sahne ve karakterin sahnedeki konumuyla izleyici özdeşlik kurabilir. Şov sahnesinde Arthur'un annesine baktığını söylemesini şov programındaki izleyiciler takdirle karşılar ve alkışlar. Mimik ve jestlerle Arthur, gururunu yansıtır. Bu durum özdeşleşme aracılığıyla izleyicideki saygı duyulma gereksinimini gidermiş olabilir.

5. Sahne: Şov sırasında Arthur, annesine baktığını söyledikten sonra şovu yapan kişi, onu sahneye alır ve Arthur gibi bir oğlu olsa bütün her şeyi bırakabileceği türünden bazı şeyler söyler (00.14.05). Bu sahne izleyici açısından duygusal anlar içermektedir. Nitekim Arthur bir anda ona sarılır ve müziğin de etkisiyle bu duygusallık devam eder.
6. Sahne: Arthur, annesine banyo yaptırır. Bu sahne aslında Arthur'un sorumlu ve vefalı olduğu duygusunu yansıtmaktadır (00.20.17). Elbette izleyici de aynı duyguları yaşayabilir. Bu da izleyiciye mutluluk verebilir.
7. Sahne: Arthur, kalabalık bir ortamdır. Komiklik yaptığını zanneden bir insanın sunumuna bazen kahkahalarla eşlik eder. Bu gülme ve kahkahalar kendisinin doğal bir çıktısı değil, diğer insanlara uyum sağlama düşüncesinden kaynaklanmaktadır (00.24.10). Böylece seyirci açısından bütünleşme ve sosyal etkileşim örneği sunmaktadır. Nitekim insanlar da gündelik yaşamlarında bazen diğer insanlara uyum sağlama amacıyla kendisi gibi değil grupla hareket etme eğiliminde olabilir.
8. Sahne: Asansörde karşılaştığı komşusuyla diyaloga giren Arthur, ertesi gün, kadını takip eder; kadın da kendisinin takip edildiğini anlar, bunun üzerine iş dönüşü Arthur'un zilini çalar ve diyalog sırasında Arthur'a kendisini takip edip etmediğini sorar (00.26.40). Ona takip ettiğini söylemesinin ardından kadın, Arthur'a olumlu ve kısmen de duygusal bir anlamda çok komik olduğunu söyler. Bu, Arthur'da başarılı olma duygusunu uyandırmıştır. İzleyici de kendisini Arthur olarak hayal ettiğinden o başarılı olduğunda sevinebilir.
9. Sahne: Bu sahne trende geçmektedir. Trende üç erkek bir kadını rahatsız etmektedir. Arthur da aynı vagonadadır (00.28.50). Arthur birden kahkaha atmaya başlar. Kahkaha sonrası üç erkek ona yönelir ve o arada kadın kaçır. Kahkahaların artması üzerine Arthur'u taciz ederler ve döverler. Bunun üzerine Arthur, tabanca çıkararak üçünü de vurur. Bu sahne kendisine yoğun haksızlık yapıldığını ve haksızlıkla mücadele etmesi bakımından Arthur'un kendisini başarılı hissettiğini yansıtır. Ayrıca heyecanlı bir sahnedir ve izleyiciye bu yönde bir doyum sağlayabilir. Şiddet üzerinden bir rekabet vardır bu sahnede. Stres yaratıcı ve giderici bir sahnedir. Son olarak Joker, burada şiddet uygulamasına ve olumsuz bir davranış göstermesine karşın bu, izleyici nezdinde kadının tacizden kaçmasına neden olduğundan saygın bir davranış olarak algılanabilir.
10. Sahne: Bu sahne, Thomas Wayne'nin televizyonda cinayetlerle ilgili konuşma yapmasını içermektedir. Konuşma üst sınıfı koruyan ama alt sınıfı hor gören bir bakış açısını yansıtmaktadır (00.37.00). Bu, Arthur'un cinayetleri işlemesinden dolayı

kendisini toplumun dikkatini çekmede başarılı olarak nitelendirmesini sağlayabilir. Aynı duyguya izleyici de katılabilir.

