

T.C.
MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
SİNEMA-TV ANASANAT DALI
SİNEMA-TV PROGRAMI

TÜRKİYE'DE FİLM DAĞITIM ALANINDAKİ TEKELLEŞME SORUNU
(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Hazırlayan:
Erol KARAKAYA
20162305004

Danışman:
Prof. Alev İDRİSOĞLU

İSTANBUL
Temmuz 2020

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	I
ÖZET	II
SUMMARY.....	IV
1. GİRİŞ	1
1. 1. Amaç.....	3
1. 2. Kapsam.....	3
1. 3. Yöntem.....	4
2. DÜNYA SİNEMASININ İLK YILLARINA GENEL BİR BAKIŞ	
2. 1. Sinemanın İlk Yılları, Patent Savaşları ve Hollywood'un Doğuşu	5
2. 2. Hollywood'un Yükselişi	10
3. BAŞLANGICINDAN BUGÜNE TÜRK SİNEMASINDA GENEL DURUM	
3. 1. İlk Dönem (1897-1922)	13
3. 2. Muhsin Ertuğrul Dönemi (1922-1939).....	14
3. 3. Geçiş Dönemi (1939-1950).....	15
3. 4. Sinemacılar Dönemi ve Türk Sinemasının Altın Çağı (1950-1975)	18
3. 5. Seyircinin Sinemadan Çekilmesi.....	23
3. 6. Yabancı Dağıtım Şirketlerinin Türkiye'ye Gelişi.....	25
4. TÜRKİYE'DE FİLM DAĞITIM ALANINDAKİ TEKELLEŞME SORUNU	
4. 1. Film Üretiminde ve Seyirci Profilinde Genel Durum.....	29
4. 2. Türkiye'de Faaliyet Gösteren Dağıtım Şirketleri	34
4. 3. Dağıtım: Gücün Merkezi.....	38
4. 4. Dağıtım ve Gösterim Pazarını Genel Yapısı, Tekelleşme ve Türk Sinemasına Etkileri	41
5. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ.....	67
6. KAYNAKLAR	77
7. ÖZGEÇMİŞ.....	81

ÖNSÖZ

Eğitim yaşamım boyunca ilgisini ve desteğini eksik bırakmayan, bu çalışmayı yapmam için bana cesaret veren; bilgi ve tecrübelerini aktarmayı her zaman yüksek bir görev bilmiş, danışmanım, Prof. Alev İdrisoğlu'na iten teşekkürlerimi sunarım.

Başta, ilerleyen yaşına rağmen görevini büyük bir tutkuyla sürdüren, ülkemizdeki tek sinema arşivinin kurucusu ve sinema eğitiminin öncüsü hocam, Prof. Sami şekeroğlu'na, ayrıca; Prof. Asiye Korkmaz, Prof. Cem Odman, Prof. Yüksel Aktaş, Dr. Öğretim yesi Mert Atalar, Dr. Öğretim yesi Esra Eren ve Arş. Gör. Hande ge'ye, teşekkür ederim.

Temmuz 2020

Erol Karakaya

ÖZET

Türk sinemasının kendine özgü dağıtım ve gösterim sistemini yitirdiği 1980'li yıllardan günümüze, yabancı dağıtım şirketlerinin egemenliği altına girmiştir. Amerikan film şirketlerinin hakimiyetiyle başlayan tekelleşme süreci, CJ CGV Entertainment adlı Güney Koreli şirketin son yıllarda, bu alandaki faaliyetleri ve yükselişiyle devam etmiştir. WB, UIP, Disney gibi Amerikan şirketlerini bile geride bırakan CJ CGV Entertainment, 2016 yılında Mars Grubu satın alarak Türkiye pazarına girmiş; yapım, dağıtım, gösterim ve reklam alanlarında faaliyet göstererek, sinema endüstrisinin tek hakimi konumuna yükselmiştir.

Yapım, dağıtım ve gösterim ağlarını birleştirerek dikey bütünleşmeye giden CJ CGV, tekelinde bulundurduğu salon sayısının çokluğu nedeniyle, ezici ve rekabeti önleyici bir güç oluşturmuştur. CJ CGV, ülkemizdeki hemen hemen yarısını tekelinde bulundurduğu sinema koltuğu ve perde sayısının yanı sıra, yıllık seyirci sayısının da yarısına hakimdir.

Yalnızca kâr etme güdüsüyle hareket eden tröst yapısı; bağımsız üreticiyi, işletmeciyi ve bağımsız filmleri görmezden gelerek, ülke sinemasındaki çok renkli ortamı yok edecek düzeye gelmiş, furya sinemasının yükselişine zemin hazırlamış ve ateşleyici bir güç olmuştur. 1970'li yıllarda aileleri salonlardan uzaklaştıran seks filmleri furyasını andıran kaba komedi filmleri furyası, belli bir seyirci kitlesinin salonlardan uzaklaşmasına neden olmuş, sömürüye açık, sorgulamadan tüketen genç bir seyirci kitlesi yaratmıştır.

Seyirci sayısı, yılda 60-70 milyona ulaşmasına rağmen, 500 binin üzerinde izlenen film sayısı 10'u geçmemektedir. Yıllık hasılatın yarısından fazlası az sayıda film arasında paylaşılırken, geriye kalan yüzlerce filmin seyirci ile buluşmasına ve yeterli süre vizyonda kalınmasına izin verilmemektedir. Örneğin; iki film aynı anda ülkedeki salonların 1700'ünde

gösterime girebiliyor ve haftalarca vizyonda kalarak bütün sezonu kapatabiliyor. Apaçık ortada olan bir dayatma yöntemiyle, seçim yapma hakkı elinden alınan seyirci; mevcut düzenin öznesi değil, nesnesi konumundadır.

Araştırma sonucunda, ortaya çıkan bulguların gösterdiği üzere; ülke sinemasını yasalarla koruyacak, tekelleşmeyi önleyici yeni düzenlemelere ihtiyaç vardır.



SUMMARY

Turkish cinema has been dominated by foreign distribution companies since the 1980s, which marks the disappearance of its unique distribution and screening system. The monopolization process, starting with the domination of American film companies, has continued with the operations and rise of the South Korean company called CJ CGV Entertainment in recent years. CJ CGV Entertainment, even outpacing American companies such as WB, UIP and Disney, entered the Turkish market with the purchase of Mars Group in 2016. It has become the supreme force within the cinema industry by operating within the sphere of production, distribution, display and advertisement.

CJ CGV, which opted for vertical integration through combining production, distribution and display networks, has evolved into an overwhelming and anti-competitive power thanks to the large number of movie theaters monopolized by the company itself. As well as controlling almost half of the cinema seats and curtains all around our country, the company also dominates half of the annual audience.

Its trust structure –operating on the sole motive of making profit– has gradually destroyed the vibrant atmosphere in the country's cinema and laid the groundworks for the rise of popular cinema, in this way, became an igniting force by ignoring the independent producer, operator and independent movies.

In the 1970s, rough comedy movies, much like the craze of the sex movies that pulled families apart from the theaters, caused a certain part of the audience to move away from the theaters and created a young audience open for exploitation and consuming unquestioningly.

Although the number of spectators reaches 60-70 million annually, the number of movies being watched by over 500.000 people is no more than ten. While more than half of the annual revenue is shared among a small number of movies, hundreds of movies are not even allowed to meet the audience or remain in theaters for a sufficient time. Two movies, for instance, can be simultaneously displayed at 1.700 of the theaters in the country, and they can be screened for weeks closing the whole season. The audience is robbed of the right to make a choice through an obvious method of imposition and becomes the object –rather than the subject– of the existing order.

The findings of this research suggest that there is a need for new set of regulations to prevent monopolization and protect the country's cinema by the virtue of law.

1. GİRİŞ

Teorik temelleri Rönesans dönemine kadar uzanan görüntüyü tespit etme çabaları, bilgi birikiminin artması ve teknolojik olanakların gelişmesiyle mümkün olabilmıştır. Camera Obscura'dan, Sinematograf'a kadar geçen uzun zaman diliminde, birçok mucit ve bilim adamı görüntü teknolojisinin gelişmesine katkı sağlamıştır. Sonuçta, Lumire Kardeşlerin geliştirdiği "Sinematograf" adlı cihaz sinemanın doğuşunu müjdelemiştir. Geliştirilen bu teknoloji ilk yıllarda yalnızca belli bir anı kaydetme ve yeniden izlenebilmesini sağlamıştır, ancak zamanla yaratıcı kişilerin devreye girmesiyle birlikte; sinemaya hikâye unsuru eklenmiş, dil gelişmiş ve sinemanın bir sanat dalı haline gelmesini sağlamıştır.

19. yüzyılın ilk yarısında fotoğraf aygıtının, yüzyılın sonlarında ise sinematografin icadıyla birlikte teknoloji öncesi çağ ile günümüz arasında önemli bir fark oluşmuştur. Temelde insanoğlunun yaratma ve hikaye anlatma güdüsü, geçmiş çağlarda da bugün de benzer olmakla birlikte; teknolojinin gelişimi, ses ve görüntünün kaydedilerek yeniden üretilebilmesi, görüntüler imparatorluğu olarak adlandırabileceğimiz yeni ve heyecan verici bir çağın başlamasını sağlamıştır. Artık roman, tiyatro ve diğer sanatlar değil, modern insanın yaşamını kavrayan, perdede heyecanlarını ve tutkularını olduğu gibi görmesini sağlayan bu yeni sanat dalı, kitleleri peşinden sürükleyecek ve onlara daha önce görmediği dünyaları gösterecektir. Bu bakımdan, ortaya çıktığı günden bugüne kitleleri peşinden sürüklemiş; duygu, düşünce ve fikir iletmesi bakımından toplumla bütünleşmiş, birbirlerini karşılıklı olarak koşullandırmışlardır.

Görüntü diliyle yapılan bu anlatı sanatı, şüphesiz ki yüzyılımızın en önemli ve etkili iletişim aracıdır. Sinemada anlatılan bilmediğimiz dünyalar ve yaşam biçimleri de olsa, olaylar günümüzde, geçmişte ve gelecekte geçiyor olsa da inandırıcıdır, gerçektir ve seyirci birebir olarak bu gerçekle karşı

karşıya kalmaktadır. Sinemanın etkisi ve etkinliği büyük ölçüde bu gerçeklik duygusundan kaynaklanmaktadır.¹

Sinema, kendine özgü bir dile sahip bir sanat dalı olmakla birlikte; yapım süreci içinde gereken kamera, laboratuvar ve diğer teçhizat bakımından teknik, büyük sermayeler ve organizasyonlara ihtiyaç duyması, yüzlerce kişinin emeğine dayanması ve tüketimi olması bakımından ekonomik, kitlesel bir seyirlik olması ve bu yolla insanlar arasında iletişim kurması bakımından ise kültürel bir olgudur. Bu nedenle sinemayı sadece bir sanat, bir iş alanı ya da bir bilim dalı olarak değerlendirmek eksik olacaktır. Karmaşık yapısını çözmek için onu her açıdan etkileyen tüm etkenleri analiz etmek gerekir.²

Sinema endüstrisi, kitle iletişim araçları olan radyo ve televizyon gibi devletlerin özel yatırımları ile değil, doğrudan bu alanda yüksek kar oranları gören özel yatırımcıların elinde doğmuştur. Bu kazanç odaklı endüstriyel yapılanma Fransa'da Pathe şirketinden sonra, ilk ve en büyük atılımını I. Dünya Savaşı ile birlikte Amerika'da gerçekleştirmiştir. Nitekim, Hollywood stüdyo sisteminin kuruluşuyla birlikte Amerika, adeta film üreten bir fabrikaya dönüşmüş ve dünya genelindeki sinemalara kendi ürünlerini pazarlayarak günümüze değin bu alanda egemen konumda olmuştur.

Dünyanın birçok ülkesinde görüldüğü gibi, Türkiye sinema endüstrisinde de dağıtım ve gösterim ağları başta ABD şirketleri olmak üzere, çeşitli yabancı sermayelerin elindedir. Özellikle 1987 yılında Yabancı Sermaye Kanunu'nda yapılan değişiklikle birlikte başlayan ABD egemenliği, son on yıl içinde yerini başkaca uluslararası firmalara bırakmıştır. Dağıtım ve gösterim ağlarının birleşmesiyle sınırsız söz hakkını elinde bulunduran dağıtımıcılar, bu alanda tekelleşme sorununu da beraberinde getirmiştir. Herhangi bir düzenlemeye, koruyucu ve geliştirici yasalara sahip olmayan

¹ Alev Demirbilek (İDRİSOĞLU), Dünya Sinema Tarihi, s.1

² A.g.k. s. 2

Türkiye sinema endüstrisi, bu alanda çarpık ve adaletsiz bir düzenin ortaya çıkmasıyla sonuçlanmıştır. İlerde görüleceği üzere; az sayıda dağıtımıcının sınırsız hakimiyet kurduğu sinema endüstrisinde; film üretmek ve izleyiciyle buluşturmak gittikçe zorlaşmış, küçük işletmeci ve bağımsız yapımcının bütün bu ağlardan dışlanmış olduğu tespit edilmiştir.

1.1. Amaç

Bu çalışmada, Türkiye sinema endüstrisinde yaşanan dağıtım sorunlarını inceledim. Dağıtım tekelinin ortaya çıkmasına zemin hazırlayan nedenleri, adaletsiz ve çarpık bir düzenin sinema endüstrisinde yarattığı sorunları tespit edip, Türk sineması üzerine olumsuz etkilerini ortaya koymayı amaçladım.

1.2. Kapsam

Sinemanın ortaya çıktığı ilk yıllara genel bir bakış, tezin ortaya koyduğu soru ve sorunları anlamayı kolaylaştıracaktır. Bu açıdan; sinemanın ilkin teknolojik bir aygıt olarak bulunuşu, ekonomik açıdan kar getiren bir iş koluna dönüşmesi, zaman içinde yaratıcılığın devreye girmesi ve dilin gelişmesiyle birlikte, kendisine özgü bir sanat dalı olarak varlığını kanıtlayışı, bunun yanı sıra; büyük sermayeler ve organizasyonlarla önemli bir endüstriye dönüşmesi, tezin ikinci bölümünü oluşturmaktadır.

Üçüncü bölüm; geçmişten bugüne Türkiye sinema endüstrisinde yaşanan değişimleri kapsamaktadır. Tarihsel bir sırayla ve genel hatlarıyla ele alınan konular, günümüzü anlamak açısından önem arz etmektedir.

Dördüncü ve son bölüm; Türkiye’de faaliyet gösteren dağıtım şirketlerini, dağıtım ve gösterim pazarının genel yapısını, tekelleşme ve Türk sinemasına etkilerini kapsamaktadır.

1.3. Yöntem

Çalışmanın içeriğini oluşturan bilgiler, yazılı ve görsel kaynaklar (*kitaplar, makaleler, sektör profesyonelleri ile yapılan röportajlar, sektör raporları, boxoffice verileri, Antrakt sinema gazetesi ve Tük verileri, belgeseller*) taranarak derlenmiştir.



2. DÜNYA SİNEMASININ İLK YILLARINA GENEL BİR BAKIŞ

2.1. Sinemanın İlk Yılları, Patent Savaşları ve Hollywood'un Doğuşu

Thomas Alva Edison, Kinetograph ve Kinetoscope'u geliştirmeden önce farklı ülkelerden birçok mucit tarafından çeşitli cihazlar geliştirildi. Fotoğraf tekniğinden beslenen bu aletler, temelde fotoğrafları art arda göstererek izleyende hareket yanılsaması uyandırıyor. Bütün bu çalışmaları izleyen Edison 1887 yılında, kendi kurduğu laboratuvarında, yardımcısı Dickson ile birlikte Kinetograph ve Kinetoscope adlı aletleri geliştirdi. Kinetograph çekim yaparken, Kinetoscope ise onu göstermeye yarıyordu. Ancak Kinetoscope'un en büyük dezavantajı filmleri perdeye yansıtamaması idi. Bu nedenle seyirci, filmi Kinetoscope üzerindeki vizörden izlemek zorundaydı. Kısa bir süre sonra ürettiği cihazın patentini alan Edison, Dickson ile birlikte birçok kısa film çekti ve o dönem için yaygın bir seyirci kitlesine ulaştı. Ayrıca, ürettiği cihazın satışından da büyük kar elde etti.

Bilindiği gibi filmler bu dönemde oldukça ilkel olmakla birlikte, sadece bir yan eğlence ürünüydü. Nitekim, yerleşik salonların kuruluşuna kadar bu durum böyle devam etti. Aynı yıllarda İngiltere ve Almanya'da da çekim ve gösterime yönelik benzer cihazlar üretilerek çeşitli gösteriler yapıldı.

Bu dönemde en önemli çalışma Fransa'da gerçekleşti. Lumiere kardeşlerin Edison'un Kinetoscope adlı aygıtını inceledikten sonra geliştirdikleri Sinematograf adlı cihaz, en gelişkin olanıydı ve çekim yapmasının yanı sıra filmi perdeye de yansıtıyordu. 1895 yılında sinematografin patentini alan Lumiere kardeşler, aynı yıl çeşitli filmler çekti. "Fabrika Çıkışı" ve "Trenin Gara Girişi" adlı filmler, bunlardan en önemlileriydi. Aralık 1895 yılında ise halka açık ilk gösteriyi düzenlediler. Paris'te Grand Cafe'de gösterilen "Trenin Gara Girişi" adlı film, halka açık giriş ücretli ilk gösteri, Lumiere kardeşler de sinemanın kaşifleri olarak tarihe

geçtiler. Çünkü sinematograf, benzerleri arasında en elverişli koşulları bir araya getiren oldukça önemli bir cihazdı.³

Bu tarihten sonra Lumiere kardeşlerin Sinematografı, hemen hemen bütün dünyaya yayılır. Filmler oldukça kısa olmasına rağmen halkın büyük bir ilgisiyle karşılaşır. Öyle ki, bir süre sonra geniş bir ekip kurularak dünyanın dört bir yanına gönderilir ve bu yolla birçok belge film elde edilir. Bunun yanı sıra Lumiere kardeşlerin çektikleri filmlerde; oyuncu, dekor, senaryo, sahne düzeni gibi hiçbir öğeye rastlanmaz. Çektikleri filmler de daha çok aile çevresini, çeşitli komik durumları kapsar. Tek bir kamera açısıyla çekilen bu filmler, yalnızca kısa durumların kaydedilmesinden ibarettir. 1900 yılına gelindiğinde, Lumiere kardeşler sinematografin haklarını Charles Pathe'ye devrederler. Böylelikle Lumiere'ler tarafından ticari bir geleceği olduğuna çok da inanılmayan sinematograf, çok geçmeden Pathe şirketinin elinde ticari bir meta olan sinema filmlerini üreten önemli bir cihaz haline gelir.

Hemen ardından, İngiltere'de Brighton Ekolü olarak adlandıracağımız ekolün üyeleri, Cecil Hepworth ve Charles Urban gibi isimler, işin ekonomik yönünü çok düşünmeden ve deneysel amaçlı olarak, sinema tekniği bağlamında önemli aşamalar kaydederler; sahne devamlılığı, alt açılarının kullanımı, yakın çekim, pan hareketi ve montaj tekniği bu ekol tarafından ilk kez denenmiştir. Ancak bunun en gelişkin örneği önce Edwin Porter'da, zirve noktası ise David Work Griffith'de görülür.

George Melies'e kadar sinemacılar, yalnızca doğayı kaydetmekle yetinirler. Melies'le birlikte sinemaya düş gücünün girmesi önemli bir aşama olarak kabul edilir. "Sindrella", "Dreyfus Olayı" ve en önemlisi 1902 yılında yaptığı "Aya Seyahat" adlı filmiyle birlikte sinemacılar için yeni bir dönemi başlatır.

³ A.g.k. s.12-13

Melies, film aracılığıyla gerçekliği değiştirebilmesi, fantezi niteliğinde kurmaca öyküler anlatabilmesi bakımından önemli bir değişim yaratır. Filmleri; yaratıcılık, filmsel zaman ve mekan gibi sinemanın temel yapı taşlarını barındırsa da; kameranın olanaklarını, çekim ölçeklerini ve kurguyu kullanması bakımından zayıftır. Bu nedenle, sinemanın kendi dilini kurma çabaları içinde önemli olmakla birlikte, belli bir çerçeve içinde kalır. Filmlerinde dikkat çekici olan şey; sahnelerin düş gücüne dayanması, kullandığı geçiş teknikleri, dikkate değer efektler ve ironisidir. Özellikle “Aya Seyahat” adlı filmi, bugün bile şaşkınlıkla izlenir. Jules Verne’in romanından uyarlanan film, bir bilginler topluluğunun aya gezisini konu alır.

İkinci önemli gelişme ise, Edwin Porter’ın öykü ve kurgu tekniği alanında getirdiği yeniliklerdir. 1902 yılında yaptığı “Bir Amerikan İtfaiyecisinin Hayatı” ve ertesi yıl çektiği “Büyük Tren Soygunu” adlı filmler belli bir dramatik yapıya sahip olması, hikayeyi bütünlüklü bir şekilde sunmak için montajdan faydalanması, filmsel zaman ve mekan kullanması bakımından oldukça önemlidir. Melies ve Porter’ın getirdiği bu yenilikler o günün seyircisi üzerinde önemli bir etki bırakır.

1900’lü yıllardan itibaren, sinema tüm dünyaya yayılır ve sayıları az olmayan bir seyirci kitlesine ulaşır. Charles Pathe, şirketleşme ve sinemaya iş bölümü getirme yolunda ilk ciddi adımı atarak bu alanda önemli bir tekel meydana getirir. Melies ve Porter’ın da filmlerini kiralayan Pathe şirketi, sinemayı geniş halk kitlelerine ulaştırmak için bir de gezici sinema faaliyeti başlatır. Kısa bir süre sonra Fransız mali çevrelerin de yardımıyla büyük bir film fabrikası kurar. Özellikle, kendisine bağladığı yönetmen Ferdinand Zecca ile önemli işlere imza atar. Nitekim, 1907 yılına gelindiğinde Pathe şirketi, film yapımının yanı sıra; satın alma, dağıtım, ham film ve araç gereç satışı gibi işlerde de büyük bir başarı elde eder. Dünyanın neredeyse bütün başkentlerinde temsilcilikler açar. Aynı yıllarda İstanbul’da da bir temsilcilik açtığını biliyoruz. 1908 yılında ise, “Societa Cinematographique des Auteurs et Gens de Letters” (S.C.A.G.L.) adlı bir yapı kurarak, dönemin belli başlı

yazarlarını kendisine bağlar. 1903-1909 yılları arasında tüm dünyada egemenliğini ilan eden Pathe şirketinin faaliyetleri, I. Dünya Savaşı yıllarında son bulur ve savaş bitiminde film endüstrisi, Amerikan şirketlerinin eline geçer.⁴

1903 yılında ABD’de açılan ve ilk gösterisini “Büyük Tren Soygunu” ile yapan “Nickelodeon” adlı yerleşik sinema salonu, sinemanın yaygınlaşması ve ekonomik bir güç haline gelmesi için ilk önemli adım olur. 1908’e gelindiğinde “Nickelodeon”lar on binleri aşmış ve sinema geniş halk kitleleriyle buluşmuştur. Haftalık birkaç milyona ulaşan seyirci sayısının büyük bir çoğunluğu; göçmenler ve işçiler olmakla birlikte, her kesimden insanın ilgi gösterdiği bir etkinliğe dönüşür. Sinema, artık müzikhollerde, vodvillerde bir yan eğlence olarak değil, başlı başına kitleleri kendisine çeken bir alan haline dönüşür.

Patent konusu ile ilgili ilk girişimler, 1897 yılında Edison tarafından başlatılır. Sinema alanındaki patent haklarının büyük bir kısmını elinde bulunduran Edison, 1908’de “Motion Pictures Patent Company”i kurarak üye olan şirket ve şahıslar adına, filmlerin izinsiz gösterilmesi ve yeni üretilen cihazların patentsiz kullanımı gibi nedenlerden dolayı beş yüzden fazla dava açar. Bu şirket, Melies ve Pathe’nin de aralarında bulunduğu on şirketi kendine bağlayarak; bağımsız dağıtımçı ve gösterimcilere filmlerini vermemeye, yalnızca anlaşmalı olduklarına lisans vermeye, bağımsızların filmlerini gösteren ve dağıtan şirketlerin lisanslarını iptal etmeye, yapımcılara film uzunlukları dahil kurallar koymaya başlar ve üye olmayanların ise Kodak film kullanmalarına izin vermez. Öyle ki, kurallara uymayanların çekim setleri basılır ve cihazlar parçalanır.⁵

⁴ Nijat Özön, Sinema El Kitabı, s. 13-14,
Alev Demirbilek (İDRİSOĞLU), Dünya Sinema Tarihi, s. 31-32

⁵ A.g.k. s. 29-30

Edison'un kısıtlamaların etkisi bir süre sonra bağımsız yapımcıları yeni yerler aramaya iter. O güne değin New York ve Chicago gibi film endüstrisinin geliştiği kentler terk edilerek, iklim koşullarının da uygun olduğu California kıyılarına yerleşilir. I. Dünya Savaşı yıllarında Avrupa ülkelerinden Amerika'ya alışılmışın dışında uzunlukta olan tarihi konulu filmler ve sanat filmleri gelir. Patent Company denetimindeki birbirinin tekrarı kısa filmlerden bıkmış olan seyirci kitlesi bu filmleri tercih etmeye başlar. Bağımsız sinemacılar da benzer filmler üretmeye başlayınca, Patent Company ağır bir darbe alır. Nitekim, 1915 yılına gelindiğinde Patent Company ağırlığını yitirmiş, film uzunlukları artmış, pek çok yeni yapımevi faaliyete geçmiş ve böylece Hollywood kurulmuştur.⁶ Aynı zamanda Hollywood'un kuruluşu, dünya üzerinde bugüne değin etkisini sürdürecektir yeni bir dönemin de başlangıcı olur.

Edison tröstü karşısında, bağımsızlar denilen bir grup ortaya çıkar. Bunların çoğu işletmecilikten yapımcılığa geçenlerdir; Adolph Zukor, Marcus Loew, Carl Laemmle, William Fox gibi çoğu göçmenlerden oluşan bu sinemacılar; "Paramount", "Metro Goldwyn Mayer-M.G.M.", "Universal", "Fox" ve "Famous Players" yapımevlerini kurarlar. Hollywood'a temel oluşturan bu şirketler ve diğer bağımsız film yapımcıları, daha karmaşık anlatılar ve uzun metraj filmler gerçekleştirmeye başlarken, Edison tröstü hala kısa filmler yapma eğiliminde kalır.⁷

İsimleri sayılan yapımevleri bir süre sonra; David Work Griffith, Thomas Ince, Mack Sennett gibi yönetmenleri bünyesine dahil eder. Bu yönetmenler, sinema tarihi ve tekniği açısından çok önemli işlere imza atarlar. Bu durum, sinemanın kendi dilini bulması ve sanat olması yolunda atılmış önemli bir adımdır. Nitekim, Griffith'in "Birth of a Nation-Bir Ulusun

⁶ Alev Demirbilek (İDRİSOĞLU), Dünya Sinema Tarihi, s. 29-30

⁷ Geoffery Nowell-Smith, Dünya Sinema Tarihi, Çev. Ahmet Fethi, s. 64-65, Nijat Özön, Sinema El Kitabı, s. 19-21

Doğuşu(1915)” ve “Intolerance-Hoşgörüsüzlük(1916)” gibi görkemli filmleri de bu dönemde ortaya çıkar.

2.2. Hollywood’un Yükselişi

I. Dünya Savaşı’ndan sonra, Hollywood stüdyo sistemi büyük bir endüstriye; yetenekli yönetmenler, gösterişli yıldız oyuncular ve büyük ölçekli teknik altyapısıyla adeta film üreten bir fabrikaya dönüşür. Kendilerini Edison’un yasalarından korumaya çalışan “bağımsızlar”, artık büyük bir sisteme dönüşmüş ve sinema endüstrisinin neredeyse tümünü kontrol edecek seviyeye gelmiştir.

Hollywood banliyösünü yerleşim yeri olarak belirleyen yapımcılar, bankaların da yardımını alarak büyük organizasyonlarını gerçekleştirebilecek stüdyolar kurdular. Devasa büyüklükte çekim platolarını bünyesinde barındıran bu alanlar her türlü teknik donanıma, sermayeye ve insan gücüne sahiptir. İlk dönemde bir sessiz filmin maliyeti birkaç bin dolarken, bu dönemde üretilen Hollywood filmlerinin maliyeti neredeyse bir milyon dolara kadar ulaşır. Yapımcılar, Avrupa filmlerinden aldıkları esinle, bütünüyle görkemli, gelişkin bir senaryoya dayanan uzun metrajlı filmlere yönelir. Bu durum, çalışma alanında da gelişkin bir sistemin uygulanmasını zorunlu kılar. Özellikle, Adolph Zukor’un ve Thomas Ince’in bu alandaki başarıları bütün diğer yapımcılara örnek olur. Geliştirilen sistemde katı bir iş bölümü yaratılmıştır. Bütünüyle yapımcının kontrolünde gerçekleşen filmler, yönetmene dahi sınırlı imkanlar tanır.

Hollywood, daha çok dikkat çekmek ve izleyici sayısını arttırmak için reklamcılık ve kitle iletişim gibi alanlarda da yeni yöntemler geliştirerek, yıldız oyuncu sistemini ön plana çıkarır. Bir süre sonra; konularının çeşitliliğiyle, türleriyle, gösterişli filmleri ve yarattığı starlarla, toplum üzerinde oldukça büyük bir etki yaratır. Öyle ki, aktör ve aktrist olmak isteyen binlerce hevesli, sinema kapılarını aşındırır.

Büyük Hollywood şirketleri, yurtdışındaki kârlarını en üst düzeyde tutmak ve korumak için: Motion Picture Producers and Distributors Association of America'yı (MPPDA) kurarlar. Başkanlığına ise, Will H. Hays'ı getirirler. ABD Dışişleri Bakanlığı'nın gönüllü yardımıyla hareket eden bu oluşum, Hollywood'un hiçbir kısıtlamayla karşılaşmadan diğer ülkelerde de yüksek düzeyde etkinlik gösterebilmesi için çalışır.⁸ Nitekim bu sistem başarılı olur. Üstelik I. Dünya Savaşı'nda ağır darbeler almış Avrupa, hem sinemayı ticari bir kol olarak tam anlamıyla geliştirememiş, hem de görkemli Hollywood filmlerinin yapısı her zaman seyirci üzerinde daha büyük etki bırakmıştır. Pek çok ülke Hollywood'a karşı ülke sinemalarını korumak için koruyucu yasalar geliştirmişse de tam anlamıyla başarılı olamamıştır.

Bu dönemde dış pazardaki büyümesini yapım ve dağıtım sistemini bütünleştirerek geliştirmiş olan Hollywood, pazarın son halkası olan gösterim ayağını da ele geçirmek için binlerce kişilik kapasiteli, şık ve gösterişli, her türlü teknik donanıma sahip sinema sarayları inşa eder. Var olan eski sinemaları satın almak yerine; Paramount, Fox, MGM'in başını çektiği şirketler, büyük kentlerde yarattıkları saraylar sayesinde, yıllık gişe gelirlerinin neredeyse dörtte üçüne sahip olurlar.

Sinema, Amerika için yalnızca ticari bir alan olarak görülür. Seyircisini tanıyan ve ne istediğini bilen yapımcı ve yönetmenler, Avrupa ülkelerinin aksine, yalnızca gişe başarısına odaklanır. Ancak, bu durum kalitesiz film üretildiği anlamına gelmez. Aksine, bugün bir sinema dilinden bahsedebiliyorsak, öncü Griffith ve John Ford gibi yönetmenlerin kuşkusuz büyük payı vardır. Bu yönetmenler ise, sessiz dönem boyunca yetişmiş, Hollywood'un ilk yıllarında önemli ürünler vermişlerdir.

1920'lerden itibaren Hollywood açıkça dünya pazarına egemen olur. Her yıl yüzlerce film üretilerek dünya pazarına gönderilirken, yeni yeteneklere

⁸ Geoffery Nowell-Smith, Dünya Sinema Tarihi, Çev. Ahmet Fethi, s.70

de gereksinim duyulur. Bu yıllarda; Fritz Lang, F. W. Murnau, Victor Sjöström gibi Avrupalı yönetmenler, Hollywood'a göç ederler. Beyin göçünün ilk dalgası diyebileceğimiz bu göçten sonra, birçok Avrupalı yönetmen ve oyuncu Hollywood'un yolunu tutar.⁹

Endüstriyel bir kurum, fabrika benzeri bir yapıya sahip olan Hollywood, popüler eğlence dünyasında hiçbir kurumun ulaşamadığı bir başarıya ulaşır. Sesin de sinemaya dahil olmasıyla birlikte, diğer eğlence alanları olan Tiyatro ve Vodvil ile olan rekabeti de kolayca atlatır. İlerleyen yıllarda; televizyon, çeşitli anti-tröst yasaları, sansür ve korumacı politikalar birer engel olarak gelişmişse de Hollywood sistemi bir şekilde uyum sağlamış, yeni yöntemler geliştirerek egemenliğini günümüze kadar sürdürmeye devam etmiştir.

Günümüze kadar etkilerini sürdüren; Twentieth Century Fox, Paramount, Sony/Columbia Pictures, Walt Disney/Bunue Vista, Universal, Warner Bros gibi şirketlere, farklı ülkelerden pek çok yenileri de eklenmiştir. Bu şirketler, daha çok büyük sermayeler tarafından yönetilir ve bir çok kez el değiştirmişlerdir. Büyük bir çoğunluğu yalnızca sinema alanında değil; televizyon, dijital medya, teknoloji üretimi, otel zincirleri, eğlence mekanları ve gayrimenkul gibi pek çok alanda da faaliyet gösterirler.

⁹ James MONACO, Bir Film Nasıl Okunur?, Çev. Erten Yılmaz, s.234

3. BAŞLANGICINDAN BUGÜNE TÜRK SİNEMASINDA GENEL DURUM

3.1. İlk Dönem (1897-1922)

Bilindiği gibi sinema, icadından hemen sonra, 1896-97 yılları arasında sarayda gerçekleşen kimi gösteriler vasıtasıyla ülkemize gelmiştir. Bu yıllarda İstanbul’la sınırlı olan sinema gösterileri, başta Sigmund Weinberg olmak üzere, çeşitli yabancı kişiler eliyle gerçekleşir. 1908 yılında Weinberg tarafından açılan Pathe Sineması’nı, bazı yabancı yatırımcıların salonları izler. Seden Kardeşler tarafından 1914 yılında açılan Ali Efendi Sineması ise ilk yerli sinema salonumuzdur. Bu girişimlerin ardından yerleşik sinema salonlarının sayısı giderek artmaya başlar. Ancak, bu dönem için sinema salonları, henüz azınlıkların elinde veya yabancı işletmelerdedir.

Ülkemizde, sinema alanındaki ilk kurumsallaşma çalışmaları ordu eliyle gerçekleşir. 1915 yılında kurulan Merkez Ordu Sinema Dairesi, yalnızca belge filmler çekmek, ordu yararına işler yapmak için kurulmuştur. Merkez Ordu Sinema Dairesi’nden iki yıl sonra 1916 yılında yarı resmi bir kuruluş olan Müdafaa-i Milliye Cemiyeti gelir elde etmek için film çalışmalarına başlar. Ülkemizin ilk konulu filmleri olarak kabul edilen, “Pençe ve Casus” adlı filmler cemiyet bünyesinde 1916 yılında, Sedat Simavi tarafından çekilir. Sedat Simavi’nin bu ilk çalışmalarının ardından devreye tiyatrocular girer.

Tiyatrocu olan Ahmet Fehim Efendi (Mürebbiye ve Binnaz / 1919) ve Şadi Fikret Karagözoğlu (Bican Efendi Vekilharç / 1921)’nin film çalışmaları, girişim açısından önemli olmakla birlikte, teknik ve estetik açıdan oldukça ilkel bir durumdadır ve daha ilk yıllarında tiyatrocularla ürün vermeye başlayan sinemamızın dil açısından tiyatro tekniğine maruz kalması, uzun yıllar etkisinden kurtulamayacağı olumsuz bir özelliktir.

Bu yıllarda dünya sineması, önemli bir yol katetmiştir. Birçok batı ülkesinde sinema kurumsallaşmış, devlet desteği almaya başlamış, önemli altyapı çalışmaları yapılmış; D.W. Griffith, Robert Weine, M. Sennet gibi ustalar, sinema dili ve tarihi açısından ilk önemli örnekleri vermişlerdir. Ülkemizde ise bunun gerçekleşmemiş olmasının birçok ekonomik, politik ve sosyolojik nedenleri vardır.

I. Dünya Savaşı'nın yıkıcı koşullarının yanında; dağılmaya başlayan görkemli bir imparatorluğun çoğunluğu okuma yazma bilmeyen halkı, ekonomik koşulların kötü oluşu ve İstanbul gibi büyük bir kentte dahi, modern yaşam biçiminin yalnızca Pera ve çevresinde örgütlenmiş olması, bunun dışında kalan bölgelerde ise muhafazakar ve yeniliğe kapalı bir yaşam biçiminin bu tür etkinliklere sıcak bakmaması, gelişimi olumsuz etkileyen kimi nedenlerdir. Devletin sinemayla olan ilişkisi ise sınırlıdır. Savaşın zor koşullarının getirdiği sorunlar içinde, sinema üzerine düşünmek ve eylemde bulunmak mümkün görünmemektedir. Hal böyleyken, sinemamız birkaç heveslinin ve ticari zekasıyla hareket eden kimi özel yatırımcıların eline geçmiş ve yaygınlaşmaya çalışmıştır.

3.2. Muhsin Ertuğrul Dönemi (1922-1939)

1921 yılında, Türk sinemasının ilk özel yapımevi olan Kemal Film'in kuruluşuyla birlikte sinemamız farklı bir döneme girmiştir. Bu dönem, 17 yıl boyunca, Muhsin Ertuğrul'un tek yönetmen olarak faaliyet gösterdiği bir dönemdir. Muhsin Ertuğrul, Kemal Film adına 6, İpek Film adına ise 20 film çekmiştir. O yıllarda, Darülbedayi'nin de başında bulunan Ertuğrul'un yaptığı filmler çoğunlukla tiyatro uyarlamalarıdır.

Ertuğrul'un tiyatro öğeleri ağır basan filmler yapması ve film yapım alanında tek söz sahibi kişi olması, sinema tarihimiz açısından olumsuz bir özelliktir. Ancak, bütün bunların yanında, modern sinema teknolojisinin ülkemize getirilmesi, dünya standartlarında stüdyo ve laboratuvar sisteminin

Ertuğrul eliyle kurulmuş olması, bu işi ciddiye aldığıının bir göstergesidir. Nitekim, Ertuğrul'dan sonra gelen Geçiş Dönemi ile birlikte, neredeyse 1990'lı yılların sonunda dek, sinemacılarımız çok zor koşullarda ürünler vermeye çalışmış, Ertuğrul döneminde elde bulunan teknik imkanların birçoğuna sahip olamamıştır.

Bu yıllarda devlet, sanatın diğer bütün alanlarına katkı sunarken, sinema bu desteğin dışında tutulmuştur. Seyirci, Ertuğrul tarafından yılda yapılan birkaç film dışında, yurtdışından getirilen filmleri izlemiştir. Ancak, bu yıllarda sinema endüstrisine temel oluşturacak geniş çaplı bir ekonomik örgütlenmeden ve sinema-seyirci ilişkisinden söz etmek mümkün değildir. Sinema salonu işletmeciliğinin görece varlığından söz edebiliriz, fakat yalnızca; İstanbul, İzmir, Ankara ve Trabzon gibi bazı kentlerle sınırlıdır.

Unutulmamalıdır ki, bu dönemde ülke Kurtuluş Savaşı mücadelesinden henüz çıkmıştır. Kendini yeniden var etmeye çalışan bir ulusun ekonomisi de kültür ortamı da emekleme çağındadır.

3.3. Geçiş Dönemi (1939-1950)

Faruk Kenç'in 1939 yılında çektiği "Taş Parçası" adlı filmle birlikte, sinemamız için yeni bir dönem başlar. Bu dönemde, içlerinde sinema ve fotoğraf eğitimi görmüş olanların da bulunduğu yeni bir kuşak ortaya çıkar. Tiyatro kökenli olmayan bu yönetmen ve oyuncuların sektöre girişi, film yapım alanında yeni bir canlanmayı da beraberinde getirir.

Geçmiş yıllara göre sinemasal öğeleri ağır basan ve daha nitelikli ürünler veren bu dönemin yönetmenleri, teknolojik imkansızlıklar nedeniyle, ancak sesli filmde vazgeçerek ürün verebilmişlerdir. Daha önce vurguladığımız gibi, modern sinema teknolojisi ve sesli film çekim olanakları, ülkemizde yalnızca İpek Film'in elinde mevcuttur. Bu tarihlerde, İpek Film'in film yapım alanından çekilmesiyle birlikte, bu olanaklar da yok olmuştur.

Nitekim, bu olanaklarla film çekmek isteyen Faruk Kenç, Sami Şekeroğlu'nun hazırladığı, "Türk Sinema Tarihi" adlı belgeselde vurguladığı gibi: İpek Film tarafından reddedilince, 1943 tarihli "Dertli Pınar" adlı filmini dublaj yöntemiyle çekmeye karar verir.¹⁰ Bu yöntemin hem film maliyetini düşürmesi hem de yapım süresini kısaltması, sinemacıları cesaretlendirmiş; sesleri değil, ancak görüntüsü iyi olan tiyatro dışından oyuncuların da sektöre girmesini sağlamış, ayrıca yeni yapım şirketlerinin kuruluşunda da ateşleyici bir güç olmuştur.

Çağdaş teknolojiden vazgeçerek film yapmak durumunda kalan sinemacılarımız, sonraki dönemde film yapacak yönetmenler için kimi iyi kimi kötü özellikler miras bırakmıştır. Başta çekim maliyetinin düşmesi ve doğal mekanların da kullanılmasıyla birlikte, sinemacılar, çok küçük bütçelerle ve zor şartlarda ürün vermek zorunda kalmışlardır. Bu durum, genel teknik kalitenin de düşmesine neden olmuştur.

Dublaj yöntemini takip eden süreçte, sektöre giren pek çok amatör ruhlu sinemacı, sinemamız açısından kimi önemli ilk örnekleri ortaya çıkarmıştır. Muhsin Ertuğrul'un batılı sinema anlayışı yerine; Anadolu insanının kavrayabileceği, pek çoğu kültür ve değerlerimizi yansıtan, bugün bile çekilmesine cesaret edilemeyecek filmler yapılmıştır.

Bu dönemde, geçmiş yıllara göre seyirci-sinema ilişkisi önemli bir ivme kazanır. Türk filmlerinin yanında Amerikan ve Avrupa filmlerine de ilgi vardır. Bunun en önemli nedenlerinden biri; ithal filmlerin dublaj yöntemiyle Türkçe'ye çevrilmesi ve yerel motifler eklenmesidir. Ferdi Tayfur ve Adalet Cimcoz, yerel dili kavrayan, bilinçli ve entelektüel kişiler olarak, bu dönemin öne çıkan dublaj sanatçılarındandır. Ayrıca, savaş yıllarının zor koşullarından dolayı, Kahire üzerinden ülkemize gelen filmlere, Mısır filmleri de eklenmiştir. Şarkılı türkölü ve çoğunlukla melodram türünde olan bu filmler de halk

¹⁰ Sami Şekeroğlu, Türk Sinema Tarihi Belgeseli, Bölüm 6.

tarafından büyük ilgi görmüş ve önemli bir seyirci kitlesinin oluşmasını sağlamıştır. Bir süre sonra Türk diline zarar verdiği gerekçesiyle yasaklanan bu filmlerin yerine, Türk yapımcılar benzer nitelikte ürünler vermeye başlamıştır. Teknik ve estetik kalitelerini bir yana bırakırsak, bu filmlerin önemli bir seyirci kitlesi oluşmasında ve popüler sinemanın doğmasında büyük bir payı vardır.

II. Dünya Savaşı'nın bitmesi ve savaşın zor koşullarının yavaş yavaş ortadan kalkmasıyla birlikte, ekonomik anlamda bir canlanma olduğu görünür. Scognamillo'nun belirttiği üzere: 1939 yılından itibaren yılda ancak birkaç film yapılırken, 1949'a gelindiğinde bu sayı 18'e çıkmıştır.¹¹

Bu artışın pek çok sebebi olmakla birlikte, en önemli etken 1948 yılında belediye tarafından yapılan vergi indirimidir. Belediye Gelirleri Kanunu'nda yapılan bu değişikliğe göre; yabancı film gösterecek sinemalardan %70, Türk filmi gösterecek sinemalardan ise %25 oranında eğlence vergisi alınması kararlaştırılmıştır. Vergi indirimiyle beraber sinema, kar getiren bir iş kolu olmuş; yeni yapımevleri ve sinema salonları çoğalmıştır.

Belirtmemiz gerekir ki, Türkiye Cumhuriyeti devleti bu tarihe kadar ilk kez yerli sinemamız için olumlu bir karar almıştır. Vergi indirimi dışında, kademeli olarak, 1932 yılından itibaren başlayan sansür düzenlemeleri, sinemacılar için önemli bir sorun olmuştur. Sinemacılar, hiçbir destek alamadıkları gibi, bir yandan ham film kotasıyla öte yandan ağır sansürle mücadele etmek zorunda kalmıştır.

¹¹ Giovanni Scognamillo, Türk Sinema Tarihi, s.86

3.4. Sinemacılar Dönemi ve Türk Sinemasının Altın Çağı (1950-1975)

1950 yılında Demokrat Parti'nin iktidara gelişiyle birlikte yeni bir dönem başlar. Bu dönem, ekonomik anlamda bir canlanma getirmekle beraber; yeni bir yaşam biçimini, tüketim alışkanlıklarını ve yeni bir demokrasi anlayışını da beraberinde getirir.

Türkiye'de büyüyen sermaye ile birlikte kentlerde oluşan iş gücü ve yeni yatırımlar, tüm ülkeyi kapsayan elektrifikasyon ve yol çalışmaları, köylerden kentlere doğru hızlı bir göç dalgası başlatır. Bu göç, kentlerde gecekonduların oluşmasına neden olur. Özellikle İstanbul gibi büyük kentlere doğru yapılan göç ve ekonomideki hızlı değişimle birlikte, toplumun ideolojik görüşündeki farklılıklar da keskinlik kazanarak daha da görünür hale gelmiştir. Zenginleşme arttığı gibi fakirleşme de aynı oranda artarak hız kazanmıştır.

Demokrat Parti'nin uyguladığı; liberal ekonomi politikası, ABD ile yakınlaşmalar, Türkiye Cumhuriyeti'nin en önemli kazanımlarından biri olan laikliğin askıya alınması, kontrolsüz büyüyen bir ülkenin içine düştüğü yüksek enflasyon ve bütçe açığı gibi sorunlar, toplumsal dinamiklerin değişmesi, buna bağlı olarak da siyasi baskıları beraberinde getirmiştir. Özellikle basında ve sanatta sansür hız kazanmış, daha iyi yaşamlar için örgütlenen insanlar siyasi baskılarla sindirilmeye çalışılmış, politik kutuplaşma giderek artmıştır. Nitekim bu dönem, 27 Mayıs 1960'da askeri darbe ile sona ermiştir.

1950-1960 arasındaki dönem, Türk sinema dilinin oluşmasındaki en önemli dönem olmakla birlikte, 1960-75 yılları arasında altın çağını yaşayacak olan Türk sineması için bir hazırlık dönemidir. Bu dönemde, sonraki yıllarda verdikleri ürünlerle ulusal sinemamızın varlığını kanıtlayacak olan; Lütfü Akad, Metin Erksan ve Atıf Yılmaz gibi yönetmenler, ilk önemli filmlerini yaparak yeni bir sinemacı kuşağın varlığını haber vermiştir.

1950'li yıllarda çekilen film sayısı giderek artmıştır. Yeni yapımevleri çoğalmakla birlikte, sinemalar ülkemizin en ücra köşelerine kadar yayılmaya başlamış, buna paralel olarak izleyici sayısı da artmıştır. Artık İpek Film ve Darülbedayi'nin tekeli, resmen yok olmuş; yeni yönetmenler, kameramanlar, teknisyenler, oyuncular yetişmiş ve sektöre girmiş durumdadır.

Sinema endüstrimizin, 1948 vergi indirimi ve ekonomik-teknolojik alandaki gelişimlerle birlikte, 1940'ların sonlarına doğru gelişme yönünde önemli bir ivme kazandığını söylemiştik. Olumlu yöndeki bu değişim sonraki on yıllık süreçte artarak devam etmiştir. Yönetmenler, daha çok yerli kaynaklardan ve folklorik öğelerden yararlanarak filmler çekmeye başlamıştır. Ayrıca, önceki dönemde hareketlendiğini gördüğümüz sinema dili arayışları da bu dönemde iyice olgunlaşmaya başlamıştır.

Dönemin ikinci bölümü, 1960'dan sonra başlar. Özgürlükçü, temel insan haklarını gözeten 1961 Anayasası ile birlikte, bir önceki rejim ve onun uyguladığı politikalar son bulmuş, toplumda her alanda geniş bir umut kapısı aralanmıştır. Nitekim, temel hak ve özgürlükler bakımından önemli bir aşama kaydedilmekle birlikte, kültür ve sanat alanında da önemli bir canlanma başlamıştır. Bu dönemde, en büyük atılımın edebiyat ve sinema alanında meydana geldiğini söyleyebiliriz. Asiye Korkmaz'ın vurguladığı gibi: "Türk sinemasının üretim biçimi, seyircisiyle, ülke aydınlarıyla, devletle ilişkileri ve sanatsal düzeyi bu yıllarda belirginleşmiştir."¹²

Türk sineması, 1960'lı yılların başından 1970'li yılların ortalarına kadar altın çağını yaşar. Bir önceki on yıl boyunca sinema sanatı ve seyirci ilişkisi bakımından önemli bir aşama kat etmiş olan Türk sineması, bu yıllardan sonra en olgun ürünlerini vermeye başlar. Özellikle; Metin Erksan, Lütfü Akad, Atif Yılmaz, Memduh Ün, Halit Refiğ, Ertem Göreç, Duygu Sağıroğlu,

¹² Asiye Korkmaz, Başlangıcından Bugüne Türk Sinemasının İçinde Bulunduğu Ekonomik, Politik, Toplumsal ve Teknolojik Koşullar İle Bunların Sinemamızın Oluşumu Üzerindeki Sonuçları, Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi, s. 66

Yılmaz Güney gibi yönetmenlerin öncü çabaları, Türk sinemasında o güne değin görülmemiş bir teknik ve estetik kalitenin yakalanmasında önemli bir rol oynar. Bu dönemde bir yandan gelişkin sinema örnekleri verilirken, -üstelik bunların bir kısmı, önemli toplumsal gerçekçi filmlerdir- öte yandan büyük bir seyirci kitlesini salonlara çeken, derme çatma, melodram yapıda filmler de üretilmiştir.

Bu yıllarda devletten veya özel sektörden destek göremeyen Türk sinemacıları; yüzlerini halka dönerek, halkla bütünleşerek varlıklarını sürdürme yoluna gitmiştir. Öyle ki, bu bütünleşme bir süre sonra ülkemize özgü bir yapım-dağıtım sistemi doğurmuş, sinema alanında büyük bir hareketlenmenin yaşanmasını sağlamıştır.

Ülkemize özgü bu dağıtım sistemi; “yapımcı-işletmeci-sinemacı” üçgeninde hareket eder. Bu yıllarda ülke, işletme bölgelerine ayrılmıştır. Bu bölgelerdeki sinemalara film sağlayan işletmeci; sinema salonu sahibi ve yapımcı arasında bir tür komisyoncu görevi görür. İşletmeci, her yıl İstanbul’a gelerek, bölgesinde ne tür filmlerin tutulduğuna, hangi oyuncuların daha çok beğenildiğine dair bilgiler vermektedir. Yapımcı ise, işletmeciden aldığı avans ile bu isteğe uygun filmler çekerek işletme bölgelerine gönderir. Gişeden elde edilen gelire ise, bir sonraki filmin çekimi garanti edilmiş olur. Görüleceği üzere işletmeci denen kişi, filmlerinin niteliğinin ve sayısının belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Onu yönlendiren ise, bizzat seyircinin talepleridir. Abisel’e göre; bu yıllarda işletme bölgeleri, kapsadığı il, salon ve seyirci sayıları şu şekildedir:¹³

İşletme Bölgesi	Kapsadığı İl	Salon Sayısı	Seyirci Sayısı
Adana Bölgesi	21	463	37.335.472
İzmir Bölgesi	12	646	51.427.031
Ankara Bölgesi	6	216	29.474.552

¹³ Nilgün Abisel, Türk Sineması Üzerine Yazılar, s. 100

Samsun Bölgesi	16	238	20.420.363
Zonguldak B.	2	82	13.149.007
İstanbul Bölgesi	1	436	67.402.721

Dönemin tanıklarından Prof. Sami Şekeroğlu, sinema seyirci ilişkisinin önemini, şu sözlerle vurgulamaktadır:

“Türkiye’de bir atasözü vardır: ‘Parayı veren düdüğü çalar.’ Filmi seyretmeye giden, bilete peşin para vererek film yapımını ekonomik olarak garanti eden seyirci, sayılarının çokluğuyla beğenilerini de belli etmiş oluyordu. İşletmeci, İstanbul’daki prodüktöre parayı gönderirken, hangi tür filmin çok para getirdiğini, hangi oyuncunun çok beğenildiğini, ne tür hikayelerden hoşlanıldığını, bir bakıma lanse ediyordu. Böylece halkın beğenisi, doğal olarak esere yansiyordu. Bu çark, 1970’li yıllara kadar böyle döndü. Yılda 250’nin üzerinde film yapılıyordu. Halkın istekleri doğrultusunda yapılan bu filmler, seyircinin desteğiyle büyük bir artış gösterdi. Yılda yapılan film sayısı 300’ü geçmişti. Bu tavır, dış etkilere kapalı, özgün ve samimi bir yapıya sahip ulusal bir karakter oluşturdu. Öyle filmler oldu ki, sayısı 3500’e ulaşan ve 700-1000 kişi olacak kapasitedeki sinemalarda üç tur, dört tur yapabildi. Bu yapı büyük kapitaller oluşturmasa da dışarıdan desteğe ihtiyaç duymadan, engelleri de aşarak, onun yaşamasını sağlayacak bir güç oluşturmuştu. Yapımcı için, gösterilmekte olan filmin parası, gelecek filmi garanti ediyordu.”¹⁴

Bu yıllarda, Türk sinema seyircisinin büyük bir çoğunluğunu aileler oluşturmaktadır. Dolayısıyla çarkın dönmesi yalnızca onların ilgisine bağlıdır. Bu durum, bir süre sonra birbirinin tekrarı filmler yapılmasına neden olmuşsa da sektörün varlığını sürdürmesi açısından kaçınılmazdır. Ülkenin dört bir yanında binlerce kişilik kapasiteye sahip yazlık ve kışlık salonlar dolup taşmaktadır. Türk insanı; içinde kendini, mahallesini, yaşam biçimini bulduğu bu filmlere, yabancı filmlerden daha çok rağbet göstermiştir. Üstelik, başka bir eğlence alışkanlığı ve fırsatı olmayan Anadolu insanı için sinema, büyüü

¹⁴ Sami Şekeroğlu, “Seyircisiz Sinema Olmaz” La Meticcia di Fuoco Oltre il Continente Balcani, Venedik Bienal Kitabı, 2000

bir gösteridir. Türkiye’de hiçbir sanat bu denli yaygınlaşmamış ve halkla bütünleşememiştir.

1961 yılında 97 film yapılırken, 1971’de bu sayı 266’ya kadar çıkmıştır.¹⁵ Türkiye’de sinema sektörünün önceki yılları düşünüldüğünde, büyük bir gelişme olduğu görülmektedir. Film ve seyirci sayısındaki bu artışın Türk sineması için hem iyi hem kötü sonuçları olmuştur. Özellikle büyük gelirler elde edilmesine rağmen; yapımcılar, işletmeciler ve salon sahipleri tarafından kazanılan paraların sektöre yatırılmaması, sağlam temellere dayanan bir endüstrinin ve gelişkin bir teknik altyapının oluşmamasına neden olmuştur. Film yapımı için; bono, çek ve senet kullanan sinemacılar, bunları nakit paraya dönüştürmek için tefecilere kırdırmak durumunda kalmış, böylece, henüz işin başında bütçesinin bir kısmını kaybetmek zorunda kalmıştır. Bu sistem, uzun yıllar devam ederek sinemacılar için önemli bir sorun olmuştur. Elindeki paranın bir bölümünü bu yolla kaybeden sinemacı, neredeyse filmin toplam bütçesinin yarısı kadarını da filmde oynayacak yıldız oyuncuya vermek zorunda kalarak çok küçük bütçelerle film çekmek zorunda kalmıştır.

Bu dönemde, sinema sektörünü olumsuz etkileyen diğer etkenlerden biri de ham film alımında yaşanan kota sorunudur. Yüksek oranda gümrük vergileri ve kotadan dolayı sınırlı miktarda gelen ham film, bir süre sonra karaborsaya düşerek çok yüksek fiyattan satılmıştır. Buna bağlı olarak ham filmin yokluğu, yönetmenin bir sahneyi her zaman istediği gibi çekememesine, tekrarlardan kaçınmasına, filmi olabildiğince ekonomik kullanmasına neden olmuştur.

Dönemin olumsuz etkenlerinden biri de bu yıllarda ağırlık kazanmış sansür sorunudur. 1932 yılından başlayarak ağır bir film sansürüne maruz kalan sinemacılar, daha senaryoya başlar başlamaz bir oto sansür

¹⁵ Nilgün Abisel, Türk Sineması Üzerine Yazılar, s. 100

uygulamak zorunda kalmışlardır. Sinema dışındaki devlet görevlilerinden oluşan sansür komitesi, senaryonun uygun olup olmadığına karar veren yetke konumundadır. Agâh Özgüç, “Türk Sineması Sansür Dosyası” adlı kitabında bu duruma genişçe yer verir.

Yılda milyonlarca seyirciyi salonlara çeken gişe filmleri dışında, çok sayıda gelişkin sinema örneği de böyle bir dönemde yapılmıştır. Özellikle isimlerini saydığım kimi yönetmenler, bu yıllarda, derme çatma bir yapıda olan film endüstrimiz içinde ayakta kalmak için adeta bir savaş vermiştir. İyi filmler yapabilmek için birçok popüler içerikli filmler de yapmak zorunda kalan sinemacılar, bir yandan sektörün çarpık yapısından öte yandan teknik yetersizliklerden dolayı sanatsal ve entelektüel birikimlerini özgürce aktarma fırsatı yakalayamamışlardır. Buna rağmen, 1960’lı yıllarda gelişen ve 1970’lerin ortalarında son bulan bir zaman zarfında, daha çok ulusal öğeler barındıran, gelişkin bir sinema dilinin varlığından söz etmek mümkündür.

3.5. Seyircinin Sinemadan Çekilmesi

1970’li yıllar Türkiye siyaseti için olduğu gibi, Türk sineması için de ‘karşıtlıklar’ yıllarıdır. 1961 Anayasası ile getirilen hak ve özgürlükler rafa kaldırılmış, demokratik taleplerini dile getiren kitleler yoğun bir baskı altına alınmıştır. Bir yandan soğuk savaşın küresel etkileri ortalığı kasıp kavururken, öte yandan ekonomik ambargoya maruz kalan Türkiye, gittikçe fakirleşen, iç karışıklıkların arttığı; ordu, devlet ve halk arasındaki düzenin bozulduğu, olumsuz etkilerinin uzun yıllar devam ettiği çatışmalı bir ortama sürüklenmiştir. Bu yıllarda sağ ve sol görüş ayrımı alabildiğine derinleşmiş, artan çatışmalı ortamda binlerce insan yaşamını yitirmiştir.

Bu durumda, hem siyasi hem de ekonomik koşulların yıkıcı etkisiyle, sinemanın esas izleyici kitlesi olan aileler salonlardan uzaklaşarak evlerine kapanma yolunu seçmiştir. 1974 yılından itibaren yurt çapında yaygınlaşmaya başlayan televizyonun etkisi de sinema endüstrisi için ağır bir

darbe olmuştur. Evlere kapanan seyirci için yeni ve kontrol edilebilir olan televizyon, aileler için yeni bir seyir alanı haline gelmiştir.

Bu yıllardan itibaren boşalan sinema salonları, hızla kapanmaya başlamıştır. Bir önceki dönemde bütün Anadolu'ya yayıldığını gördüğümüz salonların ve bunlara bağlı işletmelerin sayısı giderek azalmıştır.

Bu yılların önemli özelliklerinden biri de seks filmleri furçasının patlak vermesidir. Oldukça ucuza mal edilen ilkel yapıdaki komedi filmler içine serpiştirilmiş seks sahneleri, yoğunlaşan göçle birlikte şehirlerde dolaşan işsiz ve genç nüfusu salonlara çekmek, yeni bir izleyici kitlesi oluşturmak için ortaya çıkmıştır. Ekonomik ve politik nedenlere bir de kültürel yozlaşma eklenince, aileler bütünüyle salonlardan uzaklaşmak zorunda kalmıştır.

Karmaşık politik ortam, 1980'de yeni bir askeri darbe ile zirve noktasına ulaşır. Bir süre sonra bastırılan anarşik ortam ve seks filmlerinin meclise taşınarak yasaklanması, aileleri salonlara döndürmede başarılı olamamıştır.

Bu yıllarda tükenmeye başlayan bölge işletmeciliği sistemi, yerini yeni bir teknolojik olanak olan video işletmeciliğine bırakmıştır. 1980'den itibaren Türkiye geneline yayılmış olan video kaset satışı ve video film gösterimleri evlere, hatta kahvehanelere kadar yaygınlaşarak, yeni bir seyir kültürü ortaya çıkarmıştır.

Seks filmleri furçasını takip eden süreçte ortaya çıkan 'arabesk' filmleri furçası; ucuza mal edilen, ilkel yapıda, dönemin arabesk şarkıcılarını ve müziklerini içinde barındıran filmlerdir. Yoğun biçimde melodram öğeler taşıyan bu filmler, iç göçle başlayan kültürel yozlaşmanın bir sonucu olarak ortaya çıkmış ve kısa sürede popüler hale gelmiştir. Artık yapımcıya finans sağlayan bölge işletmeleri yerini video işletmelerine bırakmış, dolayısıyla

pazar, yalnızca video işletmecilerinin istekleri doğrultusunda yeniden biçimlenmiştir.

Bu koşullar altında, geçmiş dönemde yetkin ürünler veren birçok usta sinemacı, etkinlik alanlarını yitirerek sinema çalışmalarına ara vermiş veya tamamen bırakmıştır.

Seyircisinden kopan Türk sineması, 1970'lerin ortalarından 2000'li yıllara kadar, her açıdan bir durgunluk dönemi yaşar. Artık Türk sinemasının gösteri sistemi tamamen çökmüş, salonların sayısı 2000'lerden 300'lere kadar düşmüştür. 1990'lı yıllarla birlikte kendi yapım şirketlerini kuran kimi yönetmenler, bireysel çabalarla film çekmeye çalışmış; yurtdışı festivallerine katılım, ulusal ve uluslararası sinema destekleri ve sponsorluklar da bu dönemde gündeme gelmiştir.

3.6. Yabancı Dağıtım Şirketlerinin Türkiye'ye Gelişi

1987 yılında, Yabancı Sermaye Kanunu'nda yapılan değişiklikle birlikte, yabancı dağıtımçıların Türkiye pazarında aracısız olarak faaliyet göstermesine izin verilmiştir. Bunu takip eden süreçte, önce Warner Bros(1987) ardından UIP(1989) adlı Amerikan şirketleri Türkiye pazarına girmişlerdir. İki büyük şirketin yanında, 1940'lardan beri film ithal eden Özen Film de 1990 yılından itibaren, Twentieth Century Fox'un Türkiye'deki dağıtımını üstlenmiştir.

Buna bağlı olarak bu şirketler, yapımcı veya dağıtımıcısı oldukları filmleri, ülkemizde doğrudan dağıtım olanağına sahip olmuşlardır. Bir süre sonra gösterecek Türk filmi bulmakta zorlanan salon sahipleri, bu şirketlerin egemenliğine maruz kaldıkları gibi, Türk filmi gösteriminde de sınırlamaya gitmişler ve belirtilen film programlarına boyun eğmek zorunda kalmışlardır.

Bu yıllarda, sinema endüstrimizdeki yabancı dağıtımçı egemenliğini engellemek ve Türk sinemasını korumak adına, kimi yasa tasarıları devreye sokulmak istenmişse de ABD hükümeti tarafından tepkiyle karşılanmış ve uygulanamamıştır.

1989-2000 yılları arasında toplam 720 Türk filmi üretilirken, bunların 139'u gösterime girme olanağı bulamamıştır. Aynı şekilde, bu yıllar arasında gösterime giren Türk filmlerine ait toplam seyirci sayısı 37 milyon iken, gösterime giren yabancı filmlere ait seyirci sayısı 169 milyondur.¹⁶ Seyirci sayısındaki bu düşüş ve yabancı filmler karşısındaki azlığı 2006 yılına kadar devam etmiştir. Aşağıdaki tabloda görüleceği üzere, 1989-2006 yılları arasındaki seyirci sayıları şöyledir:¹⁷

Yıl	Yerli Film Seyircisi	Yabancı Film Seyircisi
1989	7.165.710	13.882.149
1990	5.568.705	13.565.271
1994	1.185.408	9.282.056
1995	1.509.582	7.796.192
2000	2.899.103	14.187.049
2004	6.657.156	12.013.678
2006	18.058.346	16.780.437

Bu tabloda ise, 1993-2004 yılları arasında üç büyük dağıtımçının pazar payları ve dağıtılan Türk filmi sayısı şöyledir:¹⁸

¹⁶ Agah Özgüç, Türk Filmleri Sözlüğü, TÜİK Kültür İstatistikleri, Türsak Sinema Yıllığı

¹⁷ TÜİK Kültür İstatistikleri

¹⁸ Zeynep Çetin Erus, Film Endüstrisi ve Dağıtım: 1990 Sonrası Türk Sinemasında Dağıtım Sektörü, s. 10

	Şirketin Pazar Payı (%)			Dağıtılan Türk Filmi Sayısı		
	UIP	WB	ÖZEN	UIP	WB	ÖZEN
1993-1994	38	35	25	0	4	2
1994-1995	40	37	21	0	2	0
1995-1996	45	31	23	1	1	2
1996-1997	34	43	19	0	2	0
1997-1998	31	34	28	0	3	2
1998	32	31	26	1	4	2
1999	29	46	21	1	4	6
2000	31	38	25	1	6	6
2001	28	45	22	0	3	11
2002	26	46	18	0	4	4
2003	24	52	16	2	7	3
2004	23	51	19	2	6	6

Kaynak: Zeynep Çetin Erus tarafından veriler şöyle derlenmiştir:1993-1998 yılları için: Hakan Erkılıç, Türk Sinemasının Ekonomik Yapısı Ve Bu Yapının Sinemamıza Etkileri, Yayımlanmış Sanatta Yeterlik Tezi, Ek 4. 1998-2005 yılları için ise: Tolga Akıncı tarafından Sinema Gazetesi'nden derlenmiş bilgiler ve 29.08.2006 tarihinde Tolga Akıncı ile kişisel görüşme gerçekleştirilmiştir.

Eldeki verilere göre, Türk filmlerinin dağıtım oranı yabancı filmlere oranla oldukça düşük seviyededir. Bu yıllarda dağıtımcı firmaların gösterime girecek filmler üzerindeki etkisi büyüktür. Yabancı filmlerin, Türk sineması karşısındaki egemenliğini engelleyemeyen Kültür Bakanlığı, bir süre sonra Türk filmlerine yapım öncesinde maddi destek verme yoluna gitmiştir. Kültür Bakanlığı'nın 1990 yılından başlayarak verdiği destekler de ancak az sayıda film üretimine olanak sağlamış, sinema endüstrisine doğrudan olumlu bir katkısı olmamıştır.

Seyirci sayısındaki düşüşü bütünüyle Amerikan dağıtım şirketlerinin egemenliğine bağlamak eksik bir yargı olacaktır. Nitekim, günümüz sinema endüstrisi incelendiğinde bu durumun değişmiş olduğu görülecektir. Bu

dönemin en belirgin özelliği, Türk sineması ve seyirci arasındaki bağın kopmuş, geçmiş yıllarda asıl kitleyi oluşturan ailelerin giderek salonları terk etmiş olmasıdır. Ulusal ve uluslararası desteklerle çekilmiş az sayıdaki Türk filmleri ise seyirci tarafından ilgi görmemiştir.

Özetle, 1970'lerin başından itibaren; ülkenin kültürel, sosyolojik, ekonomik ve politik atmosferi büyük darbelerle sarsılmış, küresel gelişmelere ayak uyduramadan ve gittikçe yoksullaşarak 2000'li yıllara kadar gelinmiştir. Önce seks filmleri, ardından arabesk filmlerin istilasına uğrayan Türk sineması, seyircisinden koparak çöküş dönemine girmiş, sinema endüstrisinin yapısı bütünüyle bozulmuş, bu krizden uzun yıllar kurtulamamıştır. Buna bağlı olarak birçok solan kapanmış veya zamanla bölünerek küçülmüş, birçok yapımevi de sinema alanındaki faaliyetlerine son vermiştir. Rekabet ortamı yaratmak ve sinema endüstrisini canlandırmak isteyen devlet yetkilileri, yabancı dağıtım şirketlerine aracısız olarak faaliyet gösterme izin vererek, sinema salonlarının ithal filmlerle dolup taşmasına ve bu alanda tekeller yaratılmasına neden olmuştur. Nitekim, bu kararın akabinde, ABD şirketleri derhal bir egemenlik yaratmış, Türk filmi göstermemeyi tercih ederek, daha çok iş yapacak Amerikan filmi gösterme yoluna gitmiştir. Bu durum yalnızca sinema endüstrisini değil, kültür yaşamımızı da olumsuz etkilemiştir. Yeni ve içi boş küresel moda akımları ulusal kimliğe zarar vermiş, toplumsal kültürün dejenere olmasını hızlandırmıştır.

4. TÜRKİYE'DE FİLM DAĞITIM ALANINDAKİ TEKELLEŞME SORUNU

4.1. Film Üretiminde ve Seyirci Profiline Genel Durum

Uzun yıllar durgun bir dönem yaşayan Türk sinema endüstrisinin, 2006 yılından itibaren giderek belli bir istikrar yakalamaya başladığı görülmektedir. Film yapım sayısı artmakla beraber, seyirci sayısında da ciddi bir artış olmuştur.

Vizyona Giren Yerli ve Yabancı Film Sayıları (2006-2019)

Yıl	Yerli Film	Yabancı Film
2006	34	202
2007	43	213
2008	51	215
2009	70	184
2010	66	181
2011	75	216
2012	60	230
2013	88	238
2014	112	247
2015	136	266
2016	135	221
2017	145	245
2018	178	261
2019	148	253

Kaynak: Antraktsinema, Boxoffice Türkiye

2011-2019 arası yerli ve yabancı film seyirci sayılarına bakıldığında, yerli film sayısı az olmasına rağmen, izleyici sayısının yabancı filmlere oranla

daha yüksek olduğu görülmektedir. Üstelik toplam seyirci sayısı 40 milyon civarında seyrederken, 2014 ve 2019 yıllarında 70 milyona ulaşmıştır. Aynı gelişme, yerli ve yabancı filmlerin hasılat paylarında da dikkat çekici bir yükseliş göstermiştir. Aşağıdaki tabloda görüleceği üzere, 2013 yılından itibaren yerli filmlerin hasılat oranı yabancı filmlere oranla daha yüksektir.

Yıllara Göre Yerli ve Yabancı Film Seyirci Sayıları (2011-2019)

Yıl	Yerli Film Seyircisi (Milyon Kişi)	Yabancı Film Seyircisi (Milyon Kişi)
2011	21.2	21.0
2012	20.8	23.4
2013	29.4	21.2
2014	35.7	25.4
2015	34.7	25.9
2016	28.8	26.4
2018	39.2	25.6
2019	33.6	25.9

Kaynak: Antraktsinema, Boxoffice Türkiye

Kazler'in araştırmasına göre: Yerli film yapım oranları bakımından da Türkiye'nin dünyadaki birçok ülkeden önde olduğu görülmektedir. Türk film endüstrisi, yerli film yapım sayısı ile, 2011-2014 yılları arasında 84 film ile 13. sırada yer alırken, 2015 yılında 136 film ile Brezilya'nın da önüne geçerek, dünya sıralamasında 12. sıraya; Avrupa sıralamasında ise, İtalya'nın ardından 6. sıraya yükselmiştir.¹⁹

Fakat bütün bunlara rağmen, film ve seyirci sayısının yüksek olması, düzenli ve adil bir endüstri düzeni olduğunu göstermez. Nitekim, ileride

¹⁹ Martin Kanzler & Julio Milla Talavera, World Film Market Trends, 2016'dan Aktaran: Ala Sivas Gülçur, İhsan Eken, Türkiye'de Film Endüstrisi (2011-2015) s. 40-42

göreceğimiz üzere; Türkiye’de film yapım sayısı ve gişe gelirlerinin dağılımı arasında ciddi bir dengesizlik olduğu görülecek, Türk filmlerine özgü yerli hasılatın neredeyse yarısından fazlasının 5-10 yapım arasında paylaşıldığı anlaşılacaktır.

Türkiye’de sinema salonu sayılarında da önemli ölçüde bir artış olduğu görülmektedir. TÜİK verilerine göre, 2001 yılında toplam 580 sinema salonu varken, 2018’e gelindiğinde bu rakam 2858’e koltuk sayısı da 342.813’e yükselmiştir.

Türkiye’de seyirci profili ile ilgili çalışmalar neredeyse yok denecek kadar azdır. Var olanlar ise; çeşitli medya kuruluşları, yapım ve dağıtım şirketleri tarafından yaptırılan küçük ölçekli anket çalışmalarıdır.

Ipsos KGM şirketi tarafından 2011 yılında yapılan bir çalışmaya göre, nüfusun %84’ü her gün televizyon izlemektedir. Nüfusun %56’sı ise daha önce hiç sinemaya gitmemiştir. Yine 2011 yılında, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı tarafından yapılan bir çalışmaya göre; sinemaya veya tiyatroya gitmeyen nüfusun oranının %70, ara sıra veya sık sık sinemaya ya da tiyatroya gitme oranının, nüfusun yaklaşık %30’u olduğu belirlenmiştir. Ayrıca 2012 yılında, Konda Araştırma Şirketi tarafından yapılan bir araştırma, yukarıdaki çalışmaları destekler niteliktedir. Buna göre; ailece sinemaya, konsere veya tiyatroya gidip gitmedikleri yöndeki soruya, katılımcıların %54’ü “hayır” cevabını vermiştir.²⁰

Günümüzde seyirci profiline genel olarak bakıldığında, bunların büyük bir yüzdesini otuz yaş altı genç ve çoğunlukla eğitilmiş, sosyo-ekonomik düzeyi belli standartların üzerinde kişiler oluşturmaktadır. Bunların büyük çoğunluğu yerli film izlemeyi tercih ederken, izlenen filmlerin çoğunu komedi

²⁰ Ipsos KGM, Türkiye’yi Anlama Kılavuzu, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Türkiye Aile Yapısı Araştırması, KONDA, Türkiye Aile Yapısı Araştırması’ndan Aktaran: Kerem Tomur, İmren Kol, Cihan Bilaçlı, Sinema Hizmetleri Sektör Raporu, s. 21

filmleri oluşturmaktadır. Yapımcı Serkan Çakarer'in konuya dair görüşleri şöyledir:

“Türkiye’deki nüfusun şuan aktif olarak %10’unun sinemaya gittiği gibi bir rakam var. %10’un da 3/2’si orta ve üst gelirli insanlar. Yine kabaca söylemek gerekirse, Türkiye’de 100 kişiye 3 perde düşerken, Avrupa’da bu rakam 6’dır. Bu rakamlar bizde neden bu kadar düşük. Sinemaya gitmekle ülkenin ekonomik refahı arasında da bir bağlantı var. Türkiye, gelir olarak Avrupa ortalamalarının çok altında kaldığı için. En son baktığımda ben, 7.700 Euro’ya düşmüştü. Avrupa ortalaması 25.000 falan olmalı. Bu kadar çok düşük harcama geliri olan hane halkının sinema ile ilgisi tabii ki çok düşük oluyor. Yani bizim filmlerin tek problemi salon bulmak ve bulamamak meselesi de değildir. Bütün olarak bir yapı sorunundan bahsetmek daha yerinde olur.”²¹

Sinema Hizmetleri Sektör Raporu’na göre, Türkiye’de izleyicilerin filmlere göre dağılımı incelendiğinde, toplam izleyici sayısının önemli bir bölümünün birkaç başarılı yerli ve yabancı yapım tarafından elde edildiği görülmüştür. 2014 yılında gösterime giren 357 yapımın, sadece 14 tanesi 1 milyon üzerinde seyirci çekmeyi başarmıştır. Toplam seyirci sayısının %48’ini oluşturan 14 yapımdan 11’i yerli filmler olmuştur.²²

Yukarıda paylaştığım tablodan da görüleceği üzere 2014 yılında, 214 yerli film üretilmişken, çok sayıda filmin seyirci sayısından faydalanmadığı görülür. Sinema Hizmetleri Sektör Raporu’na göre; bu yılda, en çok izlenen ilk 10 yerli film, toplam izleyici sayısının %68’ini oluşturmaktadır. Aynı yıl gösterime giren diğer yerli filmlerin tamamı için ise bu pay, ancak %32’dir.²³

Başka bir açıdan bakıldığında, zamanla teknik olanakların gelişmesiyle birlikte, dijital platformlarda film izleme olanakları çeşitlenmiş, bu durum sinema-seyir kültürünü olumsuz etkilemiştir. Seyircinin büyük çoğunluğunun özellikle genç nüfustan oluşması ve sosyal medyayı sık

²¹ Serkan Çakarer ile Kişisel Görüşme, Ağustos 2020

²² Kerem Tomur, İmren Kol, Cihan Bilaçlı, Sinema Hizmetleri Sektör Raporu, s. 24

²³ A.g.k. s. 24

kullanması, bu yönelimin önemli nedenlerinden biridir. Geçmiş yıllarda gerçek bir kültürel faaliyet alanı olan sinema, günümüzde özellikle genç nüfus arasında yalnızca bir eğlence ve keyifli vakit geçirme aracına dönüşmüştür. Daha çok AVM sinemalarına yönlendirilen bu tip seyircilere, film izlemenin yanında farklı tüketim alışkanlıkları da özendirilmiş ve sunulanla yetinen, sorgulamadan tüketen bir nesil ortaya çıkmıştır. Bu durumun ortaya çıkmasındaki temel nedenlerden biri de eğitim ve kültür politikalarının bir bütün olarak zaman içinde yozlaşmış ve iinin boşaltılmış olmasıdır. Özellikle, seyirci yetiştirmenin yanında, tüketim nesneleriyle sanat eserlerini birbirinden ayırabilecek; bilinçli ve kültürlü bir genç nüfusun ortaya çıkıp gelişmesi için, yeni ve gelişkin politikaların gerekliliği elzemdir.

Bugün, 83 milyonluk nüfusa sahip bir ülkede, yıllık seyirci sayısının ortalama 60-70 milyon civarında olması oldukça düşündürücüdür. Türk sinemasının esas kitlesini oluşturan ve varoluşunun temel dayanağı olan aileler, zaman içinde yaşanan; toplumsal, kültürel, ekonomik ve siyasal gelişmeler sonucunda, 1970'li yılların ortalarından itibaren salonlardan uzaklaşmış, bu kopuş bugüne değin süregelmiştir.

1990'lı yıllarda kurulan kimi özel televizyon kuruluşları, boş kalan yayın saatlerini doldurmak için eski Türk filmlerini gösterdiklerinde, daha önce görülmemiş düzeyde bir ilgiyle karşılaşmışlardır. Aileler 1960-75 yılları arasında sinema salonlarını doldurarak destek oldukları filmlere, bu yıllarda televizyon kanallarında yayınlandığında da yoğun ilgi göstererek destek olmaya devam etmişlerdir. Bu ilgiyi gören özel televizyon kuruluşları daha fazla Türk filmi göstererek önemli izlenme oranlarına ulaşmış ve reyting gelirlerini arttırmışlardır.

Türkiye halkı, bu yolla isteklerini yeniden belli etmiş oluyordu. Kısa bir süre sonra, sinemaya giden az sayıdaki genç nüfusun yanı sıra, önemli bir seyirci kitlesinin, yani salonlardan uzaklaşıp evlerine kapanan ailelerin televizyon başında oldukları fark edilmiş ve bu ihtiyaca yönelik televizyon

dizileri yapılmaya başlanmıştır. İlk olarak 1990'lı yıllarda yapılmaya başlanan ve gerek biçim gerekse içerik açısından geçmiş dönem Türk filmlerine öykünen yerli diziler bu dönemde Türk halkının yoğun ilgisiyle karşılaşmıştır. Zaman içinde önemli bir sektör haline gelen Türk dizi sektörü, bugün de önemli ölçüde seyirci kitlesine sahiptir. Halkın istekleri, ilgileri ve talepleri doğrultusunda hazırlanan Türk dizileri, 1990'lı yıllardan bugüne, Türk halkının film izleme ihtiyacının yerini almış gibi görünmektedir.

Sonuç olarak, bugün Türkiye'de mevcut seyirci kitlesinin çok küçük bir bölümünün sinemaya gitmeyi tercih ettiğini, salonları doldurabilecek milyonlarca insanın televizyon karşısında olduğunu söyleyebiliriz. 1975 sonrasında üretilen Türk filmleri, biçim ve içerik açısından Türk halkının film izleme ihtiyacını tatmin edememiştir. Bu durum, üzerinde durulması gereken önemli sorunlardan biridir. Elbette bu tip sorular cevaplama gücü, çok boyutlu, derin sorulardır ve başka bir çalışmanın kapsamı içindedir. Bahsi geçen kopuş öncesi ve sonrasında üretilen filmleri analiz etmek, Türk kültürü ve geleneğini, geçmiş çağlardan bugüne toplum olarak sanatla olan ilişkisini irdelemek ve çok yönlü sorgulamak gerekir.

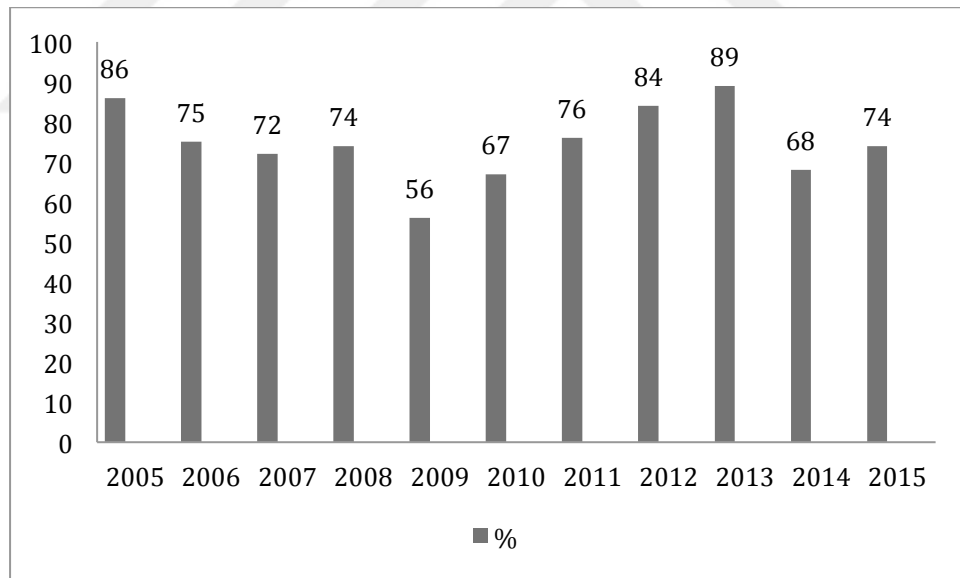
4.2. Türkiye'de Faaliyet Gösteren Dağıtım Şirketleri

1987 yılında Yabancı Sermaye Kanunu'nda yapılan değişiklikle, önce Warner Bros, ardından Universal, Paramount ve Walt Disney gibi büyük yapımcıların dağıtım haklarını elinde bulunduran United International Pictures (UIP), Türkiye'de faaliyet göstermeye başlamıştır. Bu şirketlerin yanında, önemli bir pazar payına sahip firmalardan biri de Özen Film'dir.

Özen Film dışında kalan diğer iki firma, günümüze kadar süren yüksek bir dağıtım oranı elde ederek sektörde önemli yapıya dönüşmüştür. 2005-2015 yılları arasında gösterime giren filmler incelendiğinde, bu filmlerin 46 dağıtım firması tarafından dağıtıldığı anlaşılmaktadır. Ancak, bu firmaların büyük bir çoğunluğu düzensiz ve kısa ömürlü firmalardır. Her yıl, en az bir

film ya da daha fazlasını dağıtan; UIP, Warner Bros, Özen Film ve Chantier uzun yıllar lider konumda kalırlar. Hemen ardından, yılda en az bir sinema filmi dağıtan diğer firmalar; dokuz yıl süreyle Pinema ve Medyavizyon, sekiz yıl süreyle Umut Sanat, yedi yıl süreyle Cinefilm ve Tiglon, altı yıl süreyle Duka Film ve M3 film ve beş yıl süreyle Bir Film sayılabilir. Bu dağıtım firmalarına ek olarak son 15 yılda, 17 dağıtım firması iki veya üç yıl, 16 dağıtım firması da sadece bir yıl sinema filmi dağıtmıştır.²⁴

2005-2015 yılları arasında dağıtılan filmlerden elde edilen gelir incelendiğinde, üç büyük firma olan; Warner Bros, UIP ve Tiglon tarafından paylaşıldığı görülmektedir. Aşağıdaki grafikte görüleceği üzere, 2005 ile 2015 yılları arasında ilk üç dağıtım firmasının toplam sinema gelirlerinden aldığı pay şöyledir;



Kaynak: Antraktsinema, Boxoffice Türkiye

Görüldüğü gibi %70 ve %80'lere varan oranlarda adil olmayan bir gelir paylaşımı söz konusudur. 2009 yılına kadar Türkiye'nin önemli dağıtım firmalarından biri olan Özen Film, Fox'un dağıtım haklarını kaybetmesinin

²⁴ Kerem Tomur, İmren Kol, Cihan Bilaçlı, Sinema Hizmetleri Sektör Raporu, s.9

ardından sinema endüstrisindeki konumunu yitirmiş, 2015 yılına gelindiğinde pazardaki payı %1'in altına kadar düşmüştür.

Aşağıdaki tabloda 2005-2017 yılları arasında, dağıtımçı firmaların toplam hasıllattaki payları incelendiğinde, üç firma özellikle dikkat çekmektedir:

Yıl	Dağıtımçı Firma	Toplam Hasılat Pay Oranı (%)
2005	Özen Film	%33,02
2006	Özen Film	%29,57
2007	Warner Bros.	%29,18
2008	UIP	%34,94
2009	Warner Bros.	%19,35
2010	UIP	%30,12
2011	UIP	%34,78
2012	Tiglon	%33,10
2013	UIP	%46,01
2014	UIP	%31,31
2015	UIP	%29,36
2016	UIP	%29,75
2017	Mars Dağıtım	%41,65

Kaynak: Antraktsinema, Boxoffice Türkiye.

Tablo dışında kalan ve bu yıllarda faaliyet gösteren diğer 12 firmanın toplam payları ise %1 ile %7 arasında değişmektedir. 2013 yılında toplam hasılatın %46'sını tek başına elinde bulunduran UIP, 2015 yılında %29 gerilemiştir. 2014 yılında faaliyete başlayan Mars Dağıtım'ın, 2017 yılına gelindiğinde pazardaki payını bir anda %41'e çıkarmış olması dikkat çekicidir. Nitekim Mars Dağıtım, bir süre sonra pazarın en büyük firması

olarak yerini sabitleyecek, UIP ve diğer büyük firmaları bile her dönem geride bırakacaktır.

2019 yılına gelindiğinde önceki yıllarda etkin konumda olan Tiglon ve Özen Film'in faaliyet alanını bütünüyle yitirdiği görülmektedir. 2019 yılı verileri incelendiğinde, Türkiye'de faaliyet gösteren dağıtım firmaları, pazar paylarının büyüklüğü oranıyla şöyle sıralanmaktadır:

Dağıtımçı	Pazar Payı Oranı (%)
1. Cj Entertainment Turkey	%35,99
2. UIP	%22,14
3. CGV Mars Dağıtım	%18,58
4. Warner Bros.	%11,38
5. TME Films	%5,64
6. Bir Film	%2,58
7. Chantier	%2,07
8. Başka Sinema	%0,85
9. Özen Film	%0,25
10. Filmartı	%0,17
11. Kurmaca Film	%0,09
12. STL3 Dağıtım	%0,09
13. MC Film	%0,07
14. Pinema	%0,06
15. Sun Global Medya	%0,01
16. Derin Film	%0,01
17. Blackwell Distribution	%0,01
18. M3 Film	%0,01
19. Umut Sanat	%0,00
20. İstanbul Publishing	%0,00

Kaynak: Boxoffice Türkiye, 2019

2016 yılında, Mars Dağıtımını satın alan CJ CGV adlı Güney Koreli şirketin Mars Dağıtım ile birlikte pazar payının %54 olduğu görülmektedir. Günümüz dağıtım şirketlerini tespit amaçlı, kısa olarak değinilen bu başlıktan sonra dağıtım pazarının yapısı ayrıca incelenecek; sektörden profesyonellerin görüşleri, sinema sektör raporları ve veriler ışığında yeniden ele alınacaktır.

4.3. Dağıtım: Gücün Merkezi

Sinemada dağıtım, sinema profesyonelleri olmayan kişiler tarafından genellikle en az bilenen bir konudur. Oysa, yapım-dağıtım-gösterim zinciri içinde en önemli aşamayı oluşturur. Bu aşama, yapım sürecini tamamlamış bir filmin gösterim yolculuğu içinde, yani izleyiciyle buluşmasında çok kritik bir noktada yer alır. Bitmiş bir filmin hangi şehirlerde, hangi salonlarda kaç kopya ile gösterileceğini ve reklam organizasyonları gibi ön çalışmaların ne şekilde yapılacağını kapsar. İzleyicinin ne tür filmler izleyeceği üzerinde doğrudan etkili olan dağıtım alanı, bu yolla seyirciyi biçimlendirme gibi bir özelliğe sahip olmakla birlikte, film yapım alanına da önemli düzeyde etki eder.

Bir film, yapım aşaması tamamlandıktan sonra doğrudan gösterime giremez. Ayrıca büyük bir maddi kaynağın zorunlu olduğu bu aşama; tanıtım, organizasyon, dijital kopya, salon kiralama gibi aşamaları kapsar. Düşük bir bütçeyle çekilmiş bir filmin yönetmeni/yapımcısı bu alana gerekli bütçeyi ayıramadığı gibi, tanıtım mecralarının büyük bir bölümü de halihazırda dağıtımcılar tarafından kullanılmaktadır. Bu yüzden, filmin sahibi hem tanıtma hem de yaygın gösterim için bir dağıtımcı ile anlaşmak durumundadır.

Sinema salonu işletmesi ve yapımcı arasında köprü görevi gören dağıtım şirketleri, ticari film endüstrisinde ekonomik gücün merkezini oluştururlar. Dünyanın önde gelen yapım ve dağıtım şirketleri, neredeyse tüm ülkelerde bu pazarı kontrol etme gücüne sahiptir. Dağıtım pazarında en

önemli gücü elinde bulunduran: Paramount, Universal, Sony/Columbia, Twentieth Century Fox, Warner Bros, Walt Disney/Bunue Vista gibi şirketler, her ülkeye Amerikan yapımı filmler pazarladıkları gibi, dünyaya yayılmış dağıtım şubeleriyle ve ortaklıklarıyla birlikte, yerli yapımları da dağıtma gücüne sahiptirler.

Kimi durumlarda dağıtımçı, projenin başlangıcından itibaren yaratılacak filme maddi kaynak sağlayarak işin içine dahil olabilir. Buna karşılık filmin dağıtım haklarını önceden almış olur. Bu durum, yapımcının girmiş olduğu riskleri en aza indirmiş olsa da gişe ve diğer gelirleri garanti etmez. Dağıtımçı ve yapımcı arasında yapılan anlaşma, gösterime girecek filmin gişe gelirlerinin paylaşılması üzerinedir. Dağıtımçılar, sermaye sahibi kişiler olarak, gösterimden elde edilecek gelirlere karşı; dijital gösterim kopyası, reklam ve diğer ön masrafları karşılar. Gişe geliri yapımcıyla paylaşılmadan önce, bu masraflar gelirden otomatik olarak düşülür. Yapımcı Soner Alper'in aktardığına göre; standart bir sözleşmede, salon işletmesine %50, yapımcıya %40 veya %42, dağıtımçıya ise %10 veya %12 oranında bir pay kalır. Ancak, dağıtımçının harcadığı reklam ve diğer masrafları da düşürüldüğünde yapımcının elindeki yüksek görünen pay azalır.²⁵

Rekabet Kurumu'nun 2016 yılında yayınladığı Sinema Hizmetleri Sektör Raporu'nda Martin Kanzler'den aktardığına göre: Türkiye'de sinema sektörünün dağıtım uygulaması, Avrupa ve diğer ülkelerin dağıtım uygulamalarından farklılık göstermektedir. Çoğu Avrupa ülkesinde dağıtımçılar, sanal kopya bedeli ve çeşitli birçok reklam maliyetlerini karşılayarak belirli riskleri üstlenirler. Türkiye'de ise bu maliyetler dağıtımçılar tarafından değil, yapım şirketleri tarafından karşılanmaktadır.²⁶ Buna göre, dağıtım firmaları bu riskleri de yapımcıya bırakarak, oldukça düşük bir risk üstlenmektedirler.

²⁵ Soner Alper ile görüşme, 27 Nisan 2020

²⁶ Kerem Tomur, İmren Kol, Cihan Bilaçlı, Sinema Hizmetleri Sektör Raporu 2016, s. 8

Elbette bu noktada bir yapımcı, kendi filmini kendi pazarlama strateji geliştirebilir ancak, mevcut organizasyonların tümü dağıtımıcılar tarafından profesyonel bir yolla yapıldığı ve salonların büyük oranda önemli dağıtımıcıların tekelinde olduğu düşünüldüğünde, yapımcı; perde reklamı, afiş yerleştirme ve benzeri reklamlar vermekte zorlanacağı gibi salon bulmakta da başarısız olacaktır. Öyle ki, salonlar zaten belli programlarla doldurulmuş durumdadır.

Dağıtımıcı ile salon işletmecisi arasında imzalanan gösterim sözleşmesi, çoğunlukla sert şartları da beraberinde getirir. Sinema salonu, filminden elde edilen gelirin, ancak çok küçük bir yüzdesine sahip olur. Standart bir düzenleme, dağıtımıcıya bir filminden ilk hafta gelecek toplam gelirin en az %90'nını garanti eder ve bu oran ilerleyen haftalarda %30'a kadar düşer. Gişe kazancının büyük bir bölümünün ilk haftalarda elde edildiği düşünüldüğünde, gösterimci, hasılatın ancak çok küçük bir yüzdesine sahip olabilir. Salon işletmecisi, ortalama olarak uzun süreli başarı sağlamış bir filmin gelirinden bile en fazla %50 pay alabilir. Salon işletmecisi, bu dezavantajı telafi etmek için izleyicilere pahalı yiyecekler sunar. Aksi halde gelirin büyük bir bölümünü dağıtımıcıya aktaran sinema salonu ayakta kalmakta zorlanacaktır. Brüt gelirler gösterimci ile paylaşıldığında, dağıtımıcı kendi payını alır ve bunu daha da böler. Eğer dağıtımıcı, filmin yapım aşamasına da maddi kaynak sağladıysa, buna başka bir yüzde daha eklenir. Baskı ve reklam maliyetleri de çıkarıldıktan sonra, geriye kalan pay yapımcıya aktarılır.²⁷ Çoğu film için yapımcıya dönen gişe geliri miktarı o denli azdır ki, çalışanların ücretleri ödendikten sonra, yapımcı ve diğer önemli aktörler kendi paylarını almak için sonraki mecralarda yapılacak satışları beklemek zorunda kalmaktadırlar.

Büyük dağıtımıcılar bu yolla yüksek kazanç elde ederler. Ülke bazlı bakıldığında o yıl yapılan filmler arasında zirvedeki 10 film, gişe gelirlerinin

²⁷ David Bordwell, Kristin Thompson, Film Sanatı, s. 34

%50'sini elde eder. En popüler filmlerin %30'u gişe gelirlerinin %80'ine sahip olur. Bu mecradaki payın büyük bir kısmını dağıtımçıya kaptıran sinemacı, normal olarak yalnızca Tv, dijital ortamlar ve ev video satışından kar edebilir durumdadır.²⁸

Dağıtımçılar, bir sinema salonu ile anlaşma sağladıklarında, teklif verilen filmler dışında başka filmleri de satın almayı zorunlu kılabilirler. Bu uygulamaya: "Block booking", yani toptan kiralama denir. Gösterimciye, filmleri paket halinde kiralamasına yönelik baskı yapan dağıtımçı, bu yolla iyi filmlerin yanına ucuz, gişe garantisi olmayan filmler de koyarak toptan satışı gerçekleştirmiş olur. Üstelik tümüne ait gösteri programı düzenleyerek, sezonun büyük bir bölümünü önceden ele geçirmiş olur.

Bu konuda devletlerin yerli sinema endüstrisini destekleyici politikaları olmadığına, büyük sermayelerin tekeline maruz kalan, yabancı dağıtımçıların gösterim alanında gittikçe daha fazla söz sahibi olduğu bir sisteme evrilir. Nitekim, ülkemizde dağıtım ve gösterim alanında yaşanan tekelleşme sorunu bunun açık bir örneğidir.

4.4. Dağıtım ve Gösterim Pazarının Genel Yapısı, Tekelleşme ve Sinema Sektörüne Etkileri

Sinema endüstrisinde dağıtım, yapım aşaması tamamlanmış bir filmin seyirciyle buluşması noktasında önem kazanmaktadır. Bu anlamda dağıtımçı, bir filmin hak ettiği düzeyde tanıtılması ve seyirciyle buluşması için gerekli tüm yükümlülükleri üstlenen kişidir. Piyasa şartlarını, vizyon tarihini, salon ve koltuk sayısını dikkate alan dağıtımçı, seçtiği filmin pazarlanmasını organize eder. Gösterime giren filmin, dağıtımçıya kazanç getirmesi zorunlu olduğundan, dağıtım aşamasında, filmin potansiyel gişe başarısının göz önünde bulundurulduğu gerçeği ortaya çıkar. Dağıtımçının üstlendiği bu

²⁸ A.g.k. 35

sorumluluk, aynı zamanda alanında uzmanlaşmış, yetkin ve ekonomik açıdan güçlü olması gerektiğine de işaret etmektedir.²⁹

Dağıtımçılar, filmlerinin mümkün olduğunca çok salonda gösterime girmesine ve bunun için en uygun vizyon tarihi belirlemeye çalışmaktadırlar. Fakat, bütün dağıtımçıların aynı yöntemi benimseyerek hareket etmesi ve filmlerin, yalnızca belirli sezonlarda ve kısıtlı zaman dilimlerinde gösterime girmelerinden dolayı çakışmalar yaşanmaktadır. Örneğin; beş gün önce vizyona girmiş güçlü bir filmin muhtemel gişe başarısına, ondan hemen bir hafta sonra gösterime girecek başka bir güçlü film, olumsuz etkiye bulunabilir. Bu koşullar altında küçük bütçeli filmler için salon bulmak noktasında güçlük çekilmektedir. Konu bu çerçevede değerlendirildiğinde, filmin kendisinden çok, dağıtımçı firmanın sahip olduğu salon sayısı ve tekel gücü önem kazanmaktadır.³⁰ Bu gücü elinde bulundurmak dağıtımçı için en önemli meseledir. Sonuçta, ekonomik açıdan en güçlü olan, yayılmacı bir politika benimseyerek bütün salonları satın alabilir veya kendisine bağlayabilir. Ülkemizde, bu alanda tekelleşmeyi önleyecek yasaların olmaması, dağıtımçıları arasında kıyasıya bir mücadelenin yaşanması sorununu beraberinde getirmiştir. Nitekim son yirmi yıl içinde, dağıtım alanında yaşanan dalgalanmaları bu soruna bağlamak mümkündür.

Türkiye’de sinema sektörü bileşenlerinin örgütlü olarak hareket ettiği bir durum söz konusu değildir. Bunun sonucu olarak, dünya çapında büyük sermayelerle hareket eden eğlence tröstleriyle mücadele etmek ve ulusal sinema endüstrisini korumak anlamında yetersiz ve güçsüz kalmaktadır. Günümüzde film yapım alanında ve izleyici sayısında, durgun geçen 1980’li ve 1990’lı yıllara göre ciddi bir artış olmasına rağmen, Türk sinema endüstrisinde yolunda gitmeyen kimi durumlar olduğu tespit edilmiştir. Film dağıtım ve gösterim aşamalarının tekelleşmesi, yerli olmayan yatırımcıların güdümüne girmesi sektörün en önemli sorunlarından biridir.

²⁹ Ala Sivas Gülçur, İhsan Eken, Türkiye’de Film Endüstrisi (2011-2015) s. 49

³⁰ A.g.k. s. 49-50

Dağıtım şirketlerinin Türkiye'deki pazar paylarına bakıldığında, CJ CGV Entertainment ve 2016 yılında onun bünyesine geçen, CGV Mars Dağıtımın çok önemli bir yüzdeye sahip oldukları görülür. Türkiye'de 2014 yılından itibaren dağıtım alanında faaliyet göstermeye başlayan Mars Dağıtım, kısa sürede pazar payını %20'nin üzerine çıkararak bu alanda önemli bir yükselişe geçmişti.

Rekabet Kurumu, ülkemizde sinema sektörünün sorunlarını incelemek üzere 2016 yılında hazırladığı raporda, detaylı bir inceleme yapmıştır. Rapora göre; Türkiye sinema sektöründeki tekelleşme durumunun temeli incelendiğinde, tekelleşmenin Mars ve AFM sinemalarının birleşmesi sonucu ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Birleşmeden sonra İş Bankası sponsorluğuyla "Cinemaximum" adını alan sinema zinciri, daha çok AVM'lerde yoğunlaşmasıyla dikkat çeker. Mars Grubu'nun dağıtım, gösterim, yapım ve reklam pazarında gerçekleştirdiği faaliyetler sonucunda ortaya çıkan "dikey bütünleşme", sektördeki kimi faaliyetleri kısıtlayan ve firmaların rekabetini olumsuz etkileyen sonuçlar doğurmuştur.³¹

2010 yılının sonlarında birleşen Mars ve AFM, lokasyon ve salon çokluğuyla ezici bir güç oluşturacağı ve söz konusu edildiği gibi dikey bütünleşmeye yol açacağından dolayı, birleşmenin iptali için dava açılır. Buna karşın Rekabet Kurumu, 17.11.2011 tarihli kararıyla, dokuz adet sinema işletmesinin elden çıkarılması ve üç adet işletmenin kapatılması şartıyla, birleşmeyi kısmen onaylamıştır. Nitekim, Mars Grup o dönemde belli sayıda işletmeyi elinden çıkarmış olsa da daha sonra yeni işletmeleri bünyesine katarak varlığını sürdürmüştür. Öyle ki, 2011-2015 yılları arasında Türkiye genelinde açılan 61 AVM projesinin 33'ünü alarak pazardaki payını büyütme devam etmiştir.³²

³¹ Özer Kanburoğlu, İstanbul'da Film Sektörünün Durum Analizi ve Sektörün Geleceği Projesi, s. 32-33

Kerem Tomur, İmren Kol, Cihan Bilaçlı, Sinema Hizmetleri Sektör Raporu, s. 8-18

³² Ala Sivas Gülçur, İhsan Eken, Türkiye'de Film Endüstrisi (2011-2015) s. 51

Sinema Salonu Yatırımcıları Derneği (SİSAY) yönetim kurulu başkanı İrfan Demirkol, söz konusu şartlı birleşme ile ilgili önemli açıklamalarda bulunur:

“Bütün Türkiye’de sinemacıların gördüğü gibi, iki grup birleşti. Rekabet Kurumu inceleme yaptı. Birçok sinemacıyla ve dağıtıcıyla görüşmeler yaptı. Sonra, Rekabet Kurumu şartlı birleşme kararı verdi. Belli yerlerde belli sayıda -9 ya da 11 tane- sinemanın kapanması koşuluyla birleşmelerine izin verdi. Ancak, röportörün birleşmemeleri konusunda rapor verdiği söylendi. Sinemaların belli bir grubun eline geçeceğini ve aynı tarz filmler gösterileceği tarzında rapor verdi. Bu birleşmenin kesinlikle olmaması gerektiği, sektöre ciddi zararlar vereceği çok açık net yazıyor zaten röportör yazısında. Daha sonra, röportörün izinli olduğu bir gün bu karar çıktı, yani birleşebilirler diye. 5’e 3 falan, karşı oy da var. Oy çokluğu ile birleşebilir diye bir karar çıktı. Sonra Ankara’da bir avukat, seyirci olarak bir dava açtı. Kendisini tanıyorum. Diyor ki: “Bu birleşme sakıncalıdır, bu yürütmenin durdurulmasını istiyorum” diye, avukat dava açıyor ve kazanıyor, ama kazanma yolunda, davadan feragat ediyor ve çekiliyor. Yani böyle bir dava kazanılmışken, bir avukat neden bir davadan vazgeçer, bunu araştırın dedim. Avukat korkutuldu mu? Baskı altında mı kaldı? Başka bir tehditte mi bulunuldu? Bunun rekabet kurumunca yapılması lazım. Normalde onun uygulanıp hukuken o birleşmenin yapılmaması gerekirdi, ama yapıldı.”³³

Mars Dağıtımın hızla büyümesiyle birlikte sektördeki bazı dağıtıcılar etkinlik alanlarını yitirmeye başlamışlardır. Önceki yıllarda önemli ölçüde pazar payına sahip olan Özen Film, Pinema ve Tiglon gibi şirketlerin paylaştıkları tablolardan da görüleceği üzere, kısa sürede pazar paylarını kaybettikleri görülmektedir.

2016 yılına gelindiğinde, CJ CGV Entertainment adlı Güney Koreli şirket, Mars Grubu satın alarak Türkiye pazarına girmiştir. Basına yansıyan bilgilere göre, Avrupa’ya açılmak isteyen şirket, bu yolda Türkiye’yi seçmiş ve büyük bir yatırım yapmıştır. CJ CGV yalnızca sinema alanında değil, dünya çapında; ilaç, gıda ve eğlence sektöründe de faaliyet göstermektedir. Kısa

³³ Kapalı Gişe: Türkiye’de Tekelleşen Film Dağıtımı, Yön: Evrim Kaya, Kaan Müjdecı, Fırat Yücel, Şenay Aydemir, Belgesel, 2016
Dava süreci ile ilgili detaylı bilgi için bkz. Sinema Hizmetleri Sektör Raporu 2016, s.58-60

sürede Mars ile birlikte pazar payını %54 gibi yüksek bir orana çıkaran CJ CGV, günümüzde sinema sektörünün tek hakimi konumundadır.

Gazeteci Ceyhun Kuburlu, Hürriyet gazetesinde, Mars Grubu'nun Koreli CJ CGV adlı şirkete satışını şöyle duyurmuştur: Son 15 yılda Türkiye'de açılan hemen hemen tüm alışveriş merkezlerinde Mars Cinema Group yer alır. Özellikle dijital sinemalara büyük yatırımlar yapan Mars, ülkemizde satılan yılda 60 milyon biletin en az 26 milyonuna tek başına sahiptir. *(Bu oran, 2018'de 68 milyonda 30,2 milyona yükselmiştir.)* Gösterime giren yabancı filmlerden %55, yerli yapımlardan ise %38 pay alan şirket, 2005 yılında Tepe Cinemaxx Grubu'nu ve 2010 yılında AFM sinemalarını satın almıştır. Mars Group'tan gelen açıklamada: "Güney Kore'nin yanı sıra altı ülkede daha faaliyet gösteren CJ CGV, özellikle Avrupa pazarına Türkiye üzerinden açılma planları çerçevesinde, Mars Grubu satın alması oldukça önemli bir yatırım olmuştur. Bu satın alma işlemi, Türkiye ve Güney Kore arasındaki dostluğun gelişmesine katkı sağlayacaktır" denilmiştir³⁴ Sektörden profesyonellerin Mars'ın kontrolsüz büyümesine dikkat çektikleri geçmiş yıllarda, duyulan en büyük kaygı; Mars Dağıtım'ın günün birinde yabancı menşeli bir firmaya satılabilecek olması ihtimali idi. Nitekim, kısa süre içerisinde bu satış gerçekleşti ve öngörüldüğü gibi sinemacılar yerli değil, yabancı bir muhatapla karşı karşıya kaldılar.

Bu konudaki diğer sorunlardan biri de sinema salonlarının giderek alışveriş merkezlerine kaymış ve küçülmüş olmalarıdır. Rekabet Kurumu'nun raporuna göre, Türkiye'de bulunan salonların %71'i alışveriş merkezlerinin içinde yer almaktadır. Bu hızlı artışla birlikte bağımsız sinemalar seyirci kaybından dolayı giderek kapanmaya başlamıştır. 2006 yılında bağımsız sinemaların oranı %70 iken, 2014'te %41'e 2016 yılında ise %30'un altına düşmüştür. Bu kapanışların nedenlerinden biri de; 2010 yılından itibaren

³⁴ Ceyhun Kuburlu, Hürriyet Gazetesi, 2016

hızla yaygınlaşan zorunlu dijitalleşme süreciyle birlikte, kimi salonların dijital dönüşümü gerçekleştirecek maddi kaynağa sahip olmamasıdır.

Antrakt gazetesinin 2015 yılı verilerine göre, Türkiye'nin en büyük sinema zinciri olan Mars Grup, 122.000'in üzerinde koltuk kapasitesine sahiptir. Diğer dokuz firmanın ise toplam koltuk sayısı 85.000 civarındadır.³⁵ CVG'nin "www.marsmedia.com.tr" uzantılı internet sitesinde güncellediği verilere göre; 37 ilde 108 lokasyonla, salon sayısını 913'e çıkarmıştır. Türkiye'deki salonların toplam sayısının 2858, koltuk kapasitesinin ise 312 bin olduğu göz önünde bulundurulduğunda, tek bir şirketin gösterim pazarının nerdeyse yarısına hakim olduğu anlaşılmaktadır.

CGV Mars Dağıtımına ait Cinemaximum sinemalarını, 180'er salonu bulunan Cinema Pink ve Avşar Sinemaları takip eder. Cinemarine Sinemaları 145, Prestij Sinemaları 100'er, Site Sinemaları ise 90 salonla, Cinemaximum ardından gelen en çok salonu bulunan sinema zincirleridir. Ancak, isimlerini saydığım beş firmanın toplam salon sayısı bile Mars grubun neredeyse yarısı kadardır. Üstelik bu işletmelerin Mars grubun etkisi altında hareket ettiği düşünüldüğünde ortaya çıkan tablo, tekelin büyüklüğünü çarpıcı bir şekilde göstermeye yetmektedir.

Bu durumun yarattığı tekel, ana akım dışında film üreten sinemacıların en büyük çıkmazlarından birini oluşturmaktadır. Ana akım unsurları barındırmayan filmlerin seyirciyle buluşamadığı böyle bir ortamda, Türk sinema endüstrisinin kaderi bir yöneticinin adeta tek başına aldığı kararlarla şekillenmektedir. Geçtiğimiz yıllarda İstanbul Film Festivali'nin, şimdilerde ise Başka Sinema'nın direktörlüğünü yapan Azize Tan, tekelleşme konusunda şöyle bir açıklamada bulunur:

"Ticari beklentisi büyük filmler vizyona girdiğinde neredeyse Türkiye'deki salonların yarısından fazlasında aynı film oynuyor. Ayrıca

³⁵ Ala Sivas Gülçür, İhsan Eken, Türkiyede Film Endüstrisi (2011-2015) s. 64

sadece salonlar değil, dağıtıcılarının da yaptırımları oluyor. Bazı filmlerin belli sayıda salonun altında gösterilmesine ya da beş-altı haftadan daha fazla bir süre salonda oynamasına izin verilmiyor. O nedenle tek salonlu bağımsız sinemaların ayakta kalma şansı yok. Tekel olan büyük zincir, artık tamamen alışveriş merkezlerine hapsolmuş sinema kültürünü besliyor. Yeni açılan tüm alışveriş merkezleri de en büyük olanla çalışmak istiyor. Rakip olmayınca da kuralları belirleyen bu zincir oluyor. Birkaç yıl önce Korelilerin oldukça yüklü bir paraya satın aldığı Mars Sinemaları, Kore’de geliştirdikleri modelleri burada oturtmaya ve yaptıkları yatırımın karşılığını fazlasıyla almaya çalışıyor. ‘Sinema kültürünü destekliyoruz’ adı altında yapılan çoğu uygulama da aslında karlılığı artırmak için yapılıyor. Asıl amaç da sinema kültürünün gelişmesi değil, karlılığın artmasıdır. Bir sinema zincirinin hem yapımçı, hem dağıtımçı, hem salon sahibi olması da dengelerin tümüyle altüst olmasına neden oluyor.”³⁶

Boxoffice Türkiye’nin 2015 aralık ayı verilerine bakıldığında, Türkiye’deki 2356 sinema salonununun 1700’ünde yalnızca Dügün Dernek: Sünnet (1300 salon) ve Mucize (400 salon) adlı iki film gösterildiği görülür. Azize Tan, sözlerine şöyle devam eder:

“Gişe beklentiniz belirli bir sayının altındaysa söz hakkınız da az oluyor. Mars grubunun bağımsız sinema örneklerine yer verdiği salonlar da var, ama burada bilet fiyatları normale göre düşük ve bilet gelirinden daha farklı paylar talep ediliyor. ‘Bağımsız sinemaya salonları açıyoruz, sinemayı destekliyoruz’ diyorlar, ama özellikle belli lokasyonlarda izleyicisi olan bu tip filmlere daha az pay vermeye çalışarak her daim karlarını korumayı ön planda tutuyorlar.”³⁷

2015 yılı aralık ayının aynı haftasında, Venedik Film Festivali’nde Jüri Özel Ödülü alan “Abluka” ve Tolga Karaçelik’in Altın Portakal ödüllü “Sarmaşık” filmi, yirminin altında kopya ile dağıtılmış ve kısa süre sonra vizyondan çıkartılmıştır. Ülkemizin başarılı genç yönetmenlerinden Kaan Müjdeci, kendi filmi ile ilgili yaşadığı deneyimi şu çarpıcı sözlerle anlatır:

³⁶ Atilla Dorsay, Azize Tan, Semih Kaplanoğlu, Kerem Ayan, Suat Köçer, Cenk Sezgin İle Sinemada Tekelleşme Sorunu Değerlendirmesi, Yeni Şafak 2019,

³⁷ Atilla Dorsay, Azize Tan, Semih Kaplanoğlu, Kerem Ayan, Suat Köçer, Cenk Sezgin İle Sinemada Tekelleşme Sorunu Değerlendirmesi, Yeni Şafak, 2019

“Venedik’te yarışmaya kabulünden sonra ‘Sivas’ filminin dağıtımı için Mars Grup’la görüştüm. İlk başta şirket filmle gayet ilgiliydi. Mars’ın kopya sayısına karar veren yöneticileriyle birlikte filmi izledik, ama ikisi de sağ olsunlar, telefonlarından başlarını kaldırıp da filmimi izlemeye pek tenezzül etmedi. Bu herhalde hep böyle oluyor. ‘Bir filmde ne olabilir ki?’ diye düşünmeye alışmışlar. Biri filmin bitimine on dakika kala çıktı salondan, sonuna kadar izlemedi. Film bittiğinde, kapının önünde diğer yöneticiyle kısa bir konuşma yaptık. Filmi nasıl bulduğunu, kaç kopya girebileceğini sordum ona: ‘İş yapmaz’ dedi hemen. Ben tabi daha yeniyim, diyemiyorum ki: ‘Yahu izlemedin filmi, iş yapmayacağını nasıl biliyorsun?’ Akıldan geçenleri söyleyemedim. O sırada, Cem Yılmaz’ın filmi vizyona girecekti. ‘Acaba Sivas’ın fragmanını, Cem Yılmaz’ın filminin önüne koysak bir etkisi olur mu filan’ diye fikir yürütüyorum. Adamsa gayet kendinden emin bir şekilde ve aşağılayarak eliyle Sivas’ın afişini işaret etti: ‘Bunu mu koyacağım?’ dedi bana. Bu, bana sektörün en önemli kurumlarından birinin nasıl bir ciddiyetsizlikle yönetildiğini gösterdi. Açıkçası dehşete düştüm.”³⁸

Sinema gösteriminin kartelleştiği böyle bir ortamda, bağımsız yapımcı ve işletmecilerin yaşama şansı neredeyse yoktur. Tekeli önleyici yasalar olması durumunda bir şirketin hem yapımcı hem dağıtımcı hem de salon işletmecisi olması önlenebilecektir. Nitekim, 1948 yılında Amerikan hükümetinin Paramount’a karşı açtığı davadan çıkan kararla; bir yapım şirketinin filmin aynı zamanda dağıtım ve gösterimini üstlenmesi tekeli önleyici yasaya aykırı bir durum olarak nitelendirilmiş ve şirketler yapım dağıtım ve gösterim arasında seçim yapmak zorunda bırakılmıştır. Bu durum, Hollywood stüdyo sisteminin altın çağının sonu olurken, bugün olduğu gibi birçok bağımsız yapım şirketinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Kuşkusuz merkezi bir otoritenin tek elden çıkan üretimi kontrol etmesi kolayken, böyle bir ortamda üretimin özgürce şekillenmesi oldukça zordur.³⁹

Dağıtımın tekelleşmiş yapısı, gösterime giren filmlerin içeriklerine de büyük ölçüde etki eder. Bu anlamda, film üretiminin kısır bir döngüye girip, sürekli birbirini tekrar eden yapımların ortaya çıkmasına neden olur.

³⁸ Mehmet Açar, Kaan Müjdecı ile Röportaj, T24, 2016

³⁹ Kapalı Gişe: Türkiye’de Tekelleşen Film Dağıtımı, Yön: Evrim Kaya, Kaan Müjdecı, Fırat Yücel, Şenay Aydemir, Belgesel, 2016

Üretimde, izleