



**T.C.
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**İŞLETME ANA BİLİM DALI
İŞLETME BİLİM DALI**

FİLM SEKTÖRÜNE ÖZGÜR SERMAYE KAYNAĞI KİTLE FONLAMASI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MEHTAP BEDİR

DANIŞMAN: DOÇ.DR. CEM GÜRLER

**YALOVA
OCAK 2024**



T.C.
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANA BİLİM DALI
İŞLETME BİLİM DALI

FİLM SEKTÖRÜNE ÖZGÜR SERMAYE KAYNAĞI KİTLE FONLAMASI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MEHTAP BEDİR
207201040

DANIŞMAN: DOÇ DR. CEM GÜRLER

YALOVA
OCAK 20224

ETİK BEYAN

Yalova Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım “Film Sektörüne Özgür Sermaye Kaynağı Kitle Fonlaması” başlıklı bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir, aksinin tespiti halinde doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi taahhüt ve beyan ederim.

Mehtap BEDİR





ÖNSÖZ

Bu tezin başarılı bir şekilde tamamlanmasında katkıları olan herkese teşekkür etmek istiyorum. Öncelikle, değerli danışman hocam Doç. Dr. Cem Gürler'e tamamladığım bu tezde, bilgi ve rehberliğiyle değerli katkılarını esirgemediği için öncelikle kendisine teşekkür ederim. Yüksek lisans eğitim sürecimde katkı sağlayan tüm bölüm hocalarıma değerli katkı ve emekleri için içten teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Bu yoğun çalışma sürecinde, yolumu aydınlatan birçok değerli katılımcıya teşekkür etmek isterim. Sizinle paylaştığımız fikir alışverişleri, bu tezin gelişimine gerçek bir derinlik kattı. Her birinizin bilgi ve deneyimleri, bu çalışmanın daha kapsamlı ve anlamlı olmasına büyük bir katkı sağladı. Sizlerle geçirdiğim her sohbet, bu tezi şekillendirmeme yardımcı oldu. İlginç perspektifleriniz, değerli eleştirileriniz ve önerileriniz sayesinde, bu çalışma daha sağlam bir temel üzerine inşa edildi. Her bir katılımcının tutkusu ve bilgisi, bu projenin başarılı bir şekilde tamamlanmasında önemli bir rol oynadı. Katılımcılar olarak sizlere minnettarım. Bu süreçte gösterdiğiniz ilgi ve destek, bu tezin sadece benim değil, hepimizin bir başarısı haline gelmesini sağladı. Bu yolculukta birlikte olabilmek, benim için büyük bir onurdu.

Ayrıca, başlangıcından bugüne desteğini esirgemeyen aileme teşekkür etmek isterim. Sabırları, sevgileri ve cesaretlendirmeleri olmadan bu yolda ilerlemek zor olurdu. Her zaman benim yanımda oldular ve onların destekleriyle başardım.

Son olarak, bu tezin tamamlanmasında emeği geçen herkese içten teşekkürlerimi sunarım. Umuyorum ki bu çalışma benzer çalışmalar için ilgi çekici ve faydalı bir kaynak olarak gelecekteki araştırmalara ilham verir.

Ocak – 2024

Mehtap BEDİR

İÇİNDEKİLER

ETİK BEYAN.....	iii
ÖNSÖZ	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
ÖZET.....	xii
ABSTRACT.....	xiv
1. GİRİŞ	1
2. KİTLESEL FONLAMA KAVRAMI, SÜRECİ VE TÜRLERİ	5
2.1. Kitle Fonlama Sistemi ve Tarihçesi.	5
2.2. Kitle Fonlamanın Tarafları.....	6
2.2.1. Fon sağlayanlar	7
2.2.2. Fon arayanlar.....	7
2.2.3. Kitle fonlama platformları.....	8
2.3. Kitle Fonlama Sisteminin Türleri	9
2.3.1. Finansal olmayan kitle fonlama sistemi.....	9
2.3.1.1. Bağış temelli platformlar	9
2.3.1.2. Ödül Temelli Platformlar.....	9
2.3.2. Finansal kitle fonlama sistemi.....	9
2.3.2.1. Borç verme temelli platformlar	10
2.3.2.2. Hisse Temelli Platformlar.....	10
2.4. Dünyada Kitle Fonlama Platformları ve Uygulamaları	10
2.5. Türkiye’de Kitle Fonlama Platformları ve Uygulamaları.....	14
3.FİLM ENDÜSTRİSİ VE SİNEMA FİMLERİNDE BAĞIMSIZLIK KAVRAMI.....	17
3.1. SİNEMA-FİLM ENDÜSTRİSİ	17
3.1.1 Türkiye Film Endüstrisi.....	18
3.2 Film Endüstrisi Finansman Kaynakları	20
3.2.1 Yatırımcı finansmanı	21
3.2.2 Stüdyo finansmanı	21
3.2.3 Borç finansmanı.....	22
3.2.4 Devlet destek finansmanı.....	23

3.2.5 Kitle fonlama finansmanı.....	25
3.3 Kitle Fonlama Sisteminin Sinema-Film Endüstrisine Avantajları	26
3.4 Kitle Fonlama Sisteminin Sinema Endüstrisine Dezavantajları.....	29
4. FİLM ENDÜSTRİSİNE ÜCRETSİZ SERMAYE KAYNAĞI: KİTLE FONLAMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	31
4.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	31
4.2. Araştırmanın Yöntem ve Örneklemi	32
4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları	34
4.4. Veri Toplama ve Kaydetme Süreci	35
4.5. Veri Analizi ve Bulgular.....	35
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	51
KAYNAKLAR.....	59
EKLER	63
Ek 1: Etik Kurul Onayı.....	63
Ek 2: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Protokolü	64
Ek 3: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Protokol Soruları	64
ÖZGEÇMİŞ	68



TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 3.1. Analiz Sonucunda Ulaşılan Kodların Sınıflandırılması.....	36
Tablo 3.2. Araştırma katılımcı bilgileri.....	37
Tablo 3.3 Ön Hazırlık Süreci	38
Tablo 3.4. Kitlese Fonlama Kampanya Süreci.....	42
Tablo 3.5. Kitlese Fonlama Sonrası Süreç	48





ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil:1.1. Kitle fonlama süreç çerçevesi (Valanien ve Jegeleviit, 2014 uyarlanmıştır)	7
Şekil 1.5. Şirket profili: Kickstarter (Alternative Financing report 2020)	12
Şekil 1.2 Kitle Yatırımı Küresel İşlem Değeri Tahmini (Alternative Financing report 2020)	13





FİLM SEKTÖRÜNE ÖZGÜR SERMAYE KAYNAĞI; KİTLE FONLAMASI

ÖZET

Dijital dönüşümle birlikte artık fon kaynaklarında da değişimler yaşanmaktadır. Dijital fon bulmanın yeni yollarından biri kitle fonlama sistemidir ve kitle fonlaması, son yıllarda proje sahibi girişimciler için önemli bir sermaye kaynağı olarak tüm dünyada kullanılmaya başlanmıştır. Proje sahipleri, bu amaçla kurulmuş internet siteleri üzerinden projelerinin tanıtımını yapar ve destekçilerden maddi katkı talep eder. Destekçilerin desteklerini artırmak için, projeye katkıda bulunanlara genellikle farklı ödüller veya karşılıklı anlaşmalar sunulur.

Kitle fonlamasından fon alabilmek için çeşitli kategoriler bulunmaktadır. Bu kategorilerden biri olan sinema diğer kategorilerden daha popüler konumdadır. Geleneksel finansman kaynakları, projelerin içeriklerinde müdahaleye veya sansüre yol açabilirken, kitle fonlaması ile projelerin içerikleri ve yönetimleri bağımsız kalır. Bu sayede, özgür sinema projeleri, alternatif perspektifler ve cesur anlatımlarla seyircilerle buluşabilir.

Bu tez, Türkiye'de yeni bir olgu olan kitle fonlama sisteminde yer alan ödül bazlı kitle fonlama sisteminden yararlanmış sinemacılarla yapılmıştır. Çalışmanın amacı, kitlesel fonlama sürecine dair bilgilere, önceden başarılı bir fonlama süreci yönetmiş proje sahiplerinin tecrübeleri aracılığıyla erişmektir. Nitel araştırma yöntemi kullanılarak elde edilen veriler, araştırma sorusunun derinlemesine incelenmesine ve ödül bazlı kitlesel fonlama sürecine ve sonrasında yer alan film üretimine odaklanmaktadır.

Kitle fonlamasının, özgür film sektörü için önemli bir finansman ve destek mekanizması olduğu ve bu yöntemin, bağımsız sinemacılara finansal özgürlük sağlarken, seyircilerle doğrudan etkileşim kurma ve özgürce içerik üretme imkânı sağladığı yapılan araştırma çıkarımlarından biridir. Özgür sinema projeleri, kitle fonlamasıyla desteklenerek, farklı seslerin duyulmasını, çeşitlilik ve yenilikçilik getiren filmlerin üretilmesini sağlayan bir sistemdir.

Anahtar Kelimeler: Kitle fonlaması, Destekçi, Sermaye, Film sektörü, Fon Kaynakları



CROWDFUNDING AS A SOURCE OF FREE CAPITAL FOR THE FILM INDUSTRY

ABSTRACT

With the advent of digital transformation, significant shifts have occurred in funding resources. One of the emerging avenues for securing digital funding is through the mechanism of crowdfunding, which has increasingly become a vital capital source for entrepreneurial project owners worldwide in recent years. These project owners promote their initiatives via specialized online platforms, soliciting financial contributions from backers. Often, to incentivize contributions, various rewards or reciprocal agreements are offered to those who support the project.

Crowdfunding encompasses several categories to acquire funding, with cinema standing out as one of the most popular among them. Unlike traditional funding sources that might lead to interference or censorship in project content, crowdfunding allows projects to maintain their autonomy in content creation and management. Consequently, independent cinema projects embracing alternative perspectives and bold narratives find avenues to connect with audiences.

This thesis delves into filmmakers who have leveraged the reward-based crowdfunding system, a novel phenomenon in Turkey's crowdfunding landscape. The study aims to glean insights into the crowdfunding process through the experiences of project owners who have previously managed successful funding campaigns. Data obtained through qualitative research methods extensively examines the research question, focusing on the reward-based crowdfunding process and subsequent film production phases.

One of the key findings of this research is that crowdfunding serves as a significant financial and support mechanism for the independent film industry. This method not only provides financial freedom for independent filmmakers but also allows direct interaction with audiences, facilitating the creation of content in a liberated manner. Embracing crowdfunding, independent cinema projects pave the way for diverse voices to be heard and contribute to the creation of films that foster diversity and innovation.

Keywords: Crowdfunding, Backer, Capital, Film industry, Funding Sources



1. GİRİŞ

Geleneksel film finansman yöntemleri, bağımsız yapımların hayata geçmesi için sınırlı bir seçenek yelpazesi sunmaktadır. Ancak, kitle fonlaması gibi yeni bir finansman modeli, bu durumu değiştirebilir mi? Filmlerin hayranları ve destekçileri tarafından finanse edilen bu projeler, endüstri normlarından sıyrılarak daha orijinal ve cesur hikayelerin ortaya çıkmasına ve sinema dünyasında bir devrim yaşanmasına yetecek finansal potansiyele kitle fonlamasıyla ulaşabilir mi?

Geleneksel film endüstrisini incelediğimizde, filmlerin üretimini, dağıtımını ve gösterimini kontrol eden birkaç büyük stüdyo tarafından yönetildiğini görüyoruz. Bu stüdyoların çok fazla gücü var ve genellikle film yapımcılarının ne üretmesi gerektiğine ve izleyicilerin ne izlemesi gerektiğine kendisi karar veriyor. Bu sistem yıkılabilir mi? Daha özgür bir finansman kaynağı mümkün müdür?

Film endüstrisi için geleneksel birçok finansman kaynağı vardır fakat bunlara ulaşmak konusunda her birinin kendine has zorlukları bulunmaktadır. Örneğin geleneksel finansman yöntemlerinden biri olan Eurimages gibi film fonlarına seçilebilmek için Türkiye'nin lobicilik faaliyetlerine önem vermesi gerekmektedir ve Türk sinema dünyası bu alanda oldukça zayıftır. Uluslararası film fonlarına seçilmek ayrı bir problemken diğer problemiz de dil problemidir. Yapımcıların ve yönetmenlerin yabancı dil bilgileri yetersizse ve sosyal ilişkiler kurmakta başarılı değillerse uluslararası film pazarlarındaki kişilerle sosyalleşmeleri, ilişkiler geliştirmeleri mümkün değildir. Eurimages finansmanın en önem verdiği ortak yapım, kültürel paylaşımdır. Bu nedenle yabancı ortak yapımcı bulmak, festival programlarına seçilmek ve yabancı film fonlarından pay almak gittikçe zorlaşmaktadır (Tekeoğlu, 2015) .

Film endüstrisinde popüler bir finansman yöntemi olma yolunda ilerleyen kitle fonlama sistemi, son yıllarda daha dikkat çekici hale gelmiştir. Bu nedenle akademik alanda da ilgi görmeye başlamıştır. Kitle fonlama alanında yapılan bibliyometri çalışmalarının sayısının artması da bu sonucu desteklemektedir. 2010lu yılların başından itibaren kitle fonlaması üzerine yapılan yayınların her yıl artarak devam ettiği gözlenmektedir (Gürler, 2022).

Film endüstrisi fon kaynaklarına baktığımızda genel olarak geleneksel fon sağlayıcıların bir karşılık beklediği gözlemlenmektedir. Bu karşılık filmin içeriğine kadar müdahale ile sonuçlanmaktadır. Araştırmamızın bir diğer çıkış noktası ise bu fon sinemacılara bağımsızlık sağlıyor mu? Bağımsızlık kavramı ele aldığımızda, kelime anlamı, etimolojik kökenleri ve çeşitli disiplinlerdeki kullanımlarına bakmamız gerekir. Bağımsızlık için, genel bir tanımlama yapmak gerekirse bir varlığın veya olgunun hâkim bir sistemden bağımsız olması gerektiğidir. Bağımsızlık durumu, desteksiz, kendi kendine yeten ve hiçbir otoritenin veya gücün denetimi altında olmayan kendi kendine olabilen her kavram için kullanılır. Bağımsız sinema özgür sinema demektir (Sivas, 2007). Bağımsız bir finansman kavramı kitle fonlama sistemiyle mümkün müdür?

Tezin birinci bölümünde kitle fonlama sistemi ve tarihçesinden, kitle fonlama sisteminin taraflarından, kitle fonlama sisteminin türelerinden, dünyada ve Türkiye’de uygulanan kitle fonlama sistemlerinden bahsedilecektir. Tezin ikinci bölümünde sinema-film endüstrisinden ve sinema-film endüstri finansman kaynaklarından bahsedilecektir. Tezin son kısmı olan üçüncü bölümde araştırmanın amacı, önemi, yöntemi ve sonuç kısmı yer alacaktır.

Bu araştırmanın temel amacı, kitle fonlamasının sinema-film endüstrisindeki rolünü ve etkisini ortaya koymaktır. Kitle fonlamasının sinema endüstrisindeki etkileri ve rolleri araştırılırken sinema- film endüstrisine sağladığı özgürlük ve bağımsızlık etkisi daha derinlemesine ele alınacaktır. Ayrıca, araştırmada kitle fonlamasının avantajlarını ve dezavantajlarını belirlemek, film endüstrisindeki diğer finansman kaynaklarıyla karşılaştırmak ve kitle fonlamasıyla finanse edilen filmlerin başarılarına odaklanmak da hedeflenmektedir.

Bu araştırma nitel bir çalışma olup, literatür taraması, derinlemesine mülakatlar ve belge analizi gibi yöntemleri kullanacaktır. Araştırma öncesinde kişilere ulaşılmış ve araştırma hakkında bilgi verilmiştir. Araştırmanın örnekleme, Türkiye'deki kitle fonlama platformlarından ve film endüstrisi paydaşlarından seçilecek gönüllü katılımcılardan oluşmaktadır bu örneklem oluşturulurken her bütçe ve tarzda filmin yer almasına dikkat edilmiştir. Katılmak isteyen gönüllüler ile literatür araştırmaları sonucu geliştirilen sorularla yapılandırılmış mülakatlar yapılacaktır. Veri toplama ve kaydetme süreci, katılımcılarla birebir görüşmeler, anketler ve arşiv araştırmaları

yoluyla gerçekleştirilecek ve yapılan görüşmeler yazılı şekilde kayıt altına alınarak tezin ekler kısmına eklenecektir.





2. KİTLESEL FONLAMA KAVRAMI, SÜRECİ VE TÜRLERİ

2.1. Kitle Fonlama Sistemi ve Tarihçesi.

Kitle kelimesinin Türk dil kurulumunda tanımının ilk anlamı bir yerde toplanmış, bir araya gelmiş insan topluluğu olarak verilmiştir. İkinci anlamı ise belirli işleviyle özellik gösteren büyük insan kalabalığı olarak tanımlanmıştır. Kitleyi belirli bir işlevden bir araya gelmiş insan topluluğu olarak niteleyebiliriz. Fon kelimesinin anlamına baktığımızda ‘belirli bir iş için gerektiğinde harcanmak üzere ayrılıp işletilen para, kaynak’ olarak tanımlandığını görmekteyiz. (Türk Dil Kurumu Sözlükleri, 2023)

Kitle ve fon kelimelerinin birleşiminden oluşan kitle fonlaması kavramı ise girişimcilerin sermaye bulmak için kâr amaçlı kültürel veya sosyal projeler ile bağışçılardan para talep etmesine izin veren yeni bir finansal yöntemdir. (Zholdyuly, 2022)

Girişimcilerin projelerini gerçekleştirmesi için gerekli olan sermayeye ulaşması gerekmektedir. İhtiyaç duyulan sermayeye ulaşmak için geliştirilen alternatif birçok yöntem vardır. Bu yöntemlerin başında en yakın çevreden başlanılarak aile, akraba, arkadaş vb. kişilerden gereken sermayeyi toplamak gelmektedir. Bu yöntemler sermaye kaynakları ve girişimci arasında yaşanan sosyal ilişkilerinde tehlikeye girmesi gibi riskleri içermektedir (Akbaş, 2019). Girişimciler bu riskli durumlarla başa çıkmak için yeni sermaye yöntemlerine başvurmaktadır. Geleneksel finansman araçlarının oluşturduğu risklerden kurtulmak için kitle fonlaması gibi yenilikçi sermayelere yönelmektedir. Kitle fonlaması sayesinde finansal destek sağlayan destekçiler de aradıkları yenilikçi fikirlere, ürünlere ulaşmakta ve daha fazla desteklenmesine katkı sağlamaktadır (Ekici, Sırma, & Aytürk, 2019). Kitle fonlama sistemi ek olarak proje sahibinin çevresindeki sınırlı kaynakları kaldırarak internet üzerinden daha geniş bir kaynak alanına hızlı bir şekilde ulaşmasını sağlamaktadır (İşler, 2014).

Kitlelerin bir araya gelerek yeni bir finansman aracı oluşturması günümüzde popüler hale gelse de geçmişte birçok örneği mevcuttur. En iyi bilinen örneği Amerika

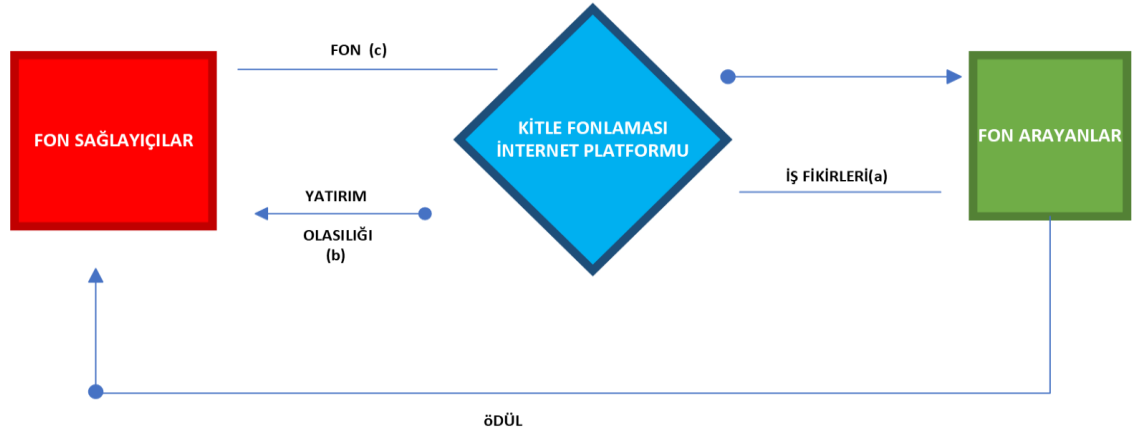
Birleşik Devletleri'nde bulunan özgürlük heykelinin Fransa tarafından yüzüncü yıl hediyesi olarak Amerika'ya gönderilmesinden sonra yaşananlardır. Amerika'ya ulaşan Özgürlük heykeline ekonomik sıkıntılar nedeniyle bir kaide inşa edilememiştir. Heykelin kaidesinin yapımı için New York'ta yaşayan gazeteci ve yayıncı Joseph Pulitzer sahibi olduğu "World" gazetesinde 100.000\$ bağışlayacağını ilan ederek halkı kaide için yardım yapmaya çağırmıştır. Bu yardım çağrısı ve sonrasında kaidenin tamamlanması kitle fonlamasının tarihi örneklerinden biri olarak tarihe geçmiştir (Conkar & Canbaz, 2018).

1997 yılında İngiliz rock müzik gurubu Marillion hayranlarının, gurubun ABD'de turne yapmasını sağlamak amacıyla internet kullanarak topladıkları 60.000 \$ kitle Fonlamasına örnek bir durum olarak değerlendirilir. Bu başarı 1999-2002 yılları arasında da kitle fonlaması yöntemiyle birçok film ve teknoloji projelerinin gerçekleştirilmesine yardımcı olmuştur (Ünsal, 2017).

Yaşanan gelişmelerle kitle fonlaması örnekleri çoğalarak devam etti, 2004 yılında Fransız sinemacılar Guillaume Colboc ve Benjamin Pommeraud, Demain la Veille film projelerini gerçekleştirmek için internet aracılığıyla 3 hafta gibi kısa bir sürede yaklaşık 50 bin dolar toplayarak film projelerini hayata geçirdiler. Sosyal medya ve web de yaşanan teknolojik yeniliklerden beslenen kitle fonlamasına ilgi her geçen gün artarak devam etmektedir. İlerleyen süreçte bu alanda birçok kitle fonlama siteleri kuruldu ve kurulmaya devam etmektedir. Kitle fonlamasının günümüzde sanatçı, tasarımcı, sinemacı gibi sanatın farklı alanlarıyla ilgilenen kişilerin finansman bulmasına katkı sağladığı yaşanan örneklerle kendini göstermektedir (Görgülü, 2023)

2.2. Kitle Fonlamanın Tarafları

Kitle fonlamasının gerçekleşmesi için birbiri ile etkileşimde bulunan tarafların olması gerekmektedir. Bu taraflardan birincisi iş fikri veya projeye sahip olup sermaye eksikliği dolayısıyla kitlelere finansal yardım için çağrıda bulunacak kişi. Bu çağrıyla yapabilmesi için bu çağrıya ulaşacak kitleyi bir araya getiren coğrafi sınırları ortadan kaldıran bir platform ve son olarak bu platformlar aracılığıyla finansal yardımda bulunacak bağışçılara ihtiyaç vardır. (Demirel Arıcı & Ovalı, 2022)



Şekil:1.1. Kitle fonlama süreç çerçevesi

Kaynak: Valanien ve Jegeleviit, (2014)'den uyarlanmıştır

Sonuç olarak kitle fonlamanın taraflarını oluşturan grupları; yatırımcılar (fon sağlayanlar), girişimciler (fon sahipleri) ve kitle fonlama platformları olarak 3 grupta değerlendirebiliriz (Ata, 2018).

2.2.1. Fon sağlayanlar

Kitle fonlamasında fon sağlayıcılar olarak nitelendirilen grup yaptığı fon yatırımıyla klasik borçlanma yöntemlerinden ayrılmaktadır. Bankalar ve diğer finansal kuruluşlardan borç alan ve borçlu alacaklı durumuna düşen girişimciyle ilişkisini farklı bir boyuta taşımıştır. Fon sağlayan yatırımcının bilinçli bir şekilde seçtiği projeye veya girişime destek verdiği ve bu projelerin özgür bir biçimde hayata geçirilmesini desteklediği görülmektedir (Conkar & Canbaz, 2018). Fon sağlayanların beğendikleri bu projelere destek vermesinin altında birçok neden yatmaktadır. Karaarslan ve Altuntaş'a (2015) göre fon sağlayanlar; önemli bir amaca katkı sağlamak, ortak hedefleri olan bir topluluğun parçası olmak, projenin başarısından kendine pay çıkarmak, bir proje yürüten topluluğun içinde yer alarak sosyal ilişkiler kurmak, bir yeniliğin hayata geçmesine katkı sağlamak gibi birçok nedenden finansal destekte bulunabilir.

2.2.2. Fon arayanlar

Özgün bir iş fikrine veya projeye sahip girişimci bu fikrini ya da projesini gerçekleştirmek amacıyla gerekli olan fonu elde etmek için kitlelere projesine fon sağlamaları için çağrıda bulunur (Demirel Arıcı & Ovalı, 2022). Çağrıda bulunan bu girişimciler 'fon arayanlar' kavramı gibi literatürde birçok isimle nitelendirilmiştir.

Bunlardan bazıları “proje sahibi”, “girişimci”, “proje oluşturucusu”, “kurucu” vb. şeklindedir. Tüm bu kavramsal isimlendirmelere baktığımızda da bu durumu tam olarak nitelendiremedikleri dar bir kapsam olarak kaldıkları görülmektedir. Kitlese fonlamada fon talep eden kişilerin amaçları da farklılık göstermektedir. Fon talep edenler bir iş fikrini hayata geçirebileceği gibi yardım amaçlı veya sanatsal bir etkinlik içinde fon talep edebilir. Fon talebinde bulunan kişi veya kişiler olabileceği gibi sosyal yardım dernekleri veya ticari işletmelerde olabilir. Tüm bu kavramları daha çok kapsadığı için fon arayanlar kavramını kullanmak daha uygundur (Anbar, 2020, s. 240)

2.2.3. Kitle fonlama platformları

Çoğunlukla kâr amaçlı bir işletme olan kitlese fonlama platformları; başarılı projelerden %5 ile %10 arasında değişen miktarlarda komisyon ücreti alır. Kitle fonlama platformları bu işten kar elde ettikleri için başarılı projeleri yayınlamak büyük önem taşımaktadır. Kitle fonlama platformlarında bu nedenle proje başvurusu ve seçim süreçlerinde farklı uygulamalar olmaktadır. Platformda yer alan bir formu doldurup projenize fon toplamaya başlayabildiğiniz gibi farklı süreçleri olan platformlarla da karşılaşabilirsiniz. Örneğin sizden öncelikle platform danışmanlarına projenizin sunumlarını yaparak danışman onayından geçmeniz istenebilir. Platformların amacı başarılı projelerin sayısını ve büyüklüğünü arttırmak ve başarısız projelerle zaman ve nakit kaybı yaşamamak. Aracı firma olarak kabul edilen kitle fonlama platformu tarafından proje kampanyanızın ne kadar süreceği belirlenmektedir. Kampanya süreci ve bu kampanya sürecinde belirtilen miktara ulaşıldığında veya ulaşılmadığında nasıl bir süreç işleneceği konusunda farklı uygulama modelleri mevcuttur (Atsan & Erdoğan, 2015). Ya hep ya hiç ve hepsi kalsın modeli en çok kullanılan modellerdir. Proje için toplanması gereken miktar toplanmışsa proje başarılı toplanmamışsa proje başarısız sayılmaktadır. Başarılı projelere toplanan fon aktarılırken başarısız olmuş projelere katkı sağlayan destekçilere gönderdikleri para iade edilir. Hepsi kalsın modelinde ise belirlenen bir başarı kriteri yoktur. Belirlenen süre sonucunda toplanan bütün fon proje sahibine aktarılır. İki modeli karşılaştırdığımızda ya hep ya hiç modelinin daha yüksek fon başarısı elde etmektedir (Anbar, 2020, s. 243)

2.3.Kitle Fonlama Sisteminin Türleri

Kitle fonlama türlerini literatürde incelediğimiz zaman kabul gören türler öncelikle iki başlığa ve ardından alt başlıklara ayrılmaktadır. Ana başlıklar finansal olmayan ve finansal kitle fonlaması olarak iki türe ayrılmıştır. Finansal olmayan kitle fonlama; ödül ve bağış temelli, finansal kitle fonlaması da borçlanma ve ortaklık temelli olarak alt türlere ayrılır (Ata, 2018)

2.3.1. Finansal olmayan kitle fonlama sistemi

Finansal olmayan kitle fonlamaları bağış temelli ve ödül temelli olarak iki türe ayrılır.

2.3.1.1. Bağış temelli platformlar

Bağış temelli kitle fonlama platformlarında sosyal amaçlar öncelikli olup herhangi bir kâr amacı güdülmemektedir. Bu tür bağış temelli kitle fonlama projelerinde bağışçılar; fon toplayan bir yazarın kitabını yayınlatabilmesi için, yönetmen veya senariste özgür bir şekilde filmini çekebilmesi için, sanatçıların uğraştığı sanat dalını sergileyebilmesi, savaş, doğal afet gibi yıkımlar sonrası insanlara yardım edilebilmesi gibi projelere karşılıksız bağışta bulunurlar (Açıkgöz, Ayanoglu, & Yanık, Muhasebe bakış açısından bağış (yardım) ve ödüle dayalı kitlesel fonlama, 2020).

2.3.1.2. Ödül Temelli Platformlar

Ödüle dayalı kitle fonlaması genellikle en yaygın olanıdır. Fon veren destekçiler destekledikleri projeden çeşitli ödüller alır. Bu ödüller projelere ve yapılan katkı miktarına göre farklılıklar içerebilir. Örneğin bir film projesi için ödüller; filmde oyuncu olarak yer alma, sette bir gün geçirme, yönetmen ve oyuncularla tanışma, filmin galasına katılım davetiyesi olabilir. Proje sonunda ortaya bir ürün çıkacaksa destekçilere bu ürünün ön satışı daha uygun fiyatlı ve başka avantajlar içeren paketler şeklinde üretilmeden yapılabilir. Bu durumda ürün daha piyasaya çıkmadan ön müşterilerin oluşmasını sağlar (Mollick, 2014).

2.3.2. Finansal kitle fonlama sistemi

Finansal kitle fonlamaları borç verme temelli ve hisse temelli olarak iki türe ayrılır.

2.3.2.1. Borç verme temelli platformlar

Geleneksel finans kuruluşları olmadan kişilerin internet üzerinde borç alma-verme eylemleri literatürde peer to peer olarak belirtilmiş P2P olarak kısaltılmıştır. Türkçe de sosyal borç verme olarak nitelendirilmiştir. Sistemin işleyişi şu şekildedir. Proje sahibi talep ettiği fonlama tutarı için belirli bir zaman dilimini kapsayan sürede belirlenen faiz oranı ve vade koşullarında fon yatırımcılardan borçlanmayı hedefler. Proje sahibi istenilen hedeflere ulaştıktan sonra katılımcılara verdikleri katkı tutarına göre belirlenen faiz tutarının geri ödemesini yapar. Geleneksel finansal borçlanma kurumlarının yerine kitle fonlama platformlarının seçilme nedeni iki taraf içinde daha karlı olmasıdır. Kitle fonlama platformları; borçlanan kişi için daha az maliyetle borçlanmayı, borç veren içinse daha fazla kar elde etmeyi sağlamaktadır (İşler, 2014)

2.3.2.2. Hisse Temelli Platformlar

Hisse temelli kitle fonlaması modeli, yatırım yapan fon sahiplerinin yatırımlarından finansal kâr bekledikleri bir modeldir. Literatürde kar paylaşım modeli olarak da adlandırılmaktadır. Fon sağlayıcılar yatırım yaptıkları projeler başarılı olduğu sürece kar almaktadır. Bir noktada yatırımcılar gelecekte başarılı olabileceklerini düşündükleri projelerle geleceğe yatırım yapmaktadır. Kitle fonlama türleri içinde hisse temelli kitle fonlama türü, menkul kıymet alma satma alanına girdiği için en çok yasal düzenlemeye ihtiyaç duyan türdür. Ödül temelli kitle fonlamasıyla kıyaslandığında daha büyük sermaye artırımını sağlamaktadır (Zholdyuly, Türkiye Kitle Fonlaması Platformlarının Analizi., 2022).

2.4. Dünyada Kitle Fonlama Platformları ve Uygulamaları

Kitle fonlamasının dünyada yaygınlaşmasının altındaki nedenlere baktığımızda girişimcilerin bu fonu seçmesindeki en büyük neden geleneksel finans kaynakları bulmakta ve erişmekte sıkıntı çekmesidir. Geleneksel finans kaynaklarına ulaşım zaman ve para açısından kitle fonlamasına göre daha uzun süre içerir ve yüksek faiz oranlarına sahiptir. Alternatif finansman kaynakları bu ve benzeri sorunları çözmek için girişimcilere küresel çapta ulaşılabilir esnek finans yolları sunar. Potansiyel yatırımcılar istedikleri projelere özürce destek olabilmektedir (Zavialova, 2021).

Amerika Birleşik Devletleri'nde 2008 yılında mortgage kredi sistemindeki aksaklıklardan dolayı yaşanan ekonomik kriz ABD ile sınırlı kalmayıp tüm dünyayı

etkisi altına almıştır. Finans sektörüyle başlayan kriz reel sektörü de etkisi altına alarak tüm dünyada hem ekonomik daralmaya hem de birçok insanın işini kaybetmesine neden olmuştur (Yıldız & Durgun, 2010). Kitle fonlama sistemi; 2008 Krizi döneminde finans arayan kişilere alternatif bir fon kaynağı olması nedeniyle ekonomik sisteme dahil olmuştur. Yeni kurulan işletmeler, sosyal proje sahipleri gibi girişimciler krizin etkilerinden kurtulmak için kitle fonlama platformlarına yönelmiştir. Kitle fonlaması Covid Krizinin başlangıç yılı olan 2020 yılına kadar her yıl büyüyerek ekonomik sistemler arasında adından sıkça söz ettirmiştir (Zengin, 2022). Kitle fonlamasının dünya üzerinde kullanımına ve yaygınlaşmasına baktığımızda ilk faaliyetlerin ABD ve İngiltere’de başladığı görülmektedir (Açıkgöz, Mutlu, & Kesebir, Bankacılık Sektöründe Düzen Bozucu Inovasyon: Kitle Fonlama, 2019).



Şekil 1.2. ABD Avrupa ve Çin beklenen kampanya sayıları (Alternative Financing report 2020)

Amerika Birleşik Devletleri’nde kitle fonlama türlerinden hisse temelli fonlama sisteminin yasal alt yapısını hazırlaması, zamanla sistemin oturması ve ülkede çok yaygın olarak kullanılması sebebiyle, dünyadaki kitle fonlama payının büyük kısmına ABD sahiptir. Dünya geneline baktığımızda platformlar Asya kıtasında da giderek etkisini artırmaktadır. Çin ve Uzak Doğu’da kitle fonlaması fon hacminin Avrupa’yı geçtiği söylenmektedir (Ayhan F. , 2019)

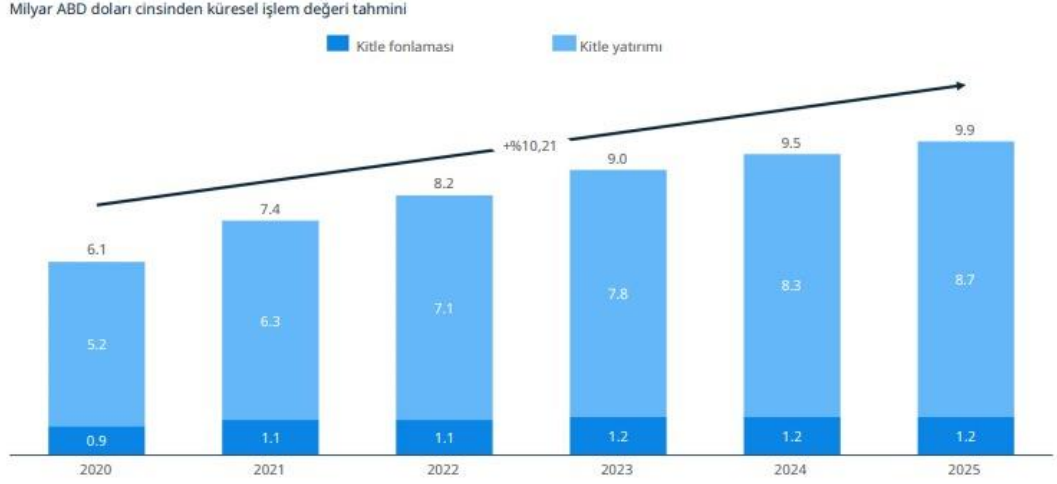
Dünya genelinde kitle fonlama sistemlerinin işleyişi incelendiğinde Amerika Birleşik Devletleri’nin başarısı göze çarpmaktadır. ABD platformları kitle fonlama tarafları için gerekli olan tüm altyapıyı sağlar. Kickstarter ve Indiegogo kitle fonlama platformları içinde ödül temelli kitle fonlamasında en büyük paya sahip iki platformdur.



Şekil 1.3. Şirket profili: Kickstarter (Alternative Financing report 2020)

Özel veya kurumsal yatırımcılardan gelen sermaye ile girişimcinin bir projeyi finanse etmesi ABD’de ana sorun değildir. Avrupa kıtasına baktığımızda ise bankacılık sektöründeki düşük faiz oranları, yatırımcıların alternatif yatırımlarını daha kolay gerçekleştirmesini sağlıyor. Çin daha katı kurallar uygulayarak piyasaya müdahale etmiştir. Bankacılık Düzenleme Komisyonu kitle fonlama platformlarına belirli güvenlik standartları getirdi ve bu standartlar artarak devam etmektedir. Bu durumda kitle fonlama platformlarının sıkı düzenlemelerle başa çıkmak için platformların birleşerek sayısının azalması beklenmektedir. Bu olumlu tablonun devam edebilmesi ve ticari faaliyetlerin sürdürülebilmesi için birtakım önlemler alınmalıdır. Kitle fonlama da tarafların birbirine güven duyması piyasayı ayakta tutan en önemli noktadır. Güven ortamını oluşturmak için belirli kurallar ve yaptırımlar gibi bağlayıcı yönergelere ihtiyaç vardır. Bu bağlayıcı yönerge ve kurallar katılaştıkça yeni gelişmekte olan bir pazarın büyüme ve gelişme dinamiğini yavaşlatır. Avrupa’da Finansal Davranış Otoritesi (FCA) kitle fonlaması türlerinden finansal kredi temelli ve yatırıma temelli kitle fonlaması platformlarına tam olmasa da kısmen bir düzenleme getirmiştir. Dünyada 2020 kitle yatırımı işlem değerleri incelendiğinde Amerika Birleşik Devletleri 0,8 milyar \$ ile küresel işlem değerine %20 katkıda bulundu. Çin ise pazarın işlem değerine %19 katkıda bulundu. Gelecek yıllar için olumlu bir tablo çizen kitle yatırımı 2020 ile 2025 yılları arasında küresel

işlem değerini yıllık ortalama %10,2 oranında yükseltmesi bekleniyor. (Zavialova, 2021).



Şekil 1.4. Kitle Yatırımı Küresel İşlem Değeri Tahmini (Alternative Financing report 2020)

Bu olumlu tablo alternatif finans kaynaklı araçlar içinde önemli bir gelişmedir. Bu güzel gelişmelerin devam etmesi için piyasadaki olumsuz durumlarla mücadele edilmelidir. Olumsuz durumların basında dolandırıcılık gelmektedir. Kitle fonlama platformlarında nitelikli dolandırıcılık çok sık rastlanan bir durum değildir. Kitle fonlama platformlarında yaşanan dolandırıcılık olayı genellikle sahte fonlama siteleri aracılığı ile sahte şirketlere veya projelere para toplanmasıdır. Hisse temelli kitle fonlama uygulaması için genel kurallar oluşturulurken çeşitli sınırlamalar içeren menkul kıymetlerin halka ihracına uygulanan düzenlemelere istisna getirilerek kitle fonlamasına uygun hale getirilmiştir. Bu uygulama birçok devlet tarafından da kullanılmış bunlar İngiltere ve Amerika gibi ekonomik sistemleri gelişmiş ülkelerdir. Kitle fonlama sistemini kullanan diğer ülkelerde de düzenleyici yasalar oluşturulmaktadır. Avrupa Komisyonu Ocak 2013'te, kitle fonlaması konusunda en uygun politika çerçevesini oluşturmak amacıyla kamu istişaresi başlatmıştır. Avrupa Birliği ülkelerinden İtalya hisse temelli kitle fonlaması kapsamında düzenlemeler yapan ilk Avrupa ülkesi olmuştur. İtalyan kitle fonlama platformları aracılığıyla öz sermaye yatırımı yapılmasına imkân sağlayan bir düzenlemeyi 2013 yılı haziran ayında sisteme dahil etti. İtalya hükümeti bu düzenleme ile kitle fonlama yöntemi ile

sermaye sağlama iznini sadece “yenilikçi erken aşama firmalara” verilmiştir. Bu düzenlemede özel olarak tanımlanmış olan yenilikçi erken aşama firmalar kitle fonlama sistemi ile sermaye sağlayabilmeleri için belli niteliklere sahip olmalıdır. Örneğin 4 yıldan az faaliyet göstermiş olma, şirket merkezinin İtalya’da olması, temettü dağıtmamış olmak gibi kriterlere sahip. Kitle fonlama platformu kurmak için iki kategori belirlenmiş; banka ya da finansal kuruluş, platform için gereklilikleri yerine getirebilecek gerçek kişi olmak. Platformlar şeffaflık ve yatırımcıyı koruma şartlarını garantilemek zorundadır. Kitle fonlama platformlarına yatırımcılar tarafından yatırılan tutarın gelirleri ile uyumlu olduğunu kanıtlamak zorundadır. Erken aşama şirketleri olarak nitelendirilen şirketlerin platformlara kaydolabilmek için gerekli şartları sağladıklarını ve doğrulamakla yükümlüdür. Avrupa birliği ülkelerinden Fransa’da da kitle fonlaması için yapılan yeni yasal düzenleme 2013 eylülde Fransız Hükümeti tarafından halka ilan edilmiş ve altı hafta süren bir danışma süreci geçirmiştir. Kitle fonlama yönetmeliği Mayıs 2013’te Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR) ve French Autorité des Marchés Financiers (AMF) tarafından yayımlanmıştır. Bu düzenlemede kitle fonlama platformları için özel bir statü oluşturulmuş; kitle fonlama platformları ödeme servisi, yatırım aracı ve kredi kurumu olarak yetkilendirilmiştir (Onur & Değirmenci, 2015).

2.5.Türkiye’de Kitle Fonlama Platformları ve Uygulamaları

Türkiye’de girişimciler için finansman sağlayan en ünlü sistem KOSGEB’dir. Birçok girişimciye hibe ve teşvik programı uygulayarak ekonomik sistemi canlandırmaya çalışmaktadır. Türkiye dünyada kullanılmaya başlanan alternatif finansman yöntemlerini incelemekte ve ülkede kullanılması için anayasal çalışmalar yapmaktadır. Borsa İstanbul aracılığıyla kurulan Özel Pazar kitle fonlamasına benzerliğiyle dikkat çeken bir sistemdir. Benzerlik nedeni; halka açılmadan sermaye oluşturmak isteyen girişimleri, melek yatırımcılar ile bir araya getiren online bir platform olmasıdır. İnternet tabanlı bir platform olarak kitlesel fonlama uygulamalarına benzetilse de kitle fonlama platformlarından farklı uygulamalara sahiptir. Sistem üzerinde tarafların sisteme kayıtlı kullanıcı olması kitle fonlama sisteminde gerekli değilken, Özel Pazar sisteminde gereklidir. Fon sağlayıcı olmak

isteyen yatırımcı sayısına 499 kişiyi geçemez sınırlaması getirilmiştir (Açıkgöz, Mutlu, & Kesebir, 2019).

Kitle fonlama sisteminin diğer geleneksel finansman türlerinden daha cazip hale gelmesindeki nedenlere baktığımızda girişimci projesini gerçekleştirirken aldığı fon için ortaklık, faiz ödemesi gibi yaptırımları yerine getirmek zorunda değildir. Bir diğer artısı da coğrafi sınırları ortadan kaldırmasıdır. Örneğin Türkiye’de yaşayan bir girişimci, kitle fonlama platformlarıyla farklı ülkelerden fon sağlayıcılara ulaşabilmektedir (Gürler, 2022).

Kitle fonlama sistemini incelediğimizde dünya ülkeleri arasında geri planda kalmasına rağmen Türkiye’de de kitle fonlama platformu kurmak isteyen ve bu platformlarda girişimci veya proje sahibi olarak yer almak isteyen kişi sayısı hızla artmaktadır. Türkiye’de Finansal olmayan ödül ve bağış temelli kitle fonlama projelerinin sunulduğu platformlar mevcuttur. Bu platformlardan bazıları; fongogo.com, fonlabeni.com, biayda.com, crowdfon.com’dur. Gelişim sürecinde olan bu platformlar bir çok eksikliğe rağmen 2529 yatırımcıdan toplam 406.523 TL fon toplamıştır. Türkiye’de finansal kitle fonlama türlerinden hisse veya borç temelli kitlesel fonlama sistemdeki hukuksal eksiklikler nedeniyle işlerlik kazanmamıştır (Atsan & Erdoğan, 2015).

Ülkemizde de uygulanmakta olan kitle fonlaması sisteminin gelişmesinin önündeki en önemli engellerden biri yasal çerçevenin belirsizliğiydi. 2017’de TBMM Genel kurulunda kitle fonlama platformları torba yasayla sermaye piyasası kurumlarına dahil edilmiştir. Kitle fonlama sistemi yeni bir sistem olduğu için yasal çerçevenin nasıl bir kontrol sağlanacağı sistemdeki değişiklikleri nasıl takip edeceği hâlâ belirsizlikler içermektedir (Conkar & Canbaz, 2018).



3.FİLM ENDÜSTRİSİ VE SİNEMA FİLMLERİNDE BAĞIMSIZLIK KAVRAMI

3.1. Sinema-Film Endüstrisi

Film sanatının oluşumuna baktığımızda içinde birçok sanat dalının birleşmesi ile oluşan, bilimsel yenilikler ve araştırmalarla desteklenen bir sanat dalı olduğunu görmekteyiz. İlk filmin kayda alınmasından bu zamana kadar sektöre yeni iş kolları eklenmiştir ve teknolojik gelişmelerle birlikte film yapım süreci de sürekli bir dönüşüm göstermiştir (Berdan, 2009)

Film endüstrisi için tarihte birçok gelişme yaşanmıştır fakat literatüre baktığımızda sinemanın doğum tarihi olarak 28 Aralık 1895 olarak kabul edilmektedir. Paris'te bulunan Grand Cafe'de Louis ve Anguste Lumiere kardeşlerin "cinematographe" adını verdikleri aletle ilk film gösterimini bu tarihte gerçekleştirmiştir. Gösterimi olan filmler; Lumiere'lerin kendi yaşadıkları ortamı ve aile bireylerini kaydettikleri kısa videolardı bu videolar birer film olarak adlandırılıyordu. Bu kısa filmlerin içinde en çok dikkat çeken film 'Bir Trenin Gara Gelişi'dir. İzleyiciler ekranda gördükleri trenin üstlerine geleceğini düşünerek çok korkmuş hatta salonu terk edenler koltukların altına saklananlar bile olmuştur. Bu etkileyici gösteri insanların dikkatini daha çok çekmiş ve farklı ülkelerde de yayılmasını sağlamıştır. Dünyanın farklı noktalarında çekimler gerçekleştirilmiş ve o ülkelerin günümüze ulaşan ilk belgeselleri ortaya çıkmıştır. 1903 yılına gelindiğinde çekimler daha sinemasal olmaya başlamıştır. Film endüstrisi belgesellerden komik veya dramatik bir konu anlatan senaryolu filmlere yönelmiş, dekor ve oyuncu kullanmaya başlamıştır (Karaca, 2007).

Sinemayı sanat haline getiren kişilerin başında Lumiere kardeşlerin izleyicilerinden bir olan George Melies'dir. Melies sinemanın ilk yıllarındaki belgesel mantığında olan filmlerin aksine sinema kamerasının verdiği teknolojik imkanlarla neler yapılabileceğini araştıran ve uygulayan sinemayı sanatsal bir forma sokan biriydi. George Melies keşfettiği bu teknolojik alet ile sinema dünyasının da hala kullanılan çözünme, bindirme, time-lapse gibi efektleri sanatla harmanlayarak sinemaya kazandırmıştır. Kurmaca ve çeşitli ilüzyon gösterileri katarak filmler çekmeye

alışan Melies rneğin bir kadının iskelete dönüşmesini ya da insanların aya yolculuk ettiği filmler çekerek sinemanın eksik parçası olan kurgu kısmını tamamlamıştır (Bozkurt, 2018).

Sinema endüstrisinin gelişebilmesi için keşfedilen bütün buluşlar bir araya gelerek bu endüstriyi oluşturmuştur. Film endüstrisine zamanla ses, müzik, internet gibi birçok yenilik eklenerek sektörün büyümesini sağlamıştır. Bir filmin yapım öncesi, yapım esnası ve yapım sonrası aşamaları da bu gelişim süreçlerinden fazlasıyla etkilenmiştir. Her bir süreç için birçok firmaya, geniş ekipman desteğine ve bu yenilenen teknolojiye sahip ekipmanı kullanacak insan gücüne ihtiyaç duyulmuştur (İlhan, 2012).

3.1.1 Türkiye Film Endüstrisi

Osmanlı döneminde dünyada yaşanan yeniliklerin ülkeye gelme hızı oldukça düşük olmasına rağmen sinema dünyada gösterime başladıktan kısa bir süre sonra Osmanlı topraklarında da gösterime başlamıştır. İlk sinema gösterimleri 1896 yılında Fransız Lumiere Kardeşler 'in icat ettiği sinema makinesi, İstanbul'a getirilmiş ve Beyoğlu'nda İstiklal Caddesi zerindeki Sponek salonunda, ilk gösterim gerçekleşmiştir. Bu gösterimler, Osmanlı İmparatorluğu'nda sinemanın yaygınlaşmasının ilk adımlarından biri olmuştur (Rakım alapala, 1948).

Ayastefanos'taki Rus Abidesi'nin Yıkılışı adlı belgesel filmi çekerek Türk tarihinin ilk filmini çekme unvanına sahip Türkiye'nin ilk film yönetmeni ve ilk film operatörü olan kişi Fuat Uzkınay'dır. Filmin çekildiği tarih olan 14 Kasım Sinema Genel Müdürlüğü tarafından sinemanın yıl dönüm tarihi olarak belirlenmiştir (Saydam, 2020).

Osmanlı İmparatorluğu'nda uzun süreli savaşlar, ekonomik ve siyasi zorluklar nedeniyle sinema için gerekli teknik altyapı ve deneyimli kadronun oluşmasını engellemiştir. Bu engellemeler nedeniyle sinema endüstrisinden bahsetmek mümkün değildir. Sinema istenilen gelişimi göstermese de sinema Osmanlı topraklarında gösterimine devam etmiştir. Tiyatro sanatında olduğu gibi, hayır cemiyetleri sinema sanatının devam etmesinde de etkili olmuştur. Bu cemiyetler, gelir elde etmek amacıyla düzenledikleri etkinliklere sinemayı da dahil etmiştir. Özellikle I. Dünya

Savaşı sırasında sinemada savaşın kahramanlıklarını anlatan belgesel filmler gösterilerek yardım kampanyaları desteklenmiştir (Çeliktemel-Thomen, 2010).

İlk yıllarda Türk sinemasında kullanılan teknik altyapı malzemelerinden; kamera, laboratuvar ekipmanı, gösterim araçları gibi malzemeler dünya sinemasında kullanılanlarla benzer özelliklere sahipti. 1900'lü yıllardan itibaren Avrupa ve Amerika gibi ülkelerde çekim sonrası işlemleri için önemli yatırımlar gerçekleştirilmiş, film şirketleri, yapımevleri, stüdyo ve laboratuvarlar kurulmuş, bu alanda çok sayıda insan istihdam edilerek belli bir iş bölümü ve uzmanlaşma sürecine girilmiştir. Bu yatırımlardan uzak kalan Türk sineması ise teknik altyapısını uzun yıllar boyunca geliştirememiştir. Özgün tarzı ve yaratıcı yaklaşımlarıyla Türk sineması yine de dünya sinemasına önemli katkılarda bulunmuştur (Liman, 2011).

1923 yılında Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla birlikte Türk sineması yeni bir aşamaya geçmiştir. İlk yıllarda ülkenin yeterli bir altyapısı olmadığı için bu süreçte sinemaya destek ve teşvik gerekmekteydi. Hükümetin desteği ve teşviğiyle Cumhuriyet'in ilk yıllarında Türk sineması önemli başarılarla imza atmıştır. 1930'lara gelindiğinde farklı türlerde filmler yapmaya başlayan Türk sineması, uluslararası tanınır hale geldi. Türk sinemasının tarihinin önemli filmlerinden Muhsin Ertuğrul'un "Bir Millet Uyanıyor" filmi bu dönemde çekilmiştir. Tarihi ve milli konuların daha çok işlendiği bu dönemde romantik, müzikal ve komedi türleri de popüler hale geldi. Türk sineması II. Dünya savaşının çıkmasıyla duraklama dönemine girdi ve yabancı filmler Türk sinemasının yerini aldı. Cumhuriyet'in sonraki yıllarında Türk sineması yeniden canlandı ve daha başarılı filmler yapılmaya başlandı (Özön, 2010).

1950'li yıllara geldiğimizde Türkiye'de sinema hızlı bir gelişim göstermiştir. Bu dönem tiyatro temsil tarzının yerini daha sinemaya özgü bir temsil tarzına bıraktığı bir dönemdir. Türkiye'de Sinemacılar dönemi olarak tarihe geçen bu dönemde sinema sektörü gelişmeye devam etmiş ve üretilen film sayısı 1960'lı yıllara kadar artmaya devam etmiştir. Üretilen film sayısı ve sinema salonlarının sayısı bu dönemde artmıştır. Türk sinema tarihi için sinemanın en yaygın eğlence biçimi olduğu ve Türkiye'de sinemanın altın çağını yaşadığı bir dönemdir (Scognamillo, 2008)

Sinema alanındaki endüstrileşme çabaları 1950’li yıllarda film şirketlerinin artmasını sağlar. 1960’lara gelindiğinde Yeşilçam sinema dönemi başlar. Hollywood gibi stüdyo sistemini uygulamaya çalışan Yeşilçam da birinci, ikinci ve üçüncü sınıf stüdyolarda çeşitli yönetmen ve oyuncularla uzun süreli sözleşmeler yapılır. Üretilen filmler belirli yönetmen ve oyuncularla anlaşmalı şirketlerin olduğu sinema salonlarında gösterime girer (Saydam, 2020).

Türkiye’de 1960 yılında 85 film, 1965’te 215 film, 1966’da 241 film üretilmiştir. 1960-1969 yılları arasında 1710 film üretilmiştir ve bu filmlerin 637’si 17 şirket tarafından üretilmiştir. (Tunç, 2012)

Ticarî hacmi 1960’larda yükselen Türk sineması, 1970’li yıllarda aynı başarıyı gösterememiştir. Bunun nedeni ise televizyonun Türkiye’de 1970’li yıllarda yaygınlaşmasıdır. Yeşilçam filmlerine artık televizyon ekranlarından ulaşılabilmesi hatta yurt dışındaki yabancı film ve dizilerin televizyon aracılığıyla izlenebilmesi bu dönemde sinema salonlarının popülerliğini kaybetmesine neden olmuştur (Saydam, 2020).

1980’li yıllara geldiğimizde Türk sineması, 12 Eylül 1980 darbesinden dolayı ekonomik, toplumsal ve kültürel olarak ağır bir kriz dönemi geçirmiştir. Bu dönemde enflasyon artışları ülke ekonomisini ve halkı perişan etmiştir. Bu ekonomik sıkıntılardan Yeşilçam sineması da etkilenmiş televizyon ve video pazarıyla rekabet edememiştir. Ekonomik sıkıntı içinde olan halk sinema salonlarından uzaklaşmıştır. 1980’lerde sinemacıların filmleri; insanların sıkıntı ve dertlerinden bahseden arabesk şarkı ve şarkıcıların yer aldığı yapımlara dönüşmüştür. Türk sineması için tam bir kriz dönemi olan 1990’lar ise, küreselleşme ve Hollywood filmlerinin etkisiyle seyirci azlığının yarattığı finansal sorunlarla savaşılmaktadır. Türk sinemasında ekonomik sıkıntılar nedeniyle endüstrileşme bu yıllarda da yaşanmamıştır (Pösteği, 2004).

3.2 Film Endüstrisi Finansman Kaynakları

Sinema nitelikli iş gücüne, teknik araçlara ve her geçen gün yenilenen teknolojiye uyum sağlamak zorunda olan bir sanat dalıdır. Diğer sanat dalları ile kıyaslandığında en masraflı sanat dalı olduğu söylenebilir (Erkılıç, Sinema Politikaları Çerçevesinde Filmlere Sağlanan Devlet Desteği, 2016).

Sinema sadece bir sanat dalı değildir aynı zamanda endüstriyel bir faaliyet alanını da kapsamaktadır. Yapım, dağıtım ve gösterim süreçlerinden meydana gelen sinema endüstrisinin başarısı bu üç sürecin başarılı bir şekilde yürütülebilmesi ve filmin dağıtımına hazır hale getirilebilmesine bağlıdır. Bu süreçlerden yapım süreci; bir film projesinin senaryo yazarı tarafından tasarlanması ile başlar daha sonra sürece yapımcı, yönetmen ve diğer ekip üyelerinin dahil olmasıyla devam eder. Süreç senaryonun film haline getirilmesiyle sonlanır. Bu süreç boyunca ihtiyaç duyulan finansal kaynağa ulaşılabilmesi sürecin başarılı bir şekilde sona erdirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle filmin tamamlanması için ihtiyaç duyulan en temel faktör, filmin yapım sürecini başlatacak olan finansal kaynaktır (Arslan, 2011).

3.2.1 Yatırımcı finansmanı

Film yapım sektörü uzun bir süreci ve yüksek ön maliyetlerin içerdiğinden finansman bulma açısından zorluklar yaşayan bir sektördür. Milyonlarca euroya ulaşabilen film bütçeleri yatırımcılar açısından büyük riskler içermektedir. Bu nedenle yatırımcılar bütçelerin güvence altına alınması için bazı ön şartlar talep edebilir. Bu talepler arasında genellikle filmin dağıtım hakları yer alır. Yatırımcılar için teminat görevi gören, bu hakların değeri filmin başarısı kadar belirsizlik içerir. Film yatırımında başarılı olmak için ünlü bir yönetmene, yıldız oyuncu kadrosuna veya diğer ünlü tarafların itibarına güvenmek yatırım için gereklidir. Tanınmış, saygın isimlere sahip olmak, film yatırımının riskini büyük ölçüde düşürür. Yatırım yapılan filmler büyük pazarlarda sergilenir ve yüz milyon euroyu aşan üretim maliyetlerini bile kolayca geri kazanıp yüksek kar elde edebilir. Genellikle ticari yatırımcılar, aşağı yönlü riskten kaçınmak isterler fakat daha riskli yatırımlardan daha yüksek getiri olasılığı da bu tarz yatırımları cazip hale getirir (Kılıç, 2021).

3.2.2 Stüdyo finansmanı

Film endüstrisi içerisinde şirketleri barındıran ekonomik ve politik perspektiften değerlendirilen bir sistem haline gelmiştir ve filmlerin de birer emtia haline dönüşmesi sinemanın dünyadaki en yaygın kültürel endüstrilerden birisi olduğunun kanıtıdır. Çeşitli aşamalardan oluşan sinema filmleri pek çok kişinin emeğinin kirallanmasıyla oluşturulmuştur. Her ekonomik sistemde olduğu gibi bir sinema

filminin üretimi için gereken maliyete göre elde edilen kâr veya zarar, sermaye sahibini ilgilendirmektedir. Arz ve talebin fazlaca olduğu bu sektörde milyonlarca dolar gişe hasılatı yapan filmleri oluşturan stüdyolar kurulmuştur (Diker, 2020).

3.2.3 Borç finansmanı

Borçlanma, film yapımı için gereken bütçenin karşılanması amacıyla, finans kuruluşlarından veya yatırımcılardan alınan krediler veya borçlar şeklinde elde edilen finansal kaynaktır. Film yapımı için gerekli olan maddi kaynakların sağlanmasında önemli bir role sahip olmasına rağmen riskli bir finansman yöntemidir. Film, beklenen gişe hasılatını elde edemezse, borçlanma yoluyla elde edilen kaynaklar geri ödenemez ve durumda finansal yükümlülük artar.

Kredi kelimesinin sözlük anlamı güven ve saygınlıktır. İktisadi ve ticari faaliyetlerin hızla artmasıyla kredi sistemine ihtiyaç artmıştır. Hızla artan yatırım ve işletme maliyetlerinin karşılanması için sermayeye ihtiyaç duyulmuştur. Bankalar, bu ihtiyacı karşılamak için müşterilerine çeşitli kredi seçenekleri sunarak sektörün ve kendisinin ihtiyacı olan finansal kaynağı oluşturmuştur. Bankalar bu kredileri, teminatlı veya teminatsız olarak verir. Teminatlı kredilerde, banka verdiği parayı korumak için müşterilerden bankaya bir mal veya hizmeti teminat olarak göstermesini ister bu teminat banka tarafından belirlenen değeri karşılaması şartı vardır. Banka teminat ile kredi çeken borçlunun borcunu ödememesi durumunda kendi sermayesini güvenceye alır. Teminatsız kredilerde ise, daha yüksek faiz oranlarıyla müşterilerin herhangi bir teminat göstermeden kredi çekmesi sağlanır. Bankaların kredi verme işlemi sırasında müşterilerin belirli özellikleri; ödeme gücü, kredi notu, geliri ve krediye olan ihtiyacı gibi birçok konu banka tarafından incelenir (Yıldız G. , 2006).

Borçlanma finansman kaynağı devlet tarafından da verilmektedir hatta belli şartları yerine getirdiğinizde borcun ortadan kalktığı durumlarda mevcuttur. Sinema filmlerinin desteklenmesi hakkında yönetmelikte destek alan film yapımının geri ödeme şartından nasıl muaf olabileceği 3-4 Mart ve 16-17 Mart 2005 tarihlerinde toplanan Destekleme Kurulu, ilgili yönetmeliğin 17. maddesi gereği, geri ödemeli verilen yapım desteğinin geri ödemesize dönüşmesi için bazı şartlar tanımlamıştır. Bu şartlar uluslararası festivallerde seçkiye girme veya ödül alma, yerli film

festivallerinden de belirli kategorilerde ödülleri alma şeklinde belirlenmiştir (Erkılıç, 2011).

3.2.4 Devlet destek finansmanı

Dünya genelinde birçok ülkede film sektörü devlet tarafından desteklenmektedir. Sinema endüstrisinde faaliyet gösteren şirketlere veya bireylere doğrudan veya dolaylı olarak sağlanan maddi destekler, filmlerin yapım, dağıtım ve gösterim aşamalarında film endüstrisine finansal destek sunar. Filmlerin yapımı, tanıtımı, dağıtımı ve gösterimi için kullanılabilen çeşitli türlerde teşvikler, vergi indirimleri, krediler, hibe programları ve diğer finansal yardımlar şeklinde devlet desteğiyle gerçekleştirilir. Örneğin Türkiye'de sinema ve müzik sektörünün gelişmesi ve desteklenmesi için önemli çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar 1980'li yıllara kadar gitmektedir. 1986 yılında çıkarılan Sinema, Video ve Müzik Eserleri Kanunu Türkiye'de sinema ve müzik sektörünün desteklenmesi ve düzenlenmesi amacıyla oluşturulan ilk kanunudur. Bu kanunla, ulaşılmak istenen hedefler arasında sinema ve müzik alanındaki eserlerin teşvik edilmesi ve sanatçılara destek olunması bulunmaktadır. Kültür Bakanlığı'na bağlı olarak çalışmalarını yürüten Telif Hakları ve Sinema Genel Müdürlüğü adlı bir kurum kanunun uygulanması için oluşturulmuştur. Önceden Sinema Dairesi Başkanlığı olarak bilinen bu müdürlük, sektöre ilk desteğini 1988 yılında vermiştir (Yavuz, 2012).

Türkiye'de sinema ve müzik sektörü için destek mekanizmalarının zamanla geliştiği ve farklı aşamalarda destekler sağlandığı görülmektedir. Sinema ve Müzik Eserleri Kanunu, özellikle video kaset korsanlığına karşı mücadele etmek ve sektörü kontrol altına almak amacıyla 1986 yılında yürürlüğe giren kanun yeterli olmamıştır. Bu nedenle Kültür ve Turizm Bakanlığı, kurmaca film, belgesel ve canlandırma filmleri yapılması için 1990 yılından itibaren maddi destek sağlamaya başlamıştır. Sinema biletlerinin satışından toplanan vergilerle finanse edilen destekler sayesinde sinema sektöründe yeni filmler üretilmiştir (Tanrıöver, 2011).

Sinemadan elde edilen gelir devlet aracılığıyla sinema sektörüne şu şekilde aktarılır. 5101 sayılı Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun'a göre, sinema bileti gelirlerinin %10'u eğlence vergisi olarak kesilir ve bu miktarın %75'i Kültür ve Turizm Bakanlığı'na aktarılır. Bakanlığa aktarılan vergiler, 5224 sayılı

kanunun film yapımı desteği bütçesini oluşturmak için kullanılır. Film yapım desteği isteyen projelere belirli kurallara göre bu bütçe paylaşılır (Erkılıç, 2011).

Kültür Bakanlığı, yapılacak filmler için farklı aşamalarda çeşitli destekler sağlamaktadır. Bunlar animasyon film yapım desteği, belgesel film yapım desteği, çekim sonrası desteği, dağıtım ve tanıtım desteği, ilk uzun metrajlı kurgu film yapım desteği, kısa film yapım desteği, ortak yapım desteği, proje geliştirme desteği, senaryo ve diyalog yazım desteği, uzun metrajlı sinema film yapım desteği, yerli film gösterim desteği, dizi film desteği, etkinlik ve proje destekleri, ortak yapım belgesi, yabancı yapımlar için çekim izni ,kültürel alandaki destek ve yabancı film yapım desteği şeklinde düzenlenmiştir. Bu kapsamda 2023-2 sayılı sinema destekleme kurulu kararı sonucunda 6 adet animasyon film yapım projesine 595.000 TL, 51 adet kısa film yapım projesine 3.237.500 TL, 2 adet uzun metraj sinema film geliştirme projesine 345.000 TL,34 adet senaryo ve diyalog yazım projesine 1.311.500 TL olmak üzere toplamda 5.489.000 TL destek 93 projeye paylaştırılmıştır (Sinema Genel Müdürlüğü, 2023).

3.2.4.1. Eurimages

Türkiye'nin de destek aldığı Avrupa Konseyi'nin kültürel destek fonudur. 1989 yılında kuruldu. Merkezi Strazburg da olan organizasyon 46 üyesinden 38'ine ve Kanada'ya hizmet vermektedir.

Eurimages, mali desteğini uzun metrajlı filmlere, animasyon ve belgesel yapımlarına sağlayarak bağımsız film yapımını teşvik etmektedir. Bu mali desteklerle farklı ülkelerde faaliyet gösteren profesyonel film üreticilerini kültürel iş birliğine teşvik etmektedir.

Yaklaşık 27,5 milyon euro yıllık bütçesi olan Eurimages'in finansal kaynağı, üye devletlerin katkıların, verilen kredilerden elde edilen gelirlerden oluşmaktadır (<https://www.coe.int/en/web/portal/home>, 2023).

3.2.4.2. Dünya Sinema Fonu

Dünya Sinema Fonu, Alman Federal Kültür Vakfı ve Berlin Uluslararası Film Festivali tarafından 2004 yılında kurulan uluslararası bir film finansmanıdır. Dünya sinema fonunun amacı, film altyapısı zayıf olan bölgelerde yüksek kaliteli film yapımını teşvik etmek, Alman sinemalarında kültürel çeşitliliği teşvik etmek, uzun

metrajlı filmler ve yaratıcı belgesel özellikleri için üretim, post prodüksiyon ve dağıtım alanlarında destek sağlamaktır. Ayrıca fonun bir diğer amacı Alman ve Avrupalı yapımcılar ve ortaklar arasındaki kültürel iş birliğini desteklemektir. Fon, tamamlanan tüm filmlere sinemalarda, ünlü festivallerin programlarında gösterilmesini sağlamıştır ayrıca bu fonla desteklenen birçok filmde önemli ödüller kazanmıştır. Sadece fon desteği sağlayan bir kurum değildir, diğer kurumlarla iş birliği içinde, kendi finansman programının ötesinde sinemanın gelişmesi için çeşitli faaliyetler ve yenilikçi girişimler kurmuştur. Bu girişimler sinema için önemli gelir kaynaklarıdır. (<https://www.berlinale.de/en/wcf/home/welcome.html>, 2023).

3.2.5 Kitle fonlama finansmanı

Kitle fonlaması genellikle internet üzerinden yapılan duyurularla kendisine bir kitle pazarı oluşturur. Bu oluşturulan kitle pazarı bu amaçla oluşturmuş internet sitelerinden duyurular yaparak kitlelere ulaşır. Genellikle küçük miktarlarda birçok katılımcının katkılarından oluşan finansman yardım kampanyaları, sanatsal yaratımlar ve girişimci projeleri gibi çeşitli alanlarda kullanılır. Bu alanların içinde film sektörü de vardır. Kickstarter, Indiegogo, Crowdfunder ve Fonlabeni gibi siteler film yapımcıları için finansman kaynağı bulabileceği kitle fonlama sitelerinden birkaçıdır (Anadolu, 2013).

Türkiye'de, kitlesel fonlama uygulamaları son yıllarda giderek yaygınlaşmasının en önemli nedenleri ana akım dışında kalan filmler için ana kaynak konumunda olan bakanlık desteğinin yetersiz olmasıdır. Filmlerin diğer finansman kaynaklarından olan televizyon kanalları, çeşitli sponsorluklar, festivallerden kazanılan ödüller, yapımcıların katkı payları gibi diğer destekler film çekiminden sonra verildiği için yeterli değildir. Öncelikle filmin çekilmesi için gereken finansman kaynağına ulaşım sanat, kültür ve film projeleri, genç ve bağımsız film yapımcıları için kitle fonlaması önemli bir kaynak haline gelmiştir. Bunun yanı sıra, kitlesel fonlama uygulamaları, projelerin sadece finansmanını değil, aynı zamanda projenin hedef kitle ile iletişim kurmasını ve onların beklentilerini daha iyi anlamasını sağlamaktadır (Kirel & Aktaş, 2016).

3.3 Kitle Fonlama Sisteminin Sinema-Film Endüstrisine Avantajları

Film yapımı, senaryo yazımından başlayarak, yapımcı ve yönetmen anlaşmasına, oyuncu seçimine, çekimlerin yapılmasına, kurgu ve montaj işlemlerine kadar birçok aşamadan oluşan karmaşık bir yapıdır. Filmin çekiminde gereken mekânlar ve mekanlara ulaşım ve zaman yönetimi çok önemlidir. Oyuncular, yönetmenler, asistanlar, kameramanlar, set işçileri, gibi birçok kişiyle koordinasyonlu çalışmak gerekir. Set ekibinin ihtiyaçların giderilmesi için yeterli bütçe ve iyi bir bütçe planlaması gereklidir. Film endüstrisi için oldukça önemli olan bütün bu adımlar, bir filmi izlenebilir bir hale getirmek için verilen mücadelenin sadece bir kısmıdır. Ayrıca, filmin pazarlanması ve tanıtımı doğru yapılmazsa tüm bu emekler çöp olabilir (Ayhan A. T., 2018).

Kitle fonlama girişimcilere düşük maliyetli bir finansman kaynağını hızlı ve ekonomik bir şekilde sağlar, Geleneksel finansman modellerinde girişimcilerin finansmana erişebilmek için yapması gereken işler vardır. Bunlardan işlemlere örnek vermek gerekirse; bir film projesi için filmi tanıtan toplantıların düzenlemesi, bu toplantıları organize edilmesi, film ekibinin toplantılara katılması, toplantı için özel sunum hazırlama gibi işlerdir. Masrafların fazla olduğu bu işler için; işçi, para ve zaman gerekmektedir. Bu saydığımız avantajlar proje sahibi içindir ayrıca kitle fonlama sistemi potansiyel yatırımcılar içinde avantajlar içerir. Kitle fonlama sistemi yatırımcıların yatırım fırsatlarına hızlı bir şekilde ulaşmasına, birden fazla potansiyel yatırım fırsatını aynı anda takip etmesine ve bu yatırımları online olarak ayrıntılı bir şekilde araştırmasına ve bilgilere hızlıca ulaşmasına imkânı verir. Film sektörü olarak kitle fonlamasına baktığımızda yatırımcılar aynı anda birçok film için destekte bulunabilir. Gelişmekte olan kitle fonlama sistemi dünyadaki yeni popüler akımları takip etmek, yenilikçi ürünleri ve şirketleri izlemek için kullanılmaktadır. Bu durumda piyasaya çıkacak bir film daha çıkmadan seyirci ve hayran kitlesini bulma fırsatını elde etmiş oluyor. Dünyada daha çok sevilen ve tercih edilen film türleri kitle fonlamasında destek bulma konusunda daha iyi konumda olabiliyor. Kitlelerin gücüyle en çok desteklenen film projeleri ve senaryolar büyük şirketler tarafından da desteklenerek daha gereken sermayeye daha hızlı ulaşp filmini gösterime sokma şansı elde ediyor (Onur & Değirmenci, 2015).

Elinde gerçekleştirmek istediği bir proje olan ancak kurumsal bir kimliği olmaması nedeniyle geleneksel finansman kanallarından sermaye sağlayamayan, banka kredisi çekse bile bunu geri ödemekte zorlanacak kişiler için kitle fonlama sistemi sayesinde sermaye ulaşır. Kurumsal bir kimliğe sahip olmayan girişimciler internet kullanımıyla birlikte yaygınlaşan sosyal medya sayesinde projelerini tanıtabilir ve potansiyel yatırımcılarla iletişim kurabilirler. İnternetin çift yönlü iletişime imkân sağlaması, hem girişimcilerin yatırımcılarla doğrudan etkileşim kurmasını hem de yatırımcının yatırım yapacağı projeye ulaşma şanslarını artırır. İnternetin çift yönlü iletişime imkân sunması kitle fonlama platformları için büyük bir potansiyeldir (Ata, 2018).

İnsanlar yatırım yaparken öncelikle motivasyonları o projeye inanç ve güven duymaktır. Bu inanç ve güven duygusu manevi bir motivasyon kaynağıdır. Bağışta bulunan kişilerin başkalarına bir şeyler verdikleri halde karşılığında hiçbir şey almamaları yani sadece projeye yardım etmelerinden ötürü sosyal ve kişisel motivasyon kazanmaları da kitle fonlama sisteminin avantajlarından biridir. Ayrıca maddi motivasyon kaynakları olarak ödül sistemi ile örneğin çekilecek bir filmin fragmanı içinde bulunan teşekkür metninde yer almak, bir filmin galasına davet biletleri almak da bağışçılar için birer motivasyon olabilir. Kitlesel fonlama sistemi hem maddi hem de manevi bir şekilde insanlara ruhsal bir yardımda bulunabilir (İşler, 2014).

Sanat toplum için midir sanat sanat için midir tartışmasının bir benzeri olan hiç seyircisi olmayan bir filmin film olup olmadığı sorunsalı bize izleyici ve üretilen ürünün birbirinden bağımsız değerlendirilemediğini anlatmaktadır. Filmleri oluşturulduğu dönemin şartları dâhilinde daha geniş izleyici kitlelerine ulaştırmak filmi oluşturmak kadar önem kazanmaktadır. Yeni teknolojilerin getirdiği sosyal, ekonomik, kültürel değişimler üretim ve tüketim modellerini değiştirmiştir. Kendi izleyici kitlelerini oluşturmak için izleyiciyi üretim sürecinin içerisine katmak, film üreticileri için filmlerin üretimi kadar tüketimi için de önemlidir. Üretim sürecine izleyiciyi dâhil eden kitle kaynak ve kitlesele fonlama benzeri uygulamalar sayesinde film üretim filmin yapım sürecinde izleyiciyi dahil etme ve onların finansal desteğini alarak filmi tamamlama imkânı sağlayarak hem filmin yapım maliyetini karşılamaya hem de filmin izleyici kitlelerini oluşturmaya yardımcı olur. Bu nedenle, ilerleyen

dönemlerde üretim sürecine izleyiciyi dahil eden uygulamaların artması muhtemeldir (Aktaş, 2018).

Ekonomi sistemleri de teknoloji gibi sürekli değişen bir sisteme sahiptir. Teknolojik imkanların gelişmesi medya sistemini değiştirmiştir. Geleneksel medya kanalları, izleyiciyi veya okuyucuyu pasif bir rolde konumlandırmıştır. Yeni medya sisteminde ise kaynak ve hedef sürekli etkileşim halinde ve yer değiştirebilir konumdadır. Örneğin, bir kişi sosyal medya platformlarında video veya fotoğraf yayınlayabilir, aynı zamanda diğer kullanıcıların paylaşımlarını da izleyebilir. Bu paylaşımlara yorum, beğeni veya negatif yönde bir eleştiri yapabilir. Bu durumda kullanıcı hem kaynak hem de hedef kitle konumundadır. Medya ve teknolojinin bulunduğu kitle fonlaması da bu değişimlerin bir ürünüdür. Kullanıcılar, yaratıcı bir şekilde içerik üretebilmek için kitle fonlamasına ihtiyaç duyarlar. Bu durumda medya kullanıcıları filmin üretim aşamasına katılarak, yeni medyanın etkileşimli ve katılımcı doğasından yararlanırlar (Kirel & Aktaş, 2016).

Girişimciler geleneksel finansman yöntemlerini kullanırken en yakın coğrafi konumdan finansman sağlamaya çalışırlar. Girişim projelerinin başlangıç sermayesi için geleneksel olarak ilk başvuru kaynakları kişisel çevre; arkadaşlar, aile bireyleri, komşular gibi tanıdıklardır. Öte yandan risk yatırımcısı da yatırım yaptığı şirketlere en fazla yarım saat mesafede olmayı tercih eder. Kitle Fonlama yatırımcıyla girişimci arasındaki coğrafi konum zorunluluğunu ortadan kaldırmış ve yatırımcı ile girişimciyi, uzaklık probleminden kurtarmıştır. Bu sistem sayesinde sermaye demokratikleşmiş ve herkese ulaşılabilir hale gelmiştir (İşler, 2014).

Dünyanın her bölgesinden yatırımcı bulabilir veya projeye yatırım yapabilirsiniz. Bağış bazlı kitle fonlama sisteminde yöreselliğin yatırımları etkilediği konusunda kanıtlar olsa da coğrafi konum bu fon sisteminde projelerin finansman toplamasında daha az etkili bir rol oynamaktadır (Onur & Değirmenci, 2015).

Kitle fonlama uygulamaları, uzmanlık alanlarından farklı işler yapmayı seven kişilerin doğal ve kendiliğinden ortaya çıkan projelerini gerçekleştirmek için kullandıkları bir sistemdir. Uzmanlık alanlarından farklı işler yapmayı seven bu kişilerin ırkı, kökeni, yaşı, cinsiyeti, yeterliliği gibi unsurları ortadan kaldırmıştır. Sanayi çağına egemen olan meslek odaklı üretim sistemini desteklemeyen anti tezi niteliğinde bir sistemdir. Kitle fonlama sistemi dileyen kişinin farklı alanlarda

uygulamalara katılabilmesini sağlamaktadır. Örneğin her bireyin sanatçı, mimar, müzisyen, sinemacı, olarak eserler vermesi için gereken mali desteği vererek kişilerin istediği sanatsal üretimleri gerçekleştirmesine imkân sağlamaktadır (Aktaş, 2018).

3.4 Kitle Fonlama Sisteminin Sinema Endüstrisine Dezavantajları

Kitle fonlama sistemi, toplulukların iş birliğiyle belirli bir amaca yönelik olarak projeler geliştirmesine olanak tanırken, bu yöntemle ilgili bazı sorunlar da ortaya çıkabilir. Bu sorunlardan bir tanesi bazı girişimciler kitlenin desteğini alarak projeler geliştirirken katılımcıların görüşlerini ve taleplerini göz ardı edilebilir. Bu durumda katılımcıların emeği sömürülmüş olur. Bir diğer sorun ise projenin tamamlanma süresi ve kalitesidir. Kitle fonlama sistemi herhangi bir kişi ya da kuruluşun katkıda bulunabileceği açık bir platform olduğu için projelerin kalitesi üzerinde kontrol sağlamak zor olabilir, bu durum projelerin tamamlanma süresini etkiler. Kitle fonlama projeleri, genellikle farklı insanların farklı fikirlerinin birleştirilmesiyle ortaya çıkar. Bu durumda, herkesin aynı hedefe sahip olması ve projenin tamamlanması için koordinasyonun sağlanması zor olabilir. Kitle fonlama projelerinde katılımcıların anonim olması, projenin tamamlanması ve sonrasında geri bildirim yapılması için iletişim kurmakta zorluklara neden olabilir. Bu durumda, projenin başarısı için katılımcılar arasında yeterli bir iletişim sağlanması ve önemlidir. Örneğin ödül ve bağış bazlı fon sisteminde projeyi destekleyen kişiler ödüllerin ulaştırılması ve bu konunun takibi yapılmaya bilinir (Anadolu, 2013).



4. FİLM ENDÜSTRİSİNE ÜCRETSİZ SERMAYE KAYNAĞI: KİTLE FONLAMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde tezin çalışma konusu olan film endüstrisine ücretsiz sermaye kaynağı: kitle fonlaması araştırmasının amacı ve önemi anlatılacaktır. Ayrıca araştırmanın yöntemi ve örnekleme hakkında bilgi verilecek, verilerin nasıl toplandığı, kaydedildiği ve analiz edildiği süreçler açıklanacak ve sonuç olarak elde edilen bulgulara yer verilecektir.

4.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kitle fonlaması, film endüstrisinde sermaye sağlamada kullanılan nispeten yeni bir olgudur. Literatürde kitle fonlama sistemi ile ilgili ulusal ve uluslararası makalelerin sayısı artış gösterse de kitlesel fonlama ile ilgili lisansüstü akademik tezlerin sayısı oldukça azdır. (Şahinoğlu, 2019)Tüm dünyada kullanılan fakat hukuksal çerçevesi tam olarak belirlenmemiş yeni sermaye sistemi olan kitlesel fonlama Türkiye’de de yeni kullanılmaya başlanmış ve bu sistemle ilgili hukuksal çalışmalar devam etmektedir. Yapılan hukuk çalışmaları bu sistemin hükümetler tarafından da olumlu algılandığı ve desteklendiği anlamı taşıyabilir.

Kitle fonlama sisteminde birbirinden farklı pek çok konuda proje kampanyası başlatıla bilinir ve sinemada bu projeler içinde popüler bir proje türüdür. Bu popülerliğin en önemli nedeni kitle fonlaması sisteminde projelerin finansmanını sağlayan topluluktan gelen bağışlar, yatırımlar veya ön satışlar sayesinde film yapımcılarına finansman sağlamanın yanında potansiyel izleyicilerle erken bağlantı kurma imkânı da sunmasıdır. Bu nedenle, kitle fonlamasının film sektörüne etkisini anlamak için çalışmalar yapılması gerekmektedir.

Sinema projelerini dikkate alan tez çalışmamda; kitle fonlaması, film yapımcılarına doğrudan hayranlarından ve farklı nedenlerle sinemacılara destek olmak isteyen yatırımcılardan para toplamanın bir yolunu sağlayarak, bağımsız film yapımcılarına büyük stüdyolarla rekabet etme şansı verebilir mi? Bu verilen destekler sinemacılara ne kadar özgürlük alanı sağlar? Sorularına cevap bulmaya çalışacağım.

Bu araştırmanın bir diğer amacı, film endüstrisi için ücretsiz bir sermaye kaynağı olarak kitlesel fonlamanın potansiyelini araştırmak ve kitle fonlama sistemiyle film çekmek isteyen sinemacılara yol gösterici bir çalışma sağlamaktır. Bu nedenle film

yapımcıları ve diğer paydaşlar kitle fonlamanın riskleri ve ödülleri hakkında bilgilendirilmeye çalışılacaktır. Başarılı kitle fonlama kampanyası yürüten iyi uygulama örnekleri incelenerek araştırmada, bir film projesinin kitlesel fonlama aşamasında başlayan başarısının daha sonra nasıl devam ettiğini de inceleyecektir. Bu nedenle incelen konu sadece fon toplamadaki başarı değil kitle fonlamasında başarıyla fonu toplama sürecinden filmin yapımına ve filmin tamamlandıktan sonraki süreçlerini de içerecektir. Araştırmada kitle fonlaması yöntemiyle finanse edilen filmlerin hayata geçirilme süreçleri, filmlerin üretim, dağıtım ve pazarlama süreçleri, filmlerin ticari başarısı, sektördeki etkisi gibi konular incelenerek analiz edilecektir. Bu analizlerin sonucunda yaşanan zorlukları, fırsatları yaşanmış tecrübeleri içeren araştırma kitle fonlamasına katılmayı düşünen katılımcılara başarılı kitle fonlaması projelerinin özelliklerini ve ortak başarı faktörlerini anlamada yol gösterici olacaktır.

Bu yol gösterimi sayesinde kitle fonlamasıyla finanse edilen filmlerin üretim, dağıtım ve pazarlama süreçlerinde yaşanan avantajların ve dezavantajların anlaşılması, sektördeki katılımcılara tecrübe sağlayarak aynı hataları yapmamasına yardımcı olur. Araştırmalarda kitle fonlaması sayesinde ticari başarısını kanıtlanmış sinema projelerinin incelenmesi, bu finansman yöntemine yönelik güvenin artmasını sağlayabilir ve yeni yatırımcıları çekerek bu finansman modelinin potansiyelini geliştirmesini sağlayabilir.

4.2. Araştırmanın Yöntem ve Örneklemi

Nicel araştırma, pozitif bilimlerde bulguları daha geniş bir popülasyona genellemek için kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntem, büyük bir katılımcı örneğinden sayısal veri toplamayı ve bu veriler ile istatistiksel analiz kullanmayı içerir. Nitel araştırma ise genellemelerden ziyade, bireylerin öznel deneyimlerini, sosyal olguların anlamını ve bireyler ile çevreleri arasındaki karmaşık etkileşimleri anlamak için kullanılır. Bu nedenle bu tür araştırmalar, genellikle küçük çalışma gruplarından elde edilen derin ve özellikli verilere odaklanır (Baltacı, 2019).

Kitlesel fonlamanın Dünyada ve Türkiye’de yeni bir sistem olması, film projelerinin finansman bulmada yaşadığı zorluklar, araştırma sorusunun derinlemesine incelenmesi ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Özellikle ödül bazlı kitlesel fonlama yöntemiyle fonlanan film projelerinin fonlanma sürecinin yeterince bilinmemesi ve

film projeleri için aktif kullanılmaması dikkat çekmektedir. Gözlemlenen eksiklikten hareketle çalışmada, ilgili sürece sürecin zorluklarına ve başarı faktörlerine dair bilgilere, önceden başarılı bir fonlama süreci yönetmiş film proje sahiplerinin tecrübelerinin aktarımıyla ulaşılabileceği düşünülmüştür. Bu nedenle nitel araştırma yöntemi ve tümevarımcı bir yaklaşım izlenmesi amaçlanmıştır.

Nitel ve nitel yöntemler sosyal bilimler alanında, sıklıkla bir arada kullanılsa da son yıllarda tek bir araştırma mantığına dayalı yaklaşımların terkedildiği ve insana dair olguları açıklamak için nitel ve hatta karma yöntemlerin bir arada kullanımı daha yaygın hale geldiği gözlenmektedir. Bu, araştırmacıların daha derin ve kapsamlı bir anlayışa ulaşmak için farklı yöntemleri birleştirmeye başladığı anlamına gelir ve insanı daha kapsamlı bir şekilde anlamayı hedefler (Baltacı, 2019).

Türkiye'de yeni bir finansal kaynak sistemi olan kitle fonlaması bu çalışmada incelenirken ödül bazlı kitlesel fonlama yönteminin yeterince bilinmemesi gibi eksikliklerden de hareketle, kitle fonlamasıyla fonlanmış film projelerinin sürecini öğrenmek amacıyla nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemi araştırmanın derinlikli anlayış ve özgün verilere odaklanarak derinlemesine incelenmesini sağlayacağı için seçilmiştir. Nitel araştırma konusunun en önemli noktalarından olan örneklem seçimi ve büyüklüğü konusunda literatürde belirlenmiş bir kural veya formül yoktur (Baltacı, 2018). Bu nedenle araştırma örneklemini seçilirken nitel araştırmanın gerektirdiği derinlemesine araştırma yapılacak en uygun örneklem kümesi oluşturulmaya çalışılmıştır. Amaçlı örnekleme yöntemi ile örneklem seçimi yapılarak “bilgi çeşitliliği ve derinliği sağlayacak” (Baltacı, 2018) durumların seçilmesi tercih edilmiştir.

Örneklem seçimi yaparken amaçlı örnekleme tekniklerinden olan maksimum çeşitlilik (heterojen) örnekleme tekniğini seçilmiştir çünkü bu örneklem grubunda mümkün olduğunca farklı özelliklere sahip bireyleri temsil etmek amacıyla kullanılan bir tekniktir. Bu teknikte, araştırmacılar, örneklemini oluştururken ne kadar farklı demografik özelliklere, deneyimlere, tutumlara veya ilgi alanlarına sahip bireyleri örnekleme dahil ederse örneklem gurubu o kadar heterojenleşir. Bu şekilde örnekleme yapmanın amacı, örneklem grubunun genel popülasyonun çeşitliliğini yeterince temsil etmesini sağlamaktır (Baltacı, 2018). Böylece, araştırma sonuçları daha kapsamlı ve genelleştirilebilir olabilir. Maksimum çeşitlilik içermesi için

seçilen örneklemenin heterojen olmasına dikkat edilmiştir. Örnekleme yöntemi olarak amaçlı örnekleme kullanılmış ve araştırma konusuyla doğrudan ilgisi olan ve bilgi çeşitliliği ve derinliği sağlayabilecek durumlar seçilmiştir.

Araştırmada, görüşmeler yarı yapılandırılmış olup, katılımcılardan önceden belirlenmiş sorular aracılığıyla veri toplanmıştır. Araştırmada kullanılan sorular literatür araştırması sonucu geliştirilmiş ve belirli kavramsal öncüller temelinde yapılandırılmıştır. Sorular katılımcıları cevap vermeye teşvik ederken aynı zamanda katılımcıların kendi önem verdikleri konulara da değinmelerine izin verecek esnekliktedir. Katılımcılardan toplanan verilerin tarafsız bir yaklaşımla toplanması esas alınmıştır. Tüm proje sahiplerine aynı sorular yöneltilmiş ve görüşme transkriptleri EK 2'de sunulmuştur.

4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Kitle fonlaması kullanarak finanse edilen filmler üzerine odaklanırken, çalışma belirli bir örneklem gurubu üzerinde çalışmayı zorunlu tutar. Bu durumda, seçtiğimiz filmlerin temsiliyeti veya genellemelerin sınırlarını tam olarak verdiğinden emin olmamız mümkün değildir.

Kitle fonlamasıyla finanse edilen filmler hakkında kapsamlı ve güvenilir verilere erişimde sınırlamalar olabilir. Film projesini kitle fonlama sistemiyle çeken kullanıcıların cevapladığı yarı yapılandırılmış görüşme sorularından elde edilen veriler, örneklemde yer alan katılımcıların yanıtları ve soruları ile sınırlıdır. Bu nedenle verilerin eksik veya sınırlı olabileceğini ve genel bir resmi tam olarak yansıtmayabileceğini göz önünde bulundurmak gerekir.

Kitle fonlaması, nispeten yeni bir finansman modelidir ve bu alanda yapılan araştırmaların sayısı sınırlıdır bu durum kaynak sınırlılıklarını ortaya çıkarmaktadır.

Film yapımını etkileyen birçok diğer faktör, pazarlama, dağıtım, yasal düzenlemeler gibi unsurlar vardır. Kitle fonlaması, film yapım sürecindeki yalnızca bir finansman yöntemidir bu nedenle dış faktörlerin film yapımı üzerindeki etkisi oldukça fazladır. Kitle fonlamasının film yapımı üzerindeki etkisini tam olarak değerlendirmeyi bu faktörler sınırlandırmaktadır.

4.4. Veri Toplama ve Kaydetme Süreci

Araştırma konuyla ilgili literatür ve saha araştırmasının birlikte kullanımıyla hem teorik hem de ampirik yaklaşımı kullanarak ikili bir araştırma süreciyle tamamlandı. Araştırmada elde edilen verilerde görüşme tekniği kullanıldı. Bu görüşmelerde, belirli kavramsal öncüller doğrultusunda bir görüşme rehberi belirlenmiştir yani araştırmacının katılımcılara soracakları bir soru listesi hazırlanmıştır ancak aynı zamanda katılımcıların deneyimlerini özgürce ifade etmeleri, istedikleri konulardan bahsetmeleri için teşvik edildiği, serbestlik sağlayan sorulara da yer verilmiştir. Araştırma süresince katılımcılar, istedikleri konulardan bahsetmeleri noktasında teşvik edilmiş ve görüşmeler sırasında araştırmacının araya girmesi veya herhangi bir yönlendirmede bulunmamasına dikkat edilmiştir. Alınan bu önlemler sayesinde katılımcılar yanıtlarda yönlendirilmemiş olmasına ve verilerin tarafsız bir şekilde toplanmasına çalışılmıştır. Tüm proje sahiplerine aynı sorular yöneltilmenin amacı araştırmada tutarlılığı ve teyit edilebilirliği sağlamak içindir. Bu nedenle sorular ve sorulara verilen yanıtları içeren görüşme transkripsiyonlarının tamamı, EK 2’de sunulmuştur.

2022 yılının Ekim ayında, ödül bazlı bir kitlesel fonlama sitesinde film projesi kampanyasını başarılı bir şekilde yürütmüş 35 proje sahibine, görüşmecinin kendini ve araştırmasını tanıttığı bir mesaj Instagram sayfası üzerinden gönderilerek görüşme talep edilmiştir. 20 proje sahibinden olumlu geri dönüş alınmıştır. Araştırmanın amacına ulaşması için 12 örnek vakanın görüşmelerinden elde edilen, bilgilerin yeterli olacağına karar verilmiştir. Gönüllü katılımcılardan örneklem oluşturulduktan ve görüşmeler gerçekleştirildikten sonra araştırmada yer alan proje sahiplerinin bilgileri kayıt altına alınmış ve bu bilgilerin sentezi yapılarak araştırma sonuçları tablolar halinde sunulmuştur.

4.5. Veri Analizi ve Bulgular

Nitel veri analizinde, verilerin kodlanması ve belli başlıklar altında toplanması önemlidir çünkü elde edilen karmaşık ve yoğun bilgilerin kodlanması verileri belirli temalar, kavramlar veya kategoriler altında sınıflandırmayı ve anlamlandırmayı sağlar. Başlıklandırma, verilerin yapılandırılmasını ve analizin daha organize bir şekilde sunulması için gereklidir (Akarçay & Akarçay Ulutaş, 2018).

Veriler herhangi bir bilgisayar programı kullanılmadan el ile yapılması tercih edilmiştir, bunu nedeni ise tez çalışması için toplanan verilerin, sayıca kontrol edilebilir uygunlukta olması ve veri ile yakın etkileşimde kalınabilmesini sağlamak içindir.

Kodlar tayin edilirken tüm görüşmeler bir bütün olarak gözden geçirilirken, önemli görülen noktalar kısa notlar şeklinde alınmıştır. Kodlama ile analize başlayarak verilerin azaltılması amaçlanmıştır. Bütün görüşmeler okunarak kodlamalar yapılmıştır. İlk yapılan kodlamadan sonra kodlar üzerinde çalışılarak kod sayıları araştırmanın içeriğine uygun şekilde azaltılmış ve görüşmecilerin daha çok kullandığı vurguladığı konuların kodlanması şeklinde oluşturulmuştur. Kodların oluşturulması sürecinden sonra toplamda 4 kategori 23 kod elde edilerek anlamlı bir sonuca ulaşmak amaçlanmıştır. Kodlar dizininde yer alan tüm kodları ve kodlardan meydana gelen kategorileri (Tablo 3.2)'de gösterilmiştir.

Tablo 3.1. Analiz Sonucunda Ulaşılan Kodların Sınıflandırılması

KATEGORİLER	KODLAR
Araştırma Katılımcı Bilgileri	• Proje Sahibi • Cinsiyet • Yaş • Eğitim Düzeyi • Proje Tecrübesi • Profesyonel Alan
Ön Hazırlık Süreci	• Proje Öncesi Kitle Fonlama Bilgisi • Öncesinde Kitle Fonlamada Proje Sahibi • Öncesinde Kitle Fonlamada Fon Sağlayıcı • Hedef Miktar • Projenin Fon Toplama Süresi • Projenin Fon Toplama Ödül Sayısı
Kitlesel Fonlama Kampanya Süreci	• Proje Adı • Ekip Sayısı • Sosyal Medya Kullanımı • Destekçi Sayısı • Toplanan Miktar
Kitlesel Fonlama Sonrası Süreç	• Kitle Fonlaması Yönteminin Projelerin Gerçekleştirilmesindeki Etkisi • Vadedilen Ödülleri Yerine Getirme • Kitle Fonlamayı Tekrar Kullanma İsteği • Filmin Kazandığı Ödüller • Filmin Festivallere Katılım Durumu • Filmin Kazandığı Ödüller

Kodlama sonucunda elde edilen kategoriler; araştırma katılımcı bilgileri, ön hazırlık süreci, kitlesel fonlama kampanya süreci, kitlesel fonlama sonrası sürecidir.

Araştırma katılımcı bilgileri kategorisinde proje sahibi hakkında genel bilgilere ulaşmak amaçlanmıştır. Proje sahibinin cinsiyeti, yaşı eğitim düzeyi, film projeleri hakkında tecrübesinin olup olmadığı, sosyal hayatında geçimini sağladığı profesyonel alanı şeklinde kodlanmıştır. Tüm bu kodlamalar tablo haline getirilerek (Tablo 3.2) incelenmiştir.

Tablo 3.2. Araştırma katılımcı bilgileri

P	Proje Sahibi	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Düzeyi	Proje Tecrübesi	Profesyonel Alan
P1	Aşkın Nurdan TÜMBEK TEKEOĞLU	KADIN	58	DOKTORA	✓	Öğretim Üyesi
P2	Ferman NARİN	ERKEK	29	LİSANS	✓	Sinema
P3	Onur KAYA	ERKEK	28	LİSANS	✓	Sinema
P4	Yiğit Ege YAZAR	ERKEK	23	LİSANS	✓	Sinema
P5	Özgür UZUNYAŞA	ERKEK	31	LİSANS	✓	Sinema
P6	Onur GÜLER	ERKEK	35	LİSANS	✓	Sinema
P7	Fırat URAN	ERKEK	34	LİSANS	X	Hukuk
P8	Emre KEPEZ	ERKEK	24	LİSANS	✓	Sinema
P9	Onur CANPEK	ERKEK	28	LİSANS	✓	Sinema
P10	Safa Murat KOÇAŞ	ERKEK	22	LİSANS	✓	Hukuk
P11	Hasan AYDIN	ERKEK	32	YÜKSEK LİSANS	✓	Sinema
P12	Ezgi Selin ÜLKÜ	KADIN	33	LİSANS	✓	Sinema

Proje sahipleri 22-58 yaş aralığında ve en az lisans mezunudur. Sinema sektörü ağırlıklı olmakla birlikte, farklı iş sektörlerinde çalışan sinemasever insanlardan oluşmaktadır. Proje sahiplerinin çoğunlukla geçmişte başka bir kitlesel fonlama kampanyasına destek verdiği gözlemlenmiştir.

Ön hazırlık süreci kategorisinde proje öncesinde katılımcıların kitle fonlaması hakkında bilgisi olup olmadığı, film projesini gerçekleştirmeden önce kitle fonlamada proje sahipliği yapıp yapmadığı, fon toplayan insanlara fon sağlayıcı olarak yardım edip etmediği, projenin hedef miktarı, fon toplama süresi ve fon toplamak için sunduğu ödül sayıları kodlanmıştır (Tablo 3.3).

Tablo 3.3 Ön Hazırlık Süreci

P	Proje Öncesi Kitle Fonlama Bilgisi	Öncesinde Kitle fonlamada Proje sahibi	Öncesinde Kitle fonlamada Fon Sağlayıcı	Hedef Miktar	Projenin Fon Toplama Süresi	Projenin Fon Toplama Ödül Sayısı
P1	✓	5	35	20.000TL	16 Şubat 2015- 17 Nisan 2015	9
P2	X	x	X	7.500TL	18 Şubat 2020- 16 Mayıs 2020	6
P3	X	x	X	17.500TL	08 Ağustos 2022- 19 Eylül 2022	7
P4	✓	x	X	5.500TL	10 Temmuz 2019- 14 Ağustos 2019	9
P5	✓	2	10	6.000TL	03 Temmuz 2019- 17 Ağustos 2019	8
P6	✓	1	2	37.750TL	20 Nisan 2022- 23 Mayıs 2022	9
P7		X	1	38.000TL	27 Mayıs 2022- 21 Haziran 2022	9
P8	X	x	X	11.500TL	25 Kasım 2021- 14 Aralık 2021	6
P9	✓	3	12	3.400TL	29 Temmuz 2016- 28 Ağustos 2016	8
P10	✓	x	1	15.000TL	29 Nisan 2022- 20 Mayıs 2022	7
P11	X	x	X	20.000TL	12 Mayıs 2022- 26 Haziran 2022	9
P12	✓	X	1	30.000TL	04 Eylül 2020- 04 Ekim 2020	7

Ön hazırlık süreci kategorisine baktığımızda kitle fonlama süreci bilgisi olan 7 olmayan 5 katılımcı vardır. Bilgisi olan katılımcıların bilgisi genel olarak çevresindeki insanların kitle fonlama projelerine katılmaları sayesinde olmuş.

Çevremde insanların kitle fonlaması açtığını ve yaptığını görüyordum özellikle başka kısa filmlerde ama ilk defa bir projem için kitle fonlaması açtım yani detaylı bir şekilde ilk tanışmam bu projeyle birlikte oldu diyebilirim (Esinti/Y.Y.).

Diğer sinemacı arkadaşlarımın bu platformu kullanmasıyla bilgim olmuş oldu. İlk başta zor geliyordu. Çok çekici gelmedi. Fakat bakanlık desteği çıkmayıp maddi olarak köşeye sıkışınca burayı kullanmayı istedim (Hangi Gece Büyüdüysem O.G.).

Öncesinde kitle fonlama platformlarında proje sahibi olma durumuna baktığımızda 4 katılımcının tecrübesi olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Tecrübe sıralamasında daha önce 5 projesini kitle fonlamasından finanse eden Nurdan Tümbek Tekeoğlu birinci, 3 proje ile Onur Canpek ikinci, 2 proje ile Özgürcan Uzunyaşa üçüncü ve 1 proje ile Onur Güler dördüncü gelmektedir.

Kitle fonlama platformuna proje sahibi olarak katılmadan önce fon sağlayıcı olarak fonlamaya katılan kişilere baktığımızda bu 6 kişinin fon sağlayıcı olduğunu görmekteyiz. Fon sağlayıcı olarak katılan kişiler genel olarak birden fazla projenin sahipliğini yaptığı gözlemlenmiştir. Fon isteğinde bulunan proje sahipleri fon sağlayıcı olarak da yer alarak sistemde tanınırlığını artırmaya çalışmaktadır.

Evet, yer aldım. Çok fazla sayıda projeye destekte bulundum. Tüm projeler birinci dereceden tanıdığım kişilerin projeleriydi (Yeni Çorlu Sineması: Hür O.C.).

Proje için istenen hedef miktar belirlenirken ya hep ya hiç prensibi ile çalışan ödül bazlı kitlesel fonlama platformlarında hedef miktarı belirlemek en önemli adımlardan biri olarak gözükmektedir. Hedef belirlemenin matematiksel bir formülü bulunmamaktadır. Bu nedenle her katılımcı farklı ihtiyaç ve hesaplamalar yaparak hedef tutarını tespit etmiştir.

Fon sisteminden istediğimiz rakam 5.000 TL ama biz bu filmi 5.000 TL'ye filmi çekmemiz mümkün değildi. 40.000 TL bütçe gerekirdi ama bütün oyuncularım gönüllüydü, çektiğimiz mekândan ücret talep etmediler, yemeğimizden ulaşımına kadar her şey gönüllüydü(Esinti Y.Y.).

Ayrıca kitle fonlamanın tek başına yeterli olmadığını belirten katılımcılar tespit edildi.

Film projeleri, doğası gereği para gerektiren pahalı işler. Kitlesele fonlama dışında da çeşitli kaynaklar ve özkaynak gerektiriyor. Dolayısıyla, kitlesele fonlamanın faydası, proje bütçesine katkıda bulunmasından ileri geliyor (Yeni Çorlu Sineması: Hür O.C.).

Projemiz hibe, özel destek ve kitlesele fonlama gibi farklı tekniklerle fonlararak tamamlandı (Anima E.Ü.).

Proje için gereken hedef miktar belirlenirken ülkede yaşanan ekonomik gelişmelerde etkili olmaktadır. Bu süreci katılımcı şöyle anlatmıştır:

Kitle fonlamada talep ettiğimiz miktar, proje maliyetinin tamamı olmuyor. Dolayısıyla Türkiye’de hızla değişen ekonomik koşullar ve yüksek enflasyon göz önünde bulundurularak plan yapılmalı. Biz kitle fonlamayı açtığımızda, talep ettiğimiz miktar bütçemizin yüzde 20’si idi. Aradan geçen zamanda topladığımız para, filmi çekerken harcadığının %10’una düştü (OtisTarda Ö.U.).

Örneğin hedef miktar belirlenirken bir film projesi filmin çekim masrafları haricinde yurtdışı festivallerine katılım ücretlerini karşılamak içinde platformu kullanıldığı ve bu amaca yönelik bir hedef miktar belirlediği tespit edilmiştir.

Filmin yurt dışı festivallerine hazır hale geldiğini inceleyip sık dokuduktan sonra fark ettik genel kanı da bu yöndeydi. Filmin yurt dışındaki festivallere gönderim ücretlerinin yüksekliği bizi kitlesele fonlama sistemine yönlendirdi. Bu konuda her şeyle yapımcımız ilgilendi. Kitlesele fonlama yöntemini yapımcımız teklif etti platformu da kendisi araştırıp bize sundu (Pirabok F.N.).

Projenin fon toplama süresine karar verirken genel olarak filmin yapım aşamasına başlamasına yakın tarihlerden hemen öncesi seçilmiştir.

Bu konuda da seçim şansımız pek yoktu. Hedeflediğimiz tutara ulaşmamız mecburi olduğundan platformun izin verdiği maksimum süreyi kullandık (Anima E.Ü.).

Platformun kural koyduğu süre sınırını film projeleri genel olarak sonuna kadar kullanmıştır.

Ben süreleri sonuna kadar kullandım. Zaten 60 gün kişi ve şirketlere, 90 gün de derneklere süre tanınıyor (Sıra Dışı İnsanlar N.T.T.).

Benzer şekilde bir başka proje sahibi, destekçilerin fonlama sonrası verdiği desteğin sonucunu hemen görmek istemesi ihtimallerini göz önünde tutarak, kampanya süresi ile yapım süresi arasının çok uzun olmaması gerektiğini ifade etmiştir.

Aslında burada filmin çekimlerine ne kadar yakın bir sürede kampanyayı başlatırsam o kadar iyi olacağını düşünüyordum ve öyle yaptım. Çünkü insanlar katkıda bulunduğu bir projenin sonucunu en erken sürede görmek ister (Baykuş Sesleri ve Sinekler H.A.).

Genelde 45-60 günlük kampanyalar yaptım. Çekim tarihini buna göre planladım. Süreyi uzatarak maksimum desteği almaya çalıştım (Yeni Çorlu Sineması: Hür O.C.).

Kampanya süresini araştırmalardan elde ettiği sonuçlara göre belirleyen proje sahiplerinin yanında bazı proje sahipleri kişisel tahminlerine dayanarak kampanya süresini belirlemiştir.

Belirlediğim meblağı hesapladım. Kaç günde toplanması mantıklıdır diye. Bir de kısa süre koysan herkese ulaşamayabilir çok uzun süre koysan enerjisi düşer. O yüzden en makul zamanı planladım (Hangi Gece Büyüdüysem O.G.).

Katılım amacı da bu sürenin belirlenmesinde büyük rol oynuyor festival gönderim için katılan proje için süre böyle belirlenmiş.

18 Şubat'ta başlattım fon toplama sürecini ve 10 Mayıs'ta bir festivale kesinlikle göndermem lazımdı bu nedenle hızlı bir şekilde fonu toplamam gerekiyordu. Bu nedenle hızlı bir şekilde karar alıp 12 haftalık süreç içerisinde bunu tamamlamamız lazım demiştik kararı da böyle aldım (Pirabok F.N.).

Proje için fon toplarken belirlenen ödüller ve sayısı genel olarak 7-9 arası olarak belirlenmiş. Ödülleri belirlerken ödüllerin proje için ekstra maliyeti olmamasına dikkat etmişler.

Ödülleri belirlerken bana maddi bir kayıp vermemesine dikkat ediyorum. Zira zaten finansman bulmak zor bir de maddi hediyelerle bütçemden kayıp olur (Sıra Dışı İnsanlar N.T.T.).

Ödüllerde önem verdiğim nokta ödüller benden ekstra bir para çıkarmaması önemliydi (Hangi Gece Büyüdüysem O.G.).

Katılımcılar insanların ödüller için yardımda bulunmadığını fakat yine de katılımcıları mutlu ettiğini belirtmiş.

Bu tür fonlamalarda ödülün fonlayıcılar için pek öneminin olduğunu düşünmüyorum. Zaten tanıdıklarınız size destek veriyor ve onlar için önemli olan sizin işi başarmanız (Fısıltı O.K.).

Kimse projeye ödüller için destek olmuyor. Projeyi beğendiği için, projeye bir katkısı olmasını istediği için destek oluyor. Ama tabii ki de ödüller güzel bir jest biçimi. Biz de kendi projemizde ödüller belirledik (Aynı S.M.).

Kitlesel fonlama kampanya süreci kategorisine baktığımızda ekip sayısı, sosyal medya kullanımı, destekçi sayısı ve toplanan miktar tablo halinde verilmiştir (Tablo 3.4.).

Tablo 3.4. Kitlesel Fonlama Kampanya Süreci

P	Proje Adı	Ekip Sayısı	Sosyal Medya Kullanımı	Destekçi Sayısı	Toplanan Miktar	Başarı oranı %
P ₁	Sıra Dışı insanlar	5	✓	140	35.900TL	179
P ₂	Pirabok	9	✓	54	7.900TL	105
P ₃	Fısıltı	4	✓	24	18.000TL	102
P ₄	Esinti	2	✓	16	5.500TL	100
P ₅	Otıs Tarda	15	✓	15	6.320TL	105
P ₆	Hangi Gece Büyüdüysem	6	✓	43	37.750TL	100
P ₇	Kara Köpek	18	✓	74	60.000TL	157
P ₈	Sarfinazar	7	✓	12	12.600TL	109
P ₉	Yeni Çorlu Sineması: Hür	5	✓	21	4.320TL	127
P ₁₀	Aynı	1	✓	35	15.000TL	100
P ₁₁	Baykuş Sesleri ve Sinekler	1	✓	37	20.450TL	102
P ₁₂	Anima	2	✓	92	38.250TL	127

Tabloda yer alan ekip sayılarına fon sistemi üzerinden ulaşılmıştır. Sistemde yer alan ekiplere baktığımızda kitle fonlama projesini tek başına yürütmüş insanlar daha fazladır.

Hep tek başına çalıştım. Teaser çekerken teknik ekipten faydalandım(Sıra Dışı İnsanlar N.T.T.).

Kampanya surecimi tek başıma çalışarak yaptım(Fısıltı O.K.).

Ben tek başıma çalıştım. Kampanya sürecinde, sosyal medya kanallarında paylaşım yaptım(Otıs Tarda Ö.U.).

Tamamıyla tek başıma ilerledim. Birkaç arkadaşşıma sordum ve görüşlerini aldım sadece. Sosyal medya vs. bütün yönetim kendime aitti.

O yüzden daha zordu. Tamamıyla süreci ben kendim yönettim (Hangi Gece Büyüdüysem O.G).

Ekiple birlikte kitle fonlama sisteminde çalışan projelerde sayıca az olmasına rağmen ekip sistemiyle ilerleyen projelerde mevcuttur.

Filminiz öğrenci filmi olduğu için, yapımcıda, oyuncuda, fon için sağa sola koşturanlarda ekip arkadaşlarım ve bendim (Safınazar E.K.).

Kendi ekibimizle çalıştık. Prodüksiyon ekibi arkadaşlarımızdı. Herkes arkadaş olduğu için süreçte birlikte ilerledik (Esinti Y.Y.)

Sosyal medya proje sahiplerinin tamamının en fazla vurguladığı ve fon sisteminde tanıtım için kullandığı kanallardan biridir. Sosyal medyayı farklı tanıtım yöntemleri ile kullanmaya çalışan proje sahiplerine örnek vermek gerekirse potansiyel destekçilerin projeyi unutmaması için ara hatırlatmalar şeklinde ve projenin tarihini geri sayım şeklinde kullanan Kara Köpek buna bir örnektir.

Instagram'da 'şu kadar kaldı' diye yaptığım paylaşımlar çok etkiledi. Özellikle de son günlerde istediğimiz miktara yaklaşırken büyük bir yoğunluk oldu (Kara Köpek F.U.)

Yönetmenin ve yapımcıların aktif olarak bulunduğu platformlarda kampanyayı düzenli olarak paylaştık. Instagram ve Twitter en çok kullandığımız platformlardı. Kişisel çevremiz ve sosyal medya takipçilerimiz de düzenli olarak kampanyamızı paylaştı. Bu kampanyanın film için gerçekten gerekli olduğunu ve destekleyiciler sayesinde bu filmin gerçekleşeceğini doğru anlatmış olmalıyız (Anima E.Ü.).

Proje için destekçi toplarken bütün sosyal medya kaynaklarının düzenli bir şekilde kullanılması gerektiğini vurgulayan Sıra Dışı İnsanlar belgeselinin yapımcısı hedef kitleye hitap ederken dikkat edilmesi gerekenleri şöyle anlatmıştır:

Basın bülteni ile yazılı basına, portallara ulaşıyorum ve ayrıca röportajlar ile ve sosyal medyada takipçisi çok olan arkadaşlarımdan projemi duyurmalarını istiyorum. Kitlese fonlama platformuna tanıtıcı teaser koymakla iş bitmiyor. WhatsApp mesajlarını, sms'leri, Messenger ve Instagram veya LinkedIn mesajlarını genellikle akşam 21:00-23:00 arası atıyorum. Kibar ve şahsa özel. Projeme samimi bir dille destek istiyorum (Sıra Dışı İnsanlar N.T.T.).

Bütün sosyal medya platformlarını kullandık diyebiliriz. Sosyal medya olmadan kitle fonlama kampanyanızın olması mümkün değil. Önerim aktif şekilde tanıtım yapmalarıdır (Esinti Y.Y.).

Sosyal medya kanalının kullanımına ilişkin, bazı proje sahipleri bireysel sosyal medya hesaplarından yaptığı paylaşımların yetersiz olduğunu yanında projeye inanan insanların sosyal medya hesabından yaptığı tanıtımlarla da reklamının daha geniş bir çevreye ulaştığının altını çizmiştir.

Tamamen Instagram üzerinden ilerledik. Duyuru için tek mecramız orasıydı. Projenin asıl başarısı da buradan geldi. Ürettiğimiz içerikleri ekibimiz şahsi hesaplarından paylaştı. Bunun dışında projeye destek olan diğer fon sağlayıcıları da paylaştılar, duyurusunu yaptılar (Aynı S.M.).

Yazılı basın, televizyon ve radyo gibi geleneksel medya kanallarının kullanımı azalsa da geleneksel medya kanalları kullanmalarının Kitlesel fonlamaya az da olsa bir katkı sağladığı gözlemlenmiştir özellikle destekçilerin yaş ortalamasını artırmak isteyen proje sahipleri bu kanalları da tercih etmiştir.

Sosyal medya ve yazılı basını kullandım. Fon artışı ve başarılarımız reklamımızı ne kadar çok yerde yaptığımıza bağlı (Pirabok F.N.).

Kitlesel fonlama projeleri olan ve bu platformları kullanacak olanlara tabi ki sosyal medya hesaplarını kullanmalarını öneririm ancak bu yeterli değil. Kendi alanlarında yazılar yayınlayan bloglardan bununla ilgili bir yazı yazmalarını ve destek istemeleri yararlı olabilir (Baykuş Sesleri ve Sinekler H.A.).

Çoğunlukla sosyal medya üzerinden yürüttüm projenin reklamını. Ayrıca birkaç sinema-film sayfasından reklamlar çıkıldı. Sosyal medyanın gücü bu tarz platformlarda yüksek o yüzden kesinlikle orayı tavsiye ederim (Hangi Gece Büyüdüysem O.G.).

Görüşmeler sırasında tüm proje sahiplerinin, tanıtım için farklı kanalları kullandığı sadece kitle fonlama platformuyla devam etmediği tespit edilmiştir. Sosyal medyanın yanında geleneksel medyaya da yer veren katılımcılar vardır. Sonuç olarak, potansiyel destekçilere ulaşmak için proje sahipleri geleneksel veya dijital her türlü kanaldan yararlanarak belirli bilinçli ve planlı bir şekilde faydalanmaya çalıştığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Destekçi sayılarının 12-140 kişi arasında değiştiğini kaydettik. Görüşmeler sırasında proje sahiplerinin en çok şikâyet ettiği noktalardan biri kitle fonlamanın tam olarak istedikleri destekçilere ulaşmasına yardım etmemesidir; proje sahiplerine göre hedef kitlelerini oluşturan aile, arkadaş, akraba ve iş çevresi dışından desteklenmemektedirler. Bu durumla ilgili katılımcıların söylemleri şu şekildedir:

Kampanyama destek verenlerin neredeyse hepsini tanıyordum çoğu arkadaşım ya da setlerde çalıştığım insanlardı (Fısıltı O.K.).

Kampanyamıza destek verenlerin profillerini incelememize gerek yoktu çünkü ya akrabamız ya da sevdiğimiz bir esnaf abimizdi (Safınazar E.K.).

Destek veren kişilerin neredeyse tamamı ya sektörden ya da yakın çevremden olan kişilerdi (Otis Tarda Ö.U.).

Bu tür platformda destek verenlerin yüzde 80'i arkadaş eş dost ve akraba oluyor. O yüzden bende de öyle oldu. Diğer kişiler ise beni önceki filmlerimden tanıyan kişiler ve hikâyenin görünür olmasını isteyen kişilerden oluşuyordu (Hangi Gece Büyüdüysem O.G.).

Destek verenlerin çok büyük kısmı (örneğin 40 kişinin 38'i) benim bireysel olarak tanıdığım, yakın ve uzak çevremden insanlardı (Yeni Çorlu Sineması: Hür O.C.).

Proje sayfası üzerinden destek beklemenin tek başına yetersiz kaldığı gözükmektedir. Bu durum kitle fonlama sisteminin yeni ve tanınır olmamasından kaynaklanmaktadır. Sosyal ağlarının geniş olması katılımcılar için büyük önem arz etmektedir. En fazla destekçi sayısına sahip proje sahibinin daha geniş bir sosyal ağa sahip olma avantajını kullandığını görmekteyiz. Kitlesele fonlama ile fon sağlamanın ön koşullarından birinin bağlantılarının kuvvetli olması gerektiğini savunan proje sahiplerinden biri, şu şekilde ifade etmiştir:

Genellikle 30 yıllık iş hayatında oluşturduğum network. 25 sene özel sektörde 13 yıldır da akademik ve film yapım hayatında iyi bir network edindim. Hedef kitlem genellikle iş insanları ve yöneticilerdi (Sıra Dışı İnsanlar N.T.T.).

Film projesinin konusu da hedef kitleyi belirlemektedir. Belirli bir topluluğun ilgi ve ihtiyaçlarına yönelik olan filmler bu topluluklar tarafından destek görmektedir başka bir proje sahibi hayvan haklarını içeren bir film projesi ile vegan insanlardan destek bulmuştur.

Anima, hayvan özgürlüğü ile ilgili bir film olduğu için veganlar ve vejetaryenler destekçilerimizin “kişisel olarak tanımadığımız destekçiler” kısmını oluşturuyordu. Onun dışında Türkiyeli bağımsız sinemacılardan ve kişisel çevremizden de destekler geldi (Anima E.Ü.).

Katılımcı profilleri incelendiğinde sinema severlerin yoğun ilgisinin olduğu gözlemlenmektedir. Bu durum sinema severlerin bir noktada da birbirlerini tanıdığı film projeleri için birbirilerine destek olduğu görüşmelerden alınan verilerden çıkan sonuçlardan biridir.

Katılımcılara baktığımızda kültürel ortak noktaları her birinin bir iyi bir sinema izleyicisi olmasıydı. Sinema sektöründe çalışan insanlardan da katılım vardı fakat çok azdı (Pirabok F.N.).

Katılımcıların geneli sektörden olan sanatsever insanlardı. Bu kişiler genel olarak benim sinema hocalarım, oyuncu arkadaşlarım, yönetmen olarak çalışan insanlar, akademisyenler, sinema gruplarından beni tanıyan insanlardı (Esinti Y.Y.)

Proje sahibinin, hiç tanımadığı destekçilerde olmuştur fakat bu kişiler çok az sayıdadır. Bu insanların profillerini inceleyen katılımcı bu insanların daha önce de başka kitle fonlama kampanyalarını desteklediğini bulmuştur. Bu durumdan kitle fonlama sisteminin tanınırlığı arttıkça destekçi profiline katılımcıların lehine artacağı sonucuna varabiliriz.

Kimliğini açık olarak verenlerin ve tanıdık olmayanların profillerini incelediğimde zaten genelde başka projelere de fon sağlayan insanlar olduğunu gördüm (Baykuş Sesleri ve Sinekler H.A.).

Proje sahiplerinin aile ve arkadaşlarının veya film konusun içeriğinin fon toplamada destekçi profilini belirlediği tespit edilmiştir. Kitle fonlama sisteminde tanınırlık ve geniş sosyal bağlar ile kampanyaya destek veren destekçiler arasında bir bağlantı olduğu; sosyal bağlantılarının başarısını önemli derecede etkilediği gözlemlenmiştir.

Yapılan görüşmelerde proje sahiplerine kitlesel fonlama kampanyalarının başarılı olmasını sağlayan en büyük etmenler sorulduğunda sıklıkla; sosyal çevre, azim ve çok çalışma dile getirilmiştir.

Azimli olmam ve kampanya sırasında 4-5 saat her gün çalışmam. Kitlesel fonlama platformuna tanıtıcı teaser koymakla iş bitmiyor(Sıra Dışı İnsanlar N.T.T.).

Başarımızın en önemli faktörü sosyal medya ve ekip olarak çevreyle etkileşim kurmaktır (Pirabok F.N.).

Kitlesel fonlama kampanyalarının başarılı olmasını sağlayan bir diğer etmen ise ekip çalışması olduğunu Fısıltı filminin proje sahibi şu şekilde ifade etmiştir:

Proje gerçekleştirme sürecim bir ekip başarısıdır. Filmi çekebilmek için işinin ehli insanlarla birlikte çalıştık. Bütün ekip daha önce setlerde çalışan profesyonel insanlardı. Bunun en güzel yanı daha önce büyük setlerde yaşadığımız sıkıntıları bildiğimizden bunu el birliği ile minimuma indirip filmi çektik (Fısıltı O.K.).

Proje sahiplerinin, daha önce herhangi bir kitlesel fonlama projesine fon desteğinde bulunması da başarı faktörlerinden biri olarak değerlendiriliyor. Çünkü diğer proje sahipleriyle kurulan iletişim fon toplarken karşılıklı bir desteğe dönüşüyor. Bu durumu katılımcılar şu sözlerle ifade etmiştir.

Yıllar içerisinde çok fazla dayanışma ve destekte bulunduğum için sektördeki tanınırlığım projelerin başarılı olmasında en önemli faktördü (Otis Tarda Ö.U.).

Önceki filmimin başarısı orada sağladığım network ve ilişkiler diyebilirim. Yapacağım yeni projeye güven oluşturmak önemliydi. Güven oluşturmak yapılan desteğin boşa gitmeyeceğini bilmek sanki fon sağlayıcılar için önemli (Hangi Gece Büyüdüysem O.G.).

Başarısını tamamen pazarlama politikasının farklılığına bağlayan Aynı filmi insan psikolojisinden de yararlanarak çok farklı bir tanıtım kampanyası sürdürmüş.

Mesela filme bir afiş hazırladık. Ama afişte boşluklar bıraktık. Fon arttıkça boşlukları doldurduk. Bunu aralıklarla sosyal medyadan paylaştık. En sonunda tam bir afiş halini aldı. Destekler sayesinde filmin tamamlanacağını bir nevi örneğini ortaya koymuş olduk ve şunu unutmamak lazım ki insanlar gelişim öykülerini, yükselme hikayelerini sever. Biz onların da içinde bulunduğu bir gelişim öyküsü yazmış olduk (Aynı S.M.).

Sonuç olarak başarı birçok faktörden etkilense de temel olarak sosyal çevre, azimli çalışma, başka projelere yardımda bulunma bu faktörlerin başında gelmektedir.

Tablo 3.5. Kitlesele Fonlama Sonrası Süreç

P	Kitle Fonlaması Yönteminin Projelerin Gerçekleştirilmesindeki Etkisi		Vadedilen Ödülleri Yerine Getirme	Kitle Fonlamayı Tekrar Kullanma İsteği	Filmin Festivallere Katılım Durumu		Filmin Kazandığı Ödüller
	Olumlu	Olumsuz			Yurt İçi	Yurt Dışı	
P1	✓		✓	X	✓	✓	30
P2	✓		✓	✓	✓	✓	0
P3	✓		✓	X	✓	✓	0
P4	✓		✓	✓	✓	✓	0
P5	✓		✓	✓	✓		19
P6	✓		✓	X	X	x	0
P7	✓		✓	✓	X	✓	0
P8		✓	✓	X	✓	✓	0
P9	✓		✓	X	X	X	0
P10	✓		✓	X	✓	✓	0
P11	✓		✓	✓	✓	✓	1
P12	✓		✓	X	✓	✓	1

Kitle Fonlaması Yönteminin Projelerin Gerçekleştirilmesindeki Etkisini incelediğimizde proje sahiplerinin genel olarak değerlendirmesi olumlu yöndedir. Bu durumu aynı filminin sahibi şu şekilde dile getirmiştir.

Sağlanan fonla film daha iyi imkanlarla çekildi. İhtiyacımız olan ancak maddi sıkıntıdan dolayı vazgeçtiğimiz ekipmanları kullanmış olduk. Ulaşım meselesini hallettik. Post prodüksiyon sürecinde ses miksajını ve renk düzenlemesini yaptırdık. Elimizi ciddi ölçüde rahatlattı (Aynı S.M.).

Film projeleri yüksek maliyetli işler olduğu için finans kaynaklarını sağlamak zor olabilir. Bu noktada kitlesele fonlama, projeler için önemli bir finansman kaynağı sağlıyor ve insanların projeye destek vermek istediklerinde, kitlesele fonlama platformları aracılığıyla bağış veya yatırım yaparak projenin filmin bütçesine katkıda bulunma imkanına sahip oluyorlar. Bu konuyu Hür filmi proje sahibi şu şekilde özetlemiştir.

Film projeleri, doğası gereği para gerektiren pahalı işler. Kitlesele fonlama dışında da çeşitli kaynaklar ve özkaynak gerektiriyor. Dolayısıyla, kitlesele fonlamanın faydası, proje bütçesine katkıda bulunmasından ileri geliyor. (Yeni Çorlu Sineması: Hür O.C.)

Kitlesele fonlama her film için uygun olmayabilir. Bazı projeler, geleneksel finansman yollarıyla daha uyumlu olabilirken, bazıları için kitlesele fonlama daha uygun olabilir. Projeler, kitlesele fonlamayı kullanmadan önce avantajları ve dezavantajları değerlendirmeli ve projelerinin ihtiyaçlarına en uygun olanı

seçmelidir. Kitlesele fonlamanın sinema projeleri için bazı dezavantajları olduğunu düşünen proje sahipleri de bu konuda görüşlerini dile getirmiştir. Sinema, bir sanat formu olduğu için beklenen ürün izleyiciyi heyecanlandırmayabilir. Bu süreçte, beklentileri karşılamak ve destekçileri memnun etmek önemlidir. Kitlesele fonlama, projenin erken aşamalarında finansman sağlasa da filmin beklenen havasını kırabilir ve onu daha erişilebilir hale getirerek değerini düşürebilir.

Kitle fonlama, yeni bir ürün sunmadığınız için sinema alanında çok faydalı değil. Öte yandan, filmler "anticipation" (beklenti) kavramı ile yola çıkarlar. Kitle fonlama bu açıdan bir dezavantaj yaratıyor. Filmlerin ulaşamaz havasını kırıyor, onları bir nevi "dilenci" haline getiriyor. İlgiyi azaltıyor. Avantajı ise, görünürlüğü ilk aşamada artırarak, proje arayan yeni yapımcılara bir market oluyor (Otis Tarda Ö.U.).

Ödül bazlı kitlesele fonlama sistemlerinde, destekçilere belirli hediyeler veya avantajlar sunmak yaygın bir uygulamadır ve proje sahiplerinin hepsi bu uygulamayı kullanmışlardır. Projenin türüne, bütçesine ve diğer faktörlere bağlı olarak değişen bu ödüller çoğunlukla dijital olarak teslim edilecek şekilde seçildiği tespit edilmiştir. Destekçinin adının filmde geçmesi, ona daha anlamlı ve özel bir deneyim sunduğu için Esinti Projesi tüm destekçilerinin ismini filmde geçirmiştir.

Filmde isminin geçmesi tebrik kartından daha üst düzey bir hediye bu nedenle tebrik kartı hazırlayıp göndermedim direkt filmde ismini geçirmeyi teklif ettim onlar da kabul ettiler (Esinti Y.Y.)

Dijital ödül seçimi ödül teslim sürecinin daha hızlı ve daha verimli olmasını sağlıyor. Dijital ödüller ve daha fazla kişiye farklı coğrafi bölgelere eşit fırsatlar sunuyor. Örneğin İstanbul'da yapılacak gala daveti farklı bir şehirde yaşayan destekçi için bir anlam ifade etmiyor. Ayrıca fiziksel ödüllerin aksine lojistik düzenlemelerle ilgili sorunları minimize ediyor. Dijital iletişim araçları sayesinde ödül sahipleriyle iletişim ve takip daha kolay olduğu için projelerin ödülleri hızlı bir şekilde sahiplerine ulaştırılıyor. Katılımcılarda bu konuda çoğunlukla ödülleri sorun yaşamadan ilettiklerini belirtmiştir.

Katılan projeler ödüllerini dijital olarak seçtiği için sonrasında yeri

Hayır yaşamadım ödüller sahiplerine iletildi (Pirabok F.N.).

Neredeyse tamamı dijital ödüller olduğu için bir sorun yaşamadım (Otis Tarda Ö.U.).

Bir katılımcı ödülleri iletme ve yerine getirme konusunda sorun yaşamıştır. Bu durumda iletişim süreciyle ilgilidir. Ödül sürecinde yaşanan iletişim sorunlarını gidermek için daha etkin bir iletişim stratejisi geliştirilerek bu sorun çözülebilir. Ödül sahipleriyle düzenli olarak iletişim halinde olmak, ilerlemeleri takip etmek ve herhangi bir sorun olduğunda hızlı bir şekilde çözüm sunmak süreç için çok önemlidir. Hediyelerin uzun soluklu olmasıyla ilgili olarak, sorun yaşayan katılımcı durumu şöyle ifade etmiştir.

Ödüller konusunda sıkıntı yaşadık. İletişimlerine ulaşmak, filmin süreciyle ilgilendiğimiz için atladığımız anlar ya da bazı hediyelerin uzun soluklu olması falan zorluyor. Elimizden geldiğince gönülleri alarak devam etmek gerekiyor. Güven çok önemli bu tarz fonların devam edebilmesi için
(Hangi Gece Büyüdüysem O.G).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yeni bir sermaye kaynağı olan kitle fonlaması, yaratıcılığı, yenilikçiliği ve girişimciliği desteklemesiyle ön plana çıkan ve popülerliği gün geçtikçe artan finansal bir kaynaktır. Dünya çapında gelişme potansiyeli olan kitle fonlaması kullanıldığı ülkelerde yeni yasal düzenlemelerle etkinlik anasını genişletmektedir. Bu finansman modeli, bireylerin projelerini gerçekleştirirken daha özgür bir ortamda hareket etmelerine olanak tanınmasıyla diğer finansal kaynaklardan ayrılmaktadır.

Kitle fonlama sistemi finansal ve finansal olmayan şeklinde iki kategoriye ayrılmaktadır. Finansal kitle fonlama sistemi borç verme temelli ve hisse temelli olarak iki alt türe ayrılmaktadır. Finansal olmayan fonlama sistemi ise bağış temelli ve ödül temelli olarak iki alt türe ayrılmaktadır. Bu türler içinde bağış ve ödül bazlı kitle fonlama sistemi en yaygın kullanılan türdür. Türkiye'deki kitle fonlaması platformlarında başlatılan projelerde, bağış ve ödül bazlı fonlama sistemi bir arada kullanılmaktadır ve platformlarda çeşitli kategorilerde fon toplanmaktadır. Sinema, film çekimleri bu projeler altında kategorileşmiştir.

Bu tez çalışması üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, kitle fonlama sistemi ve tarihçesi ele alınmakta, kitle fonlamanın gelişimi, türleri ve bu sistemle ilgili temel kavramlar üzerinde detaylı bilgiler sunulmaktadır. Bu bölümde ayrıca kitle fonlama sistemine odaklanılarak dünya genelinde fonlama sistemini kullanan ülkelerin ve Türkiye'de kitle fonlama sisteminin tarihçesi, çeşitleri ve kullanımı hakkında detaylı bilgiler sunulmaktadır.

İkinci bölümde, sinema endüstrisinin tarihi, gelişimi ve sermaye kaynakları üzerine odaklanılmaktadır. Aynı zamanda, sinema endüstrisinin finansman kaynakları detaylı bir şekilde incelenmekte ve bu kaynaklardan biri olan kitle fonlamasının sinema endüstrisine etkisi incelenmiştir. Sinema endüstrisinin kullandığı farklı finansman kaynakları arasında yer alan kitle fonlamasının sinema endüstrisine olan katkıları ve olası zararları üzerine yapılan araştırmalara dayalı bilgiler detaylı bir şekilde sunulmaktadır.

Üçüncü bölümde ise, kitle fonlaması yoluyla finanse edilen filmlerin örnekleri incelenmekte ve bu filmlerin başarıları saha çalışmasıyla detaylı bir şekilde analiz edilmektedir. Bu bölüm, kitle fonlamasının sinema projeleri üzerindeki etkilerini

somut örneklerle destekleyerek, bu finansman yönteminin sinema endüstrisindeki etkilerinin araştırıldığı ve analiz edildiği kısımdır. Araştırmanın sonuç ve önerilerinin bulunduğu kısımdır.

Bu tez çalışmasının teorik çerçevede amacı, bağış ve ödül bazlı kitlesel fonlama kampanyalarına katılmış başarılı film projelerini inceleyerek, bu süreçte yaşanan durumları ve faktörleri ortaya koymaktır. Tez çalışmasının pratik çerçevede amacı ise kitlesel fonlama sürecinde başarılı olan projelerin incelenmesiyle elde edilen bulguları kullanarak, Türkiye'deki potansiyel film proje sahiplerine, başarılı bir kitlesel fonlama kampanyası ve çekim aşaması geçirmeleri için fayda sağlamayı hedeflemektedir. Bu öneriler, potansiyel proje sahiplerine, kampanya süreci ve sonrasında karşılaşılabilecekleri durumları daha iyi anlamalarına ve başarıya giden yolda daha etkili adımlar atmalarına yardımcı olabilir. Bu sayede, Türkiye'de film endüstrisinin gelişimine katkı sağlayacak başarılı kitlesel fonlama kampanyalarının artması hedeflenmektedir.

Yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen bulgular, belirli başlıklar altında kategorize edilmiştir. Araştırmacı katılım bilgileri, proje sahibi olma durumu, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, proje tecrübesi ve profesyonel alanlar gibi alt başlıklarla detaylı bir şekilde incelenmiştir. Elde edilen somut bilgiler, katılımcıların cinsiyet dağılımının çoğunlukla erkeklerden oluştuğunu göstermiştir. Ayrıca, sinema endüstrisi içerisinde kadın yönetmenlerin istenilen seviyede olmaması, bu tespiti destekleyen bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Katılımcıların yaş aralığı 23 ile 58 arasında değişmektedir. Eğitim seviyeleri açısından incelendiğinde, katılımcıların genellikle lisans ve doktora düzeyinde eğitim aldığı gözlemlenmiştir. Bu durum, araştırmaya katılanların genellikle yüksek eğitim düzeyine sahip olduğunu işaret etmektedir. Proje tecrübelerine bakıldığında ise, bir katılımcı hariç tüm katılımcıların daha önce bir film projesinde bulunduğu belirlenmiştir. Profesyonel alanlar açısından incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun sinema profesyoneli olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, katılımcılardan biri hem üniversitede öğretim görevlisi hem de profesyonel sinema yapımcısı olarak faaliyet göstermektedir. Elde edilen bu veriler, araştırmanın katılımcı profili açısından önemli bir çeşitliliği yansıtmaktadır.

Elde edilen bulgulara göre, ön hazırlık süreci altında değerlendirilen unsurlar arasında proje öncesi kitle fonlama bilgisi, proje sahibi veya fon sağlayıcı deneyimleri, hedef miktar, fon toplama süresi ve proje ödül sayısı gibi unsurlar yer almaktadır. Katılımcıların proje öncesi kitle fonlama bilgisine yönelik analizde, beş katılımcının bu konuda bilgisiz olduğu, sekiz katılımcının ise bilgi sahibi olduğu tespit edilmiştir. Bilgi sahibi katılımcıların genellikle bu konudaki bilgi birikimlerini, çevrelerindeki insanların kitle fonlama projelerine katılımı yoluyla elde ettikleri gözlemlenmiştir.

Bu bulgular, katılımcıların kitle fonlamasıyla ilgili bilgi seviyelerinin, çevresel etkileşimler ve deneyimler aracılığıyla oluştuğunu göstermektedir. Çevresel etkileşimlerin ve kişisel deneyimlerin, kitle fonlama konusundaki bilgi ve ilgi düzeylerini artırıcı bir faktör olduğu belirlenmiştir. Bu durum, kitle fonlamasının benimsenmesinde bireyler arasında önemli bir etkileşimin bulunduğunu ve kendi çevresindeki katılımcıların deneyimlerinden öğrenme eğiliminin yüksek olduğunu işaret etmektedir.

Kitle fonlama platformlarında proje sahibi olma durumunun incelenmesi sonucunda, dört katılımcının bu alanda deneyime sahip olduğu belirlenmiştir. Bu deneyim sıralamasında, kitle fonlaması aracılığıyla beş projeyi başarıyla finanse eden Nurdan Tümbek Tekeoğlu birinci sırada yer almakta, üç projeye Onur Canpek ikinci sırada, iki projeye Özgürcan Uzunyaşa üçüncü sırada ve bir projeye Onur Güler dördüncü sırada yer almaktadır. Bu sonuçlar, kitle fonlamasına daha önce katılan ve projelerini başarıyla finanse eden proje sahiplerinin bu sistem hakkında daha bilgili olduklarını ortaya koymaktadır.

Kitle fonlama platformlarına fon sağlayıcı olarak katılan altı katılımcı incelendiğinde, bu kişilerin genellikle birden fazla projeye fon sağladığı gözlemlenmiştir. Ayrıca, fon talebinde bulunan proje sahiplerinin aynı zamanda fon sağlayıcı olarak da aktif oldukları ve bu şekilde kitle fonlama sistemi içinde tanınırlıklarını artırmaya çalıştıkları görülmüştür. Katılımcıların genel olarak, tanıdık çevreleri dışında bağış sağlayıcı bulma konusunda başlangıçta zorluklar yaşadıkları ancak birkaç başarılı proje sonrasında bu zorluğu aştıkları tespit edilmiştir. Bu durum, katılımcıların, başarı elde ettikçe daha geniş bir bağışçı kitlesiyle etkileşimde bulunabilme becerisini geliştirdiklerini göstermektedir. Bu nedenle, katılımcılara,

sisteme olan katkılarını sürdürmeleri ve tanınırlıklarını proje sahibi ve fon sağlayıcı olarak artırmaya odaklanmaları gerektiği tavsiye edilebilir. Bu analiz, kitle fonlama sürecinde katılımcıların karşılaştığı zorlukları aşma ve başarı elde etme stratejilerini anlamak açısından önemli bir ışık tutmaktadır.

Katılımcılar, kendi projeleri için hedef tutarlarını belirlerken ihtiyaçlarını ve hesaplamalarını temel alarak bu miktarları tespit etmişlerdir. Araştırma sonucunda, katılımcı projelerinin hedef tutarlarının genellikle 3.400 TL ile 38.000 TL arasında değiştiği saptanmıştır. Katılımcılar, belirledikleri hedef tutarların çoğu zaman yetersiz kaldığını belirtmiş ve bu durumun ülkede yaşanan enflasyon dalgalanmalarından etkilendiğini ifade etmişlerdir.

Katılımcı olan bir film projesi örneğinde, film çekim masraflarının yanı sıra yurtdışı festivallere katılım ücretlerini karşılamak amacıyla platformu kullandığı gözlemlenmiştir. Bu durum, hedef miktarın belirlenmesinde öngörülme-yen masrafların ve değişken faktörlerin hesaba katılması gerektiğini vurgulamaktadır.

Hedef miktarın belirlenmesinde, her türlü olasılığın hesaplanması ve ihtiyaçların dikkatlice göz önünde bulundurulması gerektiği, özellikle finansal dalgalanmaların ve beklenmedik harcamaların projeyi etkileyebileceği konusunda katılımcılara tavsiyelerde bulunulabilir. Bu durum, hedef miktarın projenin tüm gereksinimlerini karşılaması için detaylı bir planlama ve hesaplama gerektirdiğini vurgulamaktadır.

Proje sahipleri, kampanya tarihlerini belirleme konusunda kendi araştırmalarından elde ettikleri verilerin yanı sıra bazıları kişisel tahminlerine dayanarak kararlar almıştır. Katılımcıların geneli, projenin yapım aşamasının başlamasına yakın veya hemen öncesinde bir kampanya tarihi seçmiştir. Bu tercihin temel sebebi, destekçilerin fonlama sonrası verdikleri desteğin sonuçlarını hızlı bir şekilde görmek istemeleridir. Katılımcılar, kampanya süresi ile film yapım süresi arasında anlamlı bir süre farkı olmamasını tercih etmiştir.

Katılımcılar genellikle platformun belirlediği süre sınırını en sonuna kadar kullanmıştır. Bu, katılımcıların projelerinin tanıtımı, fon toplama süreci ve yapım aşaması arasındaki dengeyi sağlamak amacıyla platformun sunmuş olduğu zaman çerçevesini dikkate aldıklarını göstermektedir. Bu bulgular, proje sahiplerinin kampanya tarihlerini belirlerken destekçilerin beklentilerini ve projenin gelişim sürecini dikkate aldıklarını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, platformun

koyduğu süre sınırlarının kampanya planlamasında önemli bir rol oynadığı belirlenmiştir.

Katılımcıların fon toplama sürecinde belirlediği ödüllerin sayısı 7 ile 9 arasında olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılar, ödüllerin belirlenmesi aşamasında genellikle ekstra maliyetlerin projeye yük getirmemesine özen göstermişlerdir. Çoğu katılımcı, insanların ödüller için destek sağlamadığını, ancak yine de bu ödüllerin katılımcıları memnun ettiğini belirtmiştir.

Literatürdeki araştırmalar, ödüllerin katılımı teşvik etme konusunda etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak, katılımcıların çoğunluğu, ödüllerin genellikle yardımseverlik motivasyonunu artırmada etkisiz olduğunu ifade etmiştir. Bu sonuçlar, ödüllerin yardımseverlik motivasyonunu artırma potansiyeline sahip olduğunu ancak bu etkinin kişisel ilişkilerin mevcudiyetine bağlı olarak değişebileceğini işaret etmektedir. Bu durum, katılımcıların proje fonlamasında ödüllerin rolünü değerlendirdiğini ve ödüllerin genellikle katılımcıları mutlu ettiğini ancak fonlamada tek başına bir itici güç olmadığını göstermektedir. Ayrıca tanınmış projelere yapılan bağışlarda ödüllerin etkisiz olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Literatürdeki bulgularla uyumlu olarak, ödüllerin katılımı artırmada önemli bir faktör olduğu ancak tanınmış projelerde bu etkinin daha az belirleyici olduğu sonucuna varılabilir. Özellikle kişisel olarak tanımadıkları insanlardan fon toplamak isteyen katılımcıların ödüllerini belirlerken daha dikkatli olması gerektiği söylenebilir.

Sunulan verilere göre, ekip çalışmasıyla yürütülen projelerin sayısının görece fazla olduğu gözükmemekte pratikte ise böyle bir sistemin olmadığı söylenmektedir. Katılımcılar genellikle tek başına proje yürütmeye çalışmaktadır bu durumda katılımcının iş yükünü artırmakta ve projenin başarısını olumsuz yönde etkilemektedir. Kitle fonlama sistemi tanınırlık ve daha çok insana ulaşmayı hedefleyen bir sistem olduğu için projelerin ekiple ilerlemesinin projeye daha olumlu yansıtacağı sonucuna ulaşılabilir. Başarılı bir proje için iyi bir ekip oluşturulmalıdır. Çünkü birlikte, az sayıda da olsa ekip tabanlı ilerleyen projelerin süreci daha olumlu ve yıpranmadan geçirdiği belirlenmiştir. Bu nedenle kitle fonlama projelerinin daha etkili ve sürdürülebilir olabilmesi için katılımcıların iş birliği yapmaları İyi bir ekip oluşturmaları ve farklı becerilere sahip insanları birleştirmesi gerekmektedir.

Proje destekçilerini çeşitli kaynaklardan toplarken düzenli bir sosyal medya stratejisi oldukça önemlidir. Destekçi kitlesini genişletmek isteyen projeler, sadece sosyal medya değil, aynı zamanda geleneksel medya kanallarını da kullanmalıdır. Özellikle destekçilerin yaş ortalamasını yükseltmek isteyen proje sahipleri, bu kanalları tercih ederek katılımcı sayısını artırabilirler. Aile, arkadaş, akraba ve iş çevresi dışından destekçi bulmak isteyen proje sahipleri için geniş bir sosyal ağın önemi büyüktür. Bu sebeple geniş bir sosyal ağına sahip olan katılımcılar, başlangıçta avantajlı bir konumdadırlar. Bu nedenle, kitlesel fonlama ile fon sağlamanın ön koşullarından biri, katılımcıların güçlü sosyal bağlantılara sahip olmalarıdır. Bu bağlantılar, projelerini desteklemek ve destekçi ağlarını genişletmek için kullanılabilir ve bu da projenin başarısını etkileyebilir.

Film projelerinin başarısında, projenin konusu ve içeriğinin belirlenmesinin önemli bir rolü bulunmaktadır. Katılımcıların film projeleri incelendiğinde belirli bir topluluğun ilgi ve ihtiyaçlarına hitap ederek, hedef kitlelerini doğrudan etkilemiş ve bu sayede büyük bir destekçi kitlesi elde etmiş film projeleri bulunmaktadır. Bu durum, projelerin içeriklerinin ve konularının belirli bir topluluğun duygusal, kültürel veya toplumsal bağlamına uygun olmasının önemini vurgular. Film projesi belirlenirken sadece kitle fonlaması için değil, aynı zamanda toplulukların duyarlılığını ve ilgi alanlarını dikkate alarak belirlenmesi gerekir. Film projelerinin sadece estetik ve teknik unsurlarının ötesinde, toplumsal konulara ve belirli toplulukların deneyimlerine duyarlı bir şekilde yaklaşması, destekçi kitlesiyle daha derin bağlar kurmasına yardımcı olarak projenin başarısını artırır.

Başarılı proje yürütmek, birçok faktörün etkisi altında olsa da katılımcılar, tarafından en sık dile getirilen faktörler sosyal çevre, kararlılıkla yapılan çalışma ve diğer projelere destek olma gibi unsurlardır. Diğer projelere destek olmak kitlesel fonlama sürecinde başarıyı etkileyen ve destekçi ağını genişleten unsurlardan biridir. Diğer projelere destek olmak, diğer proje sahipleriyle yapılan iletişimin, fon toplama sürecinde karşılıklı bir destek sağladığına işaret eder. Bu nedenle başarıya ulaşan projelerin sadece kendi iç dinamikleriyle değil, aynı zamanda geniş bir sosyal çevre ve iş birliği ağının da etkisiyle şekillendiği söylenebilir. Proje sahipleri arasında, diğer kitlesel fonlama projelerine katkıda bulunmanın kendi projesine de katkı

sağladığı sonucuna varılmıştır bu nedenle kendi projenizin başarı şansının artması için diğer projeleri de desteklemeniz gerekmektedir.

Özellikle yüksek maliyetli film projeleri, geleneksel finansman yöntemleriyle desteklenmekte zorlanabilir. Bu bağlamda, bağımsız film yapımcıları ve küçük proje sahipleri için kitle fonlaması, özgür bir finans kaynağı sağlama potansiyeli taşımaktadır. Bağımsız sinemayı desteklemek isteyen insanlar, kitlesel fonlama platformları aracılığıyla bağış veya yatırım yaparak projenin bütçesine katkıda bulunma fırsatına erişmektedir. Bu durum, kitlesel fonlamanın özellikle bağımsız sanat ve film projelerinin hayata geçirilmesi için önemli bir finansman kaynağı olarak gelecekte daha çok öne çıkacağını göstermektedir.

Kitlesel fonlama, özgür bir finans kaynağı olarak projenin başlangıcından belirli bir aşamaya kadar olan süreci destekleyebilir; ancak bu süreçte projenin kreatif yönetimi ve izleyiciye ulaşma stratejileri üzerinde ilerleyen süreçlerde kontrol kaybı yaşanabilir. Bu nedenle projeyi destekleyen kitlenin beklentileri ve talepleri, gerçekleştirilirken filmin başlangıçtaki vizyonundan sapmamaya ve yapılan değişikliklerin orijinal tasarımı etkilememesine dikkat edilmelidir. Bu uyarılara dikkat edilmezse projenin beklenen niteliğini düşürebilir ve filmin daha geniş bir izleyici kitlesi için daha erişilebilir hale getirilmesi amacıyla yapılan değişiklikler, projenin estetik ve sanatsal değerini azaltabilir.

Sonuç olarak, kitle fonlamasıyla desteklenen sinema projelerinin, finansman elde etme avantajlarına rağmen, kreatif bütünlüklerini ve izleyicilere özgünlüklerini sürdürme konusunda dikkatli olması gerekmektedir.

Katılımcılar kitle fonlamasının sağladığı olanaklardan memnuniyet duysa da finansal destek kaynaklarının genellikle tanıdık çevrelerden gelmesinden şikâyetçiler. Bu durum, kitle fonlamanın genel potansiyelini kısıtlamaktadır. Bu nedenle daha geniş bir kaynak çeşitliliği elde etmek için yeni stratejilere ihtiyaç vardır.

Bu bağlamda kitle fonlama sistemlerinin tanınırlığını artırmak ve insanların güvenini kazanmak için yapısal düzenlemeler ve yasal çerçevelerin güçlendirilmesi gerekmektedir. Projelerin finansal durumu, ilerleme raporları, harcanan kaynaklar gibi konularda şeffaf bir iletişim kurulabilir. Kullanıcılar fonladıkları projelerin ne şekilde ilerlediğini takip edebilir ve fonladıkları projelerin başarılı olma olasılıklarını daha iyi değerlendirebilirler. Ayrıca, şeffaflık, projenin yönetimi ve kullanılan

kaynaklar hakkında açık bir iletişim sağlayarak, kullanıcıların projeye olan güvenini artırabilir ve kitle fonlaması platformları aracılığıyla desteklenen projelerin genel olarak daha sağlam ve güvenilir olmasına katkıda bulunabilir. Yapılan bu düzenlemeler kullanıcıların daha geniş bir kitlenin desteğini çekebilmesini sağlayabilir.

Sonuç olarak, kitle fonlama sisteminin potansiyelini en üst düzeye çıkarmak için, daha geniş çaplı tanınırlık ve güveni artıracak yasal düzenlemelerin yanı sıra, yeni stratejilerin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu adımlar, kitle fonlamanın etkinliğini artırabilir ve genel olarak kullanıcı memnuniyetini ve güvenini güçlendirebilir.



KAYNAKLAR

- Açıkgöz, B., Ayanoglu, Y., & Yanık, S. S. (2020, Nisan). Muhasebe Bakış Açısından Bağış (Yardım) Ve Ödüle Dayalı Kitlese Fonlama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, s. (86):57-78.
- Açıkgöz, B., Mutlu, D., & Kesebir, M. (2019). *Bankacılık Sektöründe Düzen Bozucu Inovasyon: Kitlese Fonlama* (Cilt 2). Akademisyen.
- Akarçay, Ö., & Akarçay Ulutaş, D. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Nicel Karma Nitel Tasarımlar İçin Bir Rehber*. Eğitim Kitabevi.
- Akbaş, S. Y. (2019, Ağustos). Girişimciler Ve Yatırımcıları Buluşturan Alternatif Finansman Yöntemi: Kitlese Fonlama. *Girişimciler Ve Yatırımcıları Buluşturan Alternatif Finansman Yöntemi: Kitlese Fonlama*. Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktaş, S. (2018). Kitlelerin Çevrim İç Ortamlarda Sanat Üretimine Katılımı Ve Kitle Kaynak Uygulamaları: “Transformers Premake”. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(36), s. 259-286.
- Anadolu, B. Üreticinin ‘Çevrimiçi’ Hali: Kitle Kaynak Yöntemi (Crowdsourcing).
- Anbar, A. (2020, Ekim). Girişimcinin Finansmanında Alternatif Bir Yöntem: Kitlese fonlama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, s. 237-254.
- Arslan, E. (2011). 2000’li Yıllar Öncesi ve Sonrasında Türk Sineması’nda Kullanılan Yapım Kaynaklarının Değerlendirilmesi. (25), s. 17-32. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/susbed/issue/61802/924452> adresinden alındı
- Ata, F. İ. (2018, Haziran). Yeni Nesil Finansman Yöntemi Olarak Kitle Fonlama: Türkiye Potansiyeli. , 16(02), 273-296. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(02), s. 277.
- Atsan, N., & Erdoğan, E. O. (2015, Nisan). Girişimciler İçin Alternatif Bir Finansman Yöntemi: Kitlese Fonlama (Crowdfunding). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, s. 297-320.
- Ayhan, A. T. (2018). Film Yapımlarında Yapım Sonrası (Post Production) Aşamaları Ve Uygulama Örneği. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ayhan, F. (2019). Girişimcilik Finansmanında Dijital Bir Çözüm Olarak Kitlese Fonlanan Girişimler Üzerine Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*, 42. İstanbul.
- Baltacı, A. (2018). Nitel Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri Ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), S. 231-274.

- Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), s. 368-388.
- Berdan, B. (2009). Türkiye’de Film Yapım Sürecinde Dijital Dönüşümün Yapım Şirketleri Üzerindeki Etkisi. T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Bilişim Bilim Dalı.
- Bozkurt, C. (2018). Film Yapım Süreçlerinin Ve Film Pazarlama Çalışmalarının Dağ II Filmi Üzerinden İncelenmesi. Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Conkar, M. K., & Canbaz, M. F. (2018). Kitle Fonlaması Finansman Yöntemi: Türkiye’de Sistemin Geliştirilmesine Yönelik Öneriler. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, s. 120.
- Çeliktemel-Thomen, Ö. (2010, Haziran). Osmanlı İmparatorluğu’nda Sinema ve Propaganda (1908-1922). *Kurgu Online International Journal of Communication Studies*.
- Demirel Arıcı, N., & Ovalı, M. (2022). Yeni Nesil Finansman Yöntemlerinin İncelenmesi: Kitle Fonlaması Ve Kripto Para İlk Halka Arzı. P. D. BAKIRTAŞ içinde, *Geçmişten Günümüze Para Bankacılık ve Finans Tartışmaları* (s. 74). Ekin Yayınevi.
- Diker, C. (2020, Ekim 28). 2005-2020 Yılları Arasında Verilen Film Destekleri Üzerine Eleştirel Ekonomi Politik Bir Değerlendirme. *İnsan&İnsan*, 7(26).
- Ekici, O., Sırma, İ., & Aytürk, Y. (2019). Alternatif Finansman Yöntemi Olarak Kitle Fonlaması ve Yenilikçilik İlişkisi. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar*, 13(2), s. 218.
- Erkılıç, H. (2011). Sinema Politikaları Çerçevesinde Filmlere Sağlanan Devlet Desteği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 33, s. 57-71.
- Erkılıç, H. (2016). Sinema Politikaları Çerçevesinde Filmlere Sağlanan Devlet Desteği. *0*(33).
- Görgülü, G. (2023, 01/07). *Dünya*. dünya.com: <https://www.dunya.com/kose-yazisi/sanal-imece-veya-kitle-fonlamasi/9434> adresinden alındı
- Gürler, C. (2022). Kitle Fonlaması İle İlgili Yayınlanmış Makalelerin Bibliyometrik Analizi. *Ardahan University Journal Of The Faculty Of Economics & Administrative Sciences/Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2).
- Gürler, C. (2022). Kitlelerin Gücü Adına Güç Bende Artık: Başarılı Kitle Fonlaması Projelerin Özelliklerinin Tespit Edilmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 24(1), 280-289.
- <https://www.berlinale.de/en/wcf/home/welcome.html>. (2023, Mayıs 01). World Cinema Fund: <https://www.berlinale.de/en/wcf/home/welcome.html> adresinden alındı

[https://www.coe.int/en/web/portal/home.\(2023.0501\).https://www.coe.int/en/web/portal/home](https://www.coe.int/en/web/portal/home.(2023.0501).https://www.coe.int/en/web/portal/home): <https://www.coe.int/en/web/portal/home> adresinden alındı

İlhan, M. (2012). Türkiye Sinema Endüstrisi ve Ortadoğu Pazarındaki Payı. İstanbul: Marmara Üniversitesi Ortadoğu Araştırmaları Enstitüsü Ortadoğu İktisadi Anabilim Dalı.

İşler, S. T. (2014). Modern Finansmanda Yeni Bir Dönem: Kitlese Fonlama – Crowdfunding. *Gösterge*, s. 24-52.

Karaca, Ö. (2007). Sinemanın Doğuşu. Ankara.

Kılıç, E. M. (2021). Dijital Tek Pazarda Film Finansmanı: Bölgeselliğin Zorlukları. *Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi*, 7(1).

Kırel, S., & Aktaş, S. (2016). Seyirci ve Film Üretim İlişkisinde Yeni Yaklaşımlar: Kitlese Fonlama Uygulamaları ve Türkiye’deki Deneyimler. *Sinecine: Sinema Araştırmaları Dergisi*, 7(1), s. 103-137.

Liman, A. S. (2011). Türk Sinemasının İlk Yıllarında Çekim Sonrası Üretim ve Teknik Altyapı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(40), s. 37-52.

Mediha Nur Onur, Ö. D. (2015). *Kitle Fonlaması*. T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Çalışma Raporları.

Mollick, M. R. (2014, January). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of business venturing*, s. 29(1), 1-16.

Onur, M. N., & Değirmenci, Ö. (2015, Haziran). Crowdfunding-Kitle Fonlaması. 7.

Özön, N. (2010). *Türk Sineması Tarihi (1896-1960)*. Doruk Yayınları.

Pösteği, N. (2004). *1990 Sonrası Türk Sineması* (Cilt 2). Es Yayınları.

Rakım Çalapala. (1948). Filmlerimiz. Yerli Film Yapanlar Cemiyeti Yayınları.

Saydam, B. (2020, subat). Türk Sineması’nın Tarihine Genel Bir Bakış. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 18(36), s. 401-424.

Scognamillo, G. (2008). *Cadde-i Kebir’de Sinema*. İstanbul: Agora Kitaplığı.

Sinema Genel Müdürlüğü. (2023, Nisan 28). <https://sinema.ktb.gov.tr/>: <https://sinema.ktb.gov.tr/TR-143751/iletisim.html> adresinden alındı

Sivas, A. (2007). Türk Sinemasında Bağımsızlık Anlayışı Ve Temsilcileri. Türkiye: Marmara Üniversitesi.

Şahinoğlu, E. (2019, Temmuz). Kitlese Fonlamada Başarı Faktörleri: Türkiye’de Ödül Bazlı Kitlese Fonlama Projelerinin Durumu . T.C. Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

- Tanrıöver, H. U. (2011). *Türkiye’de Film Endüstrisinin Konumu ve Hedefleri. İstanbul*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Tekeoğlu, N. (2015, Ekim 17). Kitlese Fonlama İle Alternatif Film Finansmanı Oluşturma Ve Bir Film Analizi: Sıra Dışı İnsanlar. *International Journal Of Social Science*(38,), s. 295-302.
- Tunç, E. (2012). *Türk Sinemasının Ekonomik Yapısı (1896-2005)*. Doruk Yayınları.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri*. (2023, Ocak Salı). <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Ünsal, S. (2017). *Kitlese Fonlama: İş Yapma Yöntemini Değiştirecek Yeni Sistem*. İstanbul: Ceres Yayınevi.
- Yavuz, D. (2012). *Türkiye Sinemasının 22 Yılı*. İstanbul: : Antrakt Sinema Kitaplığı.
- Yıldız, G. (2006). Bankacılık Sektöründe Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesinde Mali Tablolar. İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldız, Z., & Durgun, A. (2010). 2008 Küresel Ekonomik Krizi Ve Turizm Sektörü Üzerine Etkileri . i , 2 (1) ,. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, s. 1-15.
- Zavialova, S. (2021). *FinTech Report 2021 –Alternative Financing*. Statista Digital Market Outlook.
- Zengin, B. (2022, Ocak). Makroekonomik Değişkenlerin Kitle Fonlama Sistemlerinin Gelişimine Etkisi: AB Ülkeleri Üzerine Bir Uygulama. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 1275-1291.
- Zholdyuly, A. (2022). Türkiye Kitle Fonlaması Platformlarının Analizi. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 74.
- Zholdyuly, A. (2022, Mart). Türkiye Kitle Fonlaması Platformlarının Analizi. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), s. 72-84.

EKLER

Ek 1: Etik Kurul Onayı

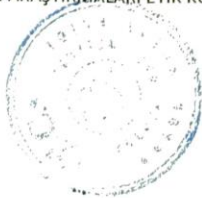
T.C

PROTOKOL NO: 2023/111

YALOVA ÜNİVERSİTESİ
İNSAN ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU KARARI

ARAŞTIRMA BAŞLIĞI	Film Sektörüne Özgür Sermaye Kaynağı: Kitle Fonlaması
ARAŞTIRMANIN TÜRÜ	1- Nitel araştırma 2- Yüksek Lisans Tez Çalışması
ARAŞTIRMACILAR	1- Sorumlu Araştırmacı: Yüksek Lisans Öğrencisi Mehtap DEMİR 2- Tez Danışman bilgileri: Dr. Öğr. Üyesi Cem GÜRLER 3- Yardımcı Araştırmacı: Dr. Öğr. ÜYESİ Cem GÜRLER
KARAR	Etik Onay Verilmesine Karar Verildi.

Prof. Dr. Bülent RİGİT
İNSAN ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU BAŞKANI



TARİH
20.07.2023

Ek 2: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Protokolü

YALOVA ÜNİVERSİTESİ İNSAN ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU

AYDINLATILMIŞ ONAM FORMU

Sizi Mehtap Bedir ve Dr. Öğr. Üyesi Cem GÜRLER tarafından yürütülen “Film Sektörüne Özgür Sermaye Kaynağı: Kitle Fonlaması” başlıklı araştırmaya davet ediyoruz. Bu araştırma ile sistemde başarılı olarak bağışçılardan istenilen fonu almayı başaran film projelerinin; kitle fonlaması öncesinde, sırasında ve sonrasındaki süreçlerini inceleyip, analiz etmek amaçlanmaktadır. Araştırmada önceden hazırlanmış sorular ile görüşmeler online veya yüz yüze gerçekleştirilecektir. Araştırmada sizden tahminen 30-60 dakika ayırmanız istenmektedir. Bu çalışmaya katılmak tamamen **gönüllülük esasına** dayanmaktadır.

Çalışmanın amacına ulaşması için sizden beklenen, bütün soruları eksiksiz, kimsenin baskısı veya telkini altında olmadan, size en uygun gelen cevapları içtenlikle verecek şekilde cevaplamanızdır. Bu formu okuyup onaylamanız, araştırmaya katılmayı kabul ettiğiniz anlamına gelecektir. Ancak, çalışmaya katılmama veya katıldıktan sonra herhangi bir anda çalışmayı bırakma hakkına da sahiptir. Bu çalışmadan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacak olup kişisel bilgileriniz **gizli tutulacaktır**; ancak verileriniz yayın amacı ile kullanılabilir.

“Bilgilendirilmiş Gönüllü Olur Forumu’ndaki tüm açıklamaları okudum. Bana, konusu ve amacı belirtilen araştırma ile ilgili yazılı ve sözlü açıklama, aşağıda adı belirtilen kişi tarafından yapıldı. Araştırmaya gönüllü olarak katıldığımı, istediğim zaman gerekçeli veya gerekçesiz olarak araştırmadan ayrılabileceğimi ve kendi isteğime bakılmaksızın araştırmacı tarafından araştırma dışı bırakılabileceğimi biliyorum. Söz konusu araştırmaya, hiçbir baskı ve zorlama olmaksızın kendi rızamla katılmayı kabul ediyorum.

Açıklamaları Yapan Araştırmacının Adı / Soyadı / İmzası
Gönüllünün Adı / Soyadı / İmzası / Tarih
Gerekliyse Olur İşlemine Tanık Olan Kişinin Adı / Soyadı / İmzası / Tarih
Gerekliyse Yasal Temsilcinin Adı / Soyadı / İmzası / Tarih

Ek 3: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Protokol Soruları

FİLM SEKTÖRÜNE ÖZGÜR SERMAYE KAYNAĞI; KİTLE FONLAMASI ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA
Yarı Yapılandırılmış Görüşme Protokolü
Etik Duyarlılık
Görüşme yapılan kişi eğer isterse cevapları, adı ve soyadının baş harfleri ile veya anonim olarak değerlendirilecektir. Ses kaydı yapılacaksa, görüşme yapılan kişinin rızası alınacaktır. Çalışma verileri, yalnızca akademik amaçla kullanılacaktır.
Görüşmenin Tarihi:

Görüşmenin Şekli:
Görüşmenin Süresi:
Görüşme Yapılan Kişi ve Proje Hakkında Bilgiler
Adı ve Soyadı (ya da baş harfleri):
Cinsiyeti:
Yaşı:
Kitle fonlamasında başarılı bir proje gerçekleştirmiş olduğunuz için sizi tebrik ederim. Bu konudaki deneyimlerinizi daha iyi anlamam için öncelikle kendinizi kısaca tanıtır mısınız? Kitle fonlaması konusunda hangi projelerde yer aldınız ve hangi rolleri üstlendiniz?
Kitle fonlaması yoluyla başarılı bir şekilde finanse edilen film projenizden bahseder misiniz? Projeye ilişkin temel ve önemli bilgileri paylaşabilir misiniz?
Kitlesel Fonlama Kampanyası Öncesindeki Süreç: Kitle fonlama platformuna katılmadan önce proje ile ilgili deneyimler
1. Kitle fonlama sistemiyle ilk tanışmanız ve kitle fonlamaya dair düşünceleriniz hakkında, deneyimlerinizi paylaşır mısınız? Kitle fonlama sisteminde fon sağlayıcı olarak yer aldınız mı? 2. Kitle fonlaması ile finanse ettiğiniz başka projeleriniz oldu mu? Olduysa bu projelerinizi nasıl seçtiniz ve kitle fonlaması kullanmayı neden tercih ettiniz? 3. Projeniz platformda yayınlanmadan önce kampanya için hazırlık yapma süreciniz nasıl ilerledi? Neler yaptınız ve hangi adımları izlediniz? 4. Kitle fonlaması yöntemiyle finanse ettiğiniz projeniz için, hangi platformu seçtiğinizi belirlemek adına hangi kriterleri dikkate aldınız ve bu süreç nasıl ilerledi? 5. Kitle fonlaması kampanyası için platformda bir sayfa hazırlarken hangi adımları izlediğinizi açıklar mısınız? 6. Kendi kitle fonlama kampanyanızda kampanya süresini belirlerken hangi faktörleri dikkate aldınız? Platformun süre sınırlarını da göz önünde bulundurarak kampanya süresine nasıl karar verdiniz? 7. Kitle fonlaması kampanyalarında ödüllerin fon sağlayıcılar üzerindeki etkisi hakkındaki görüşünüz nedir? Kendi kitle fonlama kampanyanızda, fon sağlayıcıları için ödüller belirlediniz mi? Ödüllerin seçiminde nelere dikkat ettiniz ve ödüllerin kampanyanızın başarısına

katkısı oldu mu?
Kitlesel Fonlama Kampanya Süreci: Proje kitle fonlama sitesinde yer aldıktan sonra fonlama sürecinde yaşananlar
8. Kampanya sürecinde çalışma ekibi oluşturarak mı yoksa tek başınıza mı çalıştınız? Çalışma süreciniz nasıldı ve kampanya başarınıza ne tür katkılar sağladı. 9. Kampanyanıza destek verenlerin profillerini incelediniz mi? Destekçilerinizin çoğunluğunu oluşturan ortak bir özellik var mı? Bu özellik, projeniz ve hedef kitleniz hakkında size ne tür bilgiler sağladı? 10. Kampanya boyunca fon artışınızın grafiği nasıldı? Hangi faktörler fon artışınızı etkiledi? Fon artışı grafiğindeki trendler size projeniz hakkında ne tür bilgiler sağladı ve gelecekteki kitle fonlaması projeleriniz için hangi dersleri çıkardınız? 11. Projenizin reklamını yapmak için kitle fonlama platformu dışında hangi kanalları kullandınız? Bu kanalların projenizin başarısına etkisi ne oldu? Başka kitle fonlama projeleri yapacaklara hangi kanalları önerirsiniz? 12. Fonlama sürecinde en çok zorlandığınız konular nelerdi? Bu konulardaki sorunlarla nasıl başa çıktınız veya nasıl çözüm buldunuz? Benzer durumlarla karşılaşanlara önerileriniz nelerdir?
Kitlesel Fonlama Sonrası Süreç: Proje için gereken miktar toplandıktan sonra projenin gerçekleştirilme aşaması
13. Kitle fonlama kampanyanızın başarısının altında yatan en önemli faktör sizce nedir? Bu faktörün önemi nedir ve gelecekteki kitle fonlaması projelerinde ne gibi faydalar sağlayabilir? 14. Fonlama sürecinin ardından proje gerçekleştirme aşamasında edindiğiniz deneyimleri paylaşabilir misiniz? Bu deneyimleriniz, kitle fonlaması yönteminin projelerin gerçekleştirilmesindeki etkisine ilişkin neler söylersiniz? 15. Projenizde belirlenen ödülleri fon sağlayıcılarına iletmede herhangi bir sıkıntı yaşadınız mı? Eğer yaşadıysanız, bu sorunların nedenleri nelerdi ve nasıl çözdünüz? 16. Kitle fonlaması sonrasında proje yönetimi açısından (bütçe yönetimi,

takım yönetimi, paydaş ilişkileri, proje planlama ve süreç yönetimi) dikkat edilmesi gereken unsurlar nelerdir ve yaşadığınız sorunların çözümü için önerileriniz nelerdir?

17. Projenizi hayata geçirirken edindiğiniz deneyimlerden yola çıkarak, gelecekteki projeleriniz için kitle fonlamasını tercih etmeyi düşünüyor musunuz? Bu deneyimlerinizi dikkate alarak, kitle fonlamasının avantajları ve dezavantajları arasındaki dengeyi değerlendirerek karar vereceğinizi belirtebilir misiniz?

18. Kitle fonlaması kullanarak finanse ettiğiniz film projesinin ödüllendirilip ödüllendirilmediği konusunda bilgi vermenizi rica ederiz. Eğer ödüllendirildiyse, hangi ödüllerin kazanıldığını bizimle paylaşabilir misiniz?"

Son olarak, kitle fonlaması konusunda eklemek istediğiniz veya paylaşmak istediğiniz herhangi bir bilgi veya deneyim var mı?

Değerli vaktiniz için teşekkür ederim.

ÖZGEÇMİŞ

Orta öğrenimini Kocaeli’nde tamamladı. 2007 yılında kazandığı İstanbul Üniversitesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümünden 2011 yılında mezun oldu. 2015 yılında atandığı milli eğitim bakanlığı radyo televizyon öğretmenliği görevini hala sürdürmektedir.



TEZDEN TÜRETİLEN YAYIN VE ESERLER

Bedir M. ve Gürler C. (2022, Aralık). Film Sektörüne Özgür Sermaye Kaynağı Kitle Fonlaması. Uluslararası Marmara Sosyal Bilimler Kongresi Imascon 2022 Autum, Kocaeli, Türkiye