11. Sahne: Bu sahne, Arthur'un sosyal hizmet uzmanı ile görüşmesini içermektedir. Arthur, bu görüşmede artık var olduğunu ve var olmasının işlediği cinayetler üzerinden gerçekleştiğini dolaylı olarak sunmaktadır (00.38.56). Arthur, bundan pişmanlık duymamakta aksine insanların kendisinden haberdar olmaya başlamalarından dolayı mutluluk duymaktadır. Bu kendini takdir ettiğini gösterir. Onunla özdeşleşen insanlar da mutlu olabilir. Aynı sahnede Arthur'un kendisinin dinlenmediğinden ve yaşamı boyunca insanların ona, yokmuş gibi davranmasından duyduğu rahatsızlığı dile getirdiği görülmektedir. Dolayısıyla bu, izleyicinin karakterle özdeşlik kurmasına, kendisinin de dinlenmediğini ve var olmadığını düşündüğü anlar için aynı öfkeyi duymasına sebep olabilir.
12. Sahne: Hastane odasında Arthur, annesi ile kalmakta ve televizyon izlemektedir. Televizyonda bazı cinsiyetçi şakalar görülmektedir. Sonra Arthur sessizlik içinde dinledikten sonra kendisini sahnede şovu yapan kişi olarak görmeye başlar(00.40.50). Yine konuşma aralarında gülme atakları yaşamaktadır.
13. Sahne: Arthur, komşusu ile gezmektedir (00.43.50). Cinayetle ilgili afişi gördüklerinde kadın bunu yapanın kahraman olduğunu söyler ve Arthur düşüncelere dalar. Sokakta kendisi gibi maskeli insanlar görür. Kendisini kahraman gibi duyumsadığı da bu sahnede yansıtılmaktadır. Bu durum izleyicide karakter adına mutluluk yaratabilir.
14. Sahne: Arthur, annesinin Thomas Wayne'e yazdığı mektubu okumaktadır (00.46.04). Mektupta babasının Thomas Wayne olduğunu öğrenmektedir. Ardından annesi ile kavga etmektedir. Bu sahne izleyicide duygusal gelgitler yaşanmasına sebep olabilir.
15. Sahne: Bu sahne, Arthur'un melanli bir biçimde yatağa uzanmış halde boş bakma sahnesiyle başlamaktadır. Televizyonda ise şehirle ilgili sorunlar duyurulmaktadır (00.58.30). Bu melankolik halden tvde gördüğü palyaço kostümlü insanların protesto haliyle çıkar. Şehirde protestolar vardır. Sahne, seyircide Arthur'la özdeşlik kurması bakımından anlamlıdır.
16. Sahne: Arthur'un evde olduğu sahnedir. Dedektiflerden mesaj alır. O ise evde buzdolabının içine girmektedir (01.05.15). Burada insanlardan saklanma isteğini görebiliriz. Onu bu halden çıkaran sevdiği şovdan aldığı telefondur. Şovdan katılım daveti alır. Bu da sevinç duygusu yaratmaktadır. Dolayısıyla seyircide de sevinç duygusu yaratabilir.

17. Sahne: Joker, görevlilerden annesi ile ilgili bazı belgeler ister (01.07.27). Annesi daha önce hastanede yatmıştır. Ayrıca görevliyle konuşmasında cinayeti kast ederek bundan rahatsız olmadığını söyler ancak görevli bu söylenenlerden bir şey anlamaz. Sonra annesinin narsistik kişilik bozukluğu sendromu yaşadığını öğrenir. Ancak tüm bilgileri öğrenemez bunun için dosyayı çalmaya kalkışır. Sonra dosyayla hızlıca uzaklaşır. Evlatlık olduğunu öğrenir. Küçükken şiddete maruz kalan bir çocuk da vardır dosyada. Burada izleyicide yeni bilgi sunulması söz konusudur. İzleyici yeni bilgi sağlanmasından kaynaklı bir doyum sağlayabilir.
18. Sahne: Arthur şovla ilgili evde çeşitli denemeler yapmaktadır (01.19.20). Ayrıca provalar yapmakta sanki sunucu ile konuşmaktadır. Elinde silah vardır. Bu durum izleyicide olabilecek tahmin etme açısından bir etki yaratabilir. Ünlü Joker dansını sergilemekte ve makyaj yapmaktadır.
19. Sahne: Joker, apartmanın koridorunda görünür (01.26.37). Artık kıyafetleriyle, görüntüsü ve hareketleriyle tamamen bir Joker olmuştur. İzleyicide bu durum olabilecek tahmin etme doyumunu sağlayabilir. Film boyunca devam eden hüznü ve duygusal müziğin yerini de artık hareketli bir müzik almıştır. Seyircide olabilecek tahmin etme durumu müzikle daha da ileri taşınabilir. Hareketli müzikle Joker, merdivenlerde sokaklarda çılgınca dans eder. Dansa sahnenin sonuna doğru bir gerilim müziği de eşlik etmeye başlar. Polislerin görünmesi ile gerilim müziği kesilir ve koşturma başlar. Seyircide bu sahne bir heyecan yaratma doyumunu sağlayabilir. (Bu sahne maddede açık olarak belirtilmiştir).

Görsel 1:

Kaynak: BLuTv

20. Sahne: Tren sahnesi (01.28.46). Joker, polislerden kaçarken metroya biner ve bazı insanlar onun maskesini takmıştır. Polisler de metroya binmiştir. Joker, birisinin maskesini aldıktan sonra metroda birbirine yanlışlıkla dokunan insanlar arasında kargaşa çıkmıştır. Joker'in kaçması kolaylaşır. Film boyunca Joker karakteri ile bağ kuran ve özdeşleşen izleyici bu sahneden Joker'in kaçabileceğini tahmin ederek mutluluk doyumunu sağlayabilir. Bu sahne aynı zamanda dedektifler ve Joker arasındaki rekabeti sevdirmesi açısından da bir doyum noktası olabilir. Sahne, Joker'in kargaşaya el sallayıp hızlı hızlı yürümesi ile son bulur.

Görsel 2:

Kaynak: BLuTv

21. Sahne: Çehov'un “Eğer silah görünüyorsa o silah patlar” ilkesi bu filmde yer yer kendini göstermektedir. Film boyunca silah görünen her yerde silah bir olaya sebep olmuştur. Bu sahnede de durum değişmemiştir. Joker favori tv kişiliği Murray ile tanıştıktan sonra şovun hazırlanma odasında silahı kendine tutmaktadır (01.31.10). Bu da seyircide olacakları tahmin etme bakımından bir doyum sağlayabilir.

Görsel 3:

Kaynak: BLuTv

22. Sahne: Şov programına Joker ilginç bir giriş yapar (01.34.15). Şovda şehirdeki kargaşadan ötürü tedirginlik vardır. Joker'in palyaço kıyafetiyle çıkmak istemesini de bu yüzden açıklamak zorunda kalırlar. Bir yandan ciddi konular diğer yandan espiriler çelişki oluşturmaktadır. Bu sahne, izleyicide duygusal gelgitler yaşatması bakımından doyum noktası olabilir. Şovda Joker, cinayetleri işlediğini itiraf eder. Murray ile yaşadığı tartışmanın ardından onu da öldürür. Şov, Joker'in kameraya konuşmasıyla son bulur ve yayın birden kesildikten sonra filmde sadece kargaşa görünmektedir. Joker, tutuklanır ancak kaçar. Sonra film boyunca Joker-Thomas Wayne çatışmasını gören izleyici sonradan Batman olacak çocuğu görmektedir. Film, Joker'in arabaların üstünde dansı ve zoraki gülümsemesi ile son sahnesine yaklaşır. Son sahnede ise Joker'in beyaz önlükler içinde film boyunca devam eden kahkahası görülmektedir.

49

Görsel 4:

Kaynak: BLuTv

23. Son olarak bu film, derinde yatan kapitalizm eleştirisiyle, bu sistemden rahatsız olanlara bir doyum sağlayabilir.

Sonuç

Bu çalışmada kullanımlar ve doyumlar kuramı temel alınarak Joker filminin çözümlemesi yapılmıştır. Kullanımlar ve doyumlar kuramı, gündem belirleme ve yetiştirme kuramıyla birlikte en çok çalışması yapılan üç kuramdan biridir. Türkiye’de de yaklaşık 30 yıldır kullanımlar ve doyumlar kuramına başvurulmaktadır. Anılan çalışmalar da önemli bir sayıya ulaşmıştır denebilir. Bu çalışmada kullanımlar ve doyumlar kuramına farklı bir yöntemle başvurulmuştur.

Betimlemeli olarak yapılan çözümlemelerde, filmin izleyiciye yarar ve doyum sağlayacağı varsayılan 23 sahne saptanmıştır. Bu sahneler, farklı açılardan yarar ve doyum sağlamaktadır. Örneğin özdeşleşme, negatif asimetri, destekleme, başarılı olduğunda sevinme, bütünleşme ve sosyal etkileşim kurma, heyecanlı olması, rekabeti sevdirmesi, duygusal gelgitler yaşatması, yeni bilgi sunması, bilgi seviyesi ölçtürmesi, kendini geliştirme olanağı sunması, düşündürücü olması, kişisel eksikliklere dikkat çekmesi, komiklik halleri, eğlendirici içerik, öğretici olması, keşfedici yanları, olacakları tahmin fırsatı vermesi, duygusal anlar, saygı duymayı ve duyulmayı göstermesi, sorumluluk duygusunu vermesi gibi seçeneklerde yarar ve doyum örnekleri sunmuştur. Kuşkusuz filmin kullanımlar ve doyumlar kuramı bakımından bu kadar zengin içerik sunması ilginç ve beklenmedik bir durumdur. Nitekim şiddet içerikli bir filmdir ve özünde kapitalizm eleştirisine dayanmaktadır. Film toplamda kapitalizm eleştirisi bağlamında doyum sağlamasının yanı sıra yine toplamda sohbet konusu olması bakımından da yarar ve doyum örneği oluşturmaktadır. Nitekim üzerinde çok konuşulmuştur.

Bu çalışma yukarıda özetlenen sosyolojik ve psikolojik bakış açılarından yapılan negatif yönlü iki çözümlemeye pozitif yönlü çözümlemesiyle iletişim alanı katkısı sunmaktadır. Ayrıca yaptığı çözümleme biçimiyle de farklılaşmış, daha önce kullanımlar ve doyumlar kuramı bakımından yapılan araştırmalardan ayrı olarak betimlemeli olarak mesajlardan varsayımsal anlamlar çıkarmayı denemiştir. Bu da çalışmaya özgünlük katmaktadır.

Kullanımlar ve doyumlar kuramı önemli bir kuramdır. Bu nedenle geliştirildiği Amerika Birleşik Devletleri’nde ve ülkemizde yoğun olarak başvurulmaktadır. Ancak belli bir doyuma ulaşmıştır. Sunduğu sonuç, “izleyici aktiftir, kısmen aktiftir ya da aktif değildir” şeklindedir. Bu çalışma kısmen de olsa bunu aşmayı denemiştir. Nitekim anketle ya da derinlemesine görüşmelerle izlenen içerik karşısında alıcının aktifliğini sorgulamamıştır. Bu nedenle bundan sonraki çalışmaların da farklı açılardan kurama katkı verecek türde kurgulanması yararlı

olacaktır. Ayrıca bu çalışmaların farklılık taşıma ölçeğini yerine getirmesi koşuluyla yeni medyaya taşınması da anlamlı olabilir.

Kaynakça

- Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (1998). *Başlangıcından Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları*. İstanbul: MY Yayınları.
- Ancu, M. ve R. Cozmo (2009). MySpace Politics: Uses and Gratifications of Befriending Candidates, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 53(4): 567-583.
- Bainbridge, C. (2021). Cracking up: Joker and the mediatisation of the arse-end of the world. *New Review of Film and Television Studies*, 19(1), 54-64.
- Ballard, C. L. (2011). What's Happening @Twitter: A Uses And Gratifications Approach, *University of Kentucky Master's Theses. Paper: 155*.
- DeFleur, M. L. ve J. S. Ball-Rokeach (1989). *Theories of Mass Communication*, Longman.
- Duan, S, Chen, X (2020). "Why College Students Watch Streaming Drama at Higher Playback Speed: The Uses and Gratifications Perspective" Paper Presented in 2019 International Joint Conference on Information, Media and Engineering (IJCIME).
- Efthymiadou, P., ve Koukouvinou, P. (2020). The Joker Returns: A new perspective on the violent Clown Prince of Crime", Master's Thesis in Media and Communication Studies Thesis Submission, *Master of Arts: Media and Communication Studies, Culture, Collaborative Media and Creative Industries Malmö University, June 7th, 2020*
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*, (Çev. Süleyman İrvan), İstanbul: Ark Yayınları.
- Harwood, J. (1999). "Age Identification, Social Identity, Gratifications, and Television Viewing", *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 43(1): 123-133.
- <https://www.blutv.com/filmler/yabanci/joker> Erişim (15.10.2021).
- Jiménez-Varea, J., Hermida, A., & Hernández-Santaolalla, V. (2021). The Joker City, or the Mysteries and Miseries of Gotham. *New Review of Film and Television Studies*, 19(1), 19-29.
- Katz, E. (1959). Mass Communication Research and the Study of Popular Culture: An Editorial Note on a Possible Future for This Journal, *Studies in Public Communication*, 21(6): 1-6.
- Katz, E.; Haas, H.; Gurevitch, M. (1973). "On the Use of the Mass Media for Important Things", *American Sociological Review*, 38(2): 164-181.
- Katz, E. vd. (1974). "Uses and Gratifications Research", *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), (Winter, 1973-1974): 509-523.

- Kavka, M. (2021). A Tale of Two Masculinities: Joaquin Phoenix, Todd Phillips, and Joker's Double Can (n) on. *New Review of Film and Television Studies*, 19(1), 30-40.
- Kellner, D. (2017). Donald Trump, Media Spectacle, and Authoritarian Populism. *Fast Capitalism*, 14(1).
- Kim, J. ve A. M. Rubin (1997). "The Variable Influence of Audience Activity on Media Effects", *Communication Research*, 24(2): 107-35.
- Koçak, A. (2001). *Televizyon İzleyici Davranışları Televizyon İzleyicilerinin Tercihleri Ve Doyumları Üzerine Teorik Ve Uygulamalı Bir Çalışma*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Kurtdaş, M. Ç. (2020). Sinemada Şiddetin Kutsanması (Joker Filminin Şiddet Bağlamında Sosyolojik Analizi, *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 8(23): 428-446.
- McQuail, D. (1997). *Audience Analysis*, Sage Publication, Thousand Oaks, London: New Delhi.
- McQuail, D. ve S. Windahl (2005). *İletişim Modelleri Kitle İletişim Çalışmalarında*, Çev. Konca Yumlu, İmge Kitabevi.
- Meltzer, D. (1992). Life in the claustrum. In *The claustrum: an investigation of claustrophobic phenomena* (pp. 69-97).
- Özakgün, K. (1995). Yaygın Çiftçi Eğitimi Projesi: Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Açısından Bir Alan Çalışması, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özer, Ö. (2007). *Medya Şiddet Toplum*, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1725. İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları No: 66.
- Özer, Ö. (2016). Doyumun Öyküsü Twitter Örneğinde Kullanımlar Ve Doyumlar Kuramı Çerçevesinde Yapılan Araştırmalar, Konya: Literatürk Academia.
- Perks, L. P.; Turner, J.S.; Tollison, A.C. 2019). "Podcast Uses and Gratifications Scale Development", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63:4, 617-634, DOI: 10.1080/08838151.2019.1688817
- Perry, K. D. (2002). *Theory and Research in Mass Communication Context and Consequences*, Lawrence Earlbaum Associates, Publishers.
- Pyle, C. L. (2021). Joker. *Science Fiction Film and Television*, 14(1), 104-108.
- Ray, K. (2019). Uses and Gratifications of Watching YouTube Beauty Vlogs, *A thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Master of Science Degree in Communication & Media Technologies*.

- Redmond, S. (2021). That Joke isn't Funny Anymore: a Critical Exploration of Joker: Introduction. *New Review of Film and Television Studies*, 19(1), 1-6.
- Redmond, S. (2021). The Loneliness of Joker, *New Review of Film and Television Studies*, 19(1), 65-77.
- Rubin, M. A. (1986). "Uses, Gratifications, and Media Effects Research" içinde *Perspectives on Media Effects*, Ed. Jennings Bryant ve Dolf Zillmann, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Hillsdale, New Jersey, London: 281-301.
- Ruggiero, E. T. (2000). "Uses and Gratifications Theory in the 21st Century", *Mass Communication and Society*, 3(1): 3-37.
- Quan-Haase, A. ve A. L. Young (2010). "Uses and Gratification of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging", *Bulletin of Science, Technology and Society*, 30(5): 350-361.
- Sunal, G ve N. Arkan (2020). "Sinemada Şiddet Olgusu Bağlamında Joker Filminin Çözümlemeci Ruhbilimsel Açıdan Değerlendirilmesi, *Intermedia International e-Journal*, 7(12): 238-251.
- Swanson, D. L. (1992). "Understanding Gratifications: Continuing Contributions of Gratifications Research, *Poetics*, 21: 305-328.
- Tefertiller, A. (2017). Moviegoing in the Netflix Age: Gratifications, Planned Behavior, and Theatrical Attendance, *Communication & Society* 30(4), 27-44.
- Urista, A. M. vd. (2009). Explaining Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses and Gratification Theory, *Human Communication*, 12(2): 215-229.
- van Evra, J. (1998): *Television and Child Development*, Lawrence Erlbaum.
- Walusinski, O. (2018). Pathological Yawning, Laughing and Crying. *Neurologic-Psychiatric Syndromes in Focus-Part I*, 41, 40-49.
- Vaterlaus J. M. vd. (2019). "College Student Television Binge Watching: Conceptualization, Gratifications, and Perceived Consequences", *The Social Science Journal*, 56:4, 470-479, DOI: 10.1016/j.soscij.2018.10.004
- Zillmann, D. ve J. Bryant (1986). "Exploring the Entertainment Experience", içinde *Perspectives on Media Effects*, Ed. Jennings Bryant ve Dolf Zillmann, Lawrence Erlbaum: 303-323.
- Žižek, S. (2019). More on Joker: From Apolitical Nihilism to a New Left, or Why Trump is No Joker. *The Philosophical Salon*, 11.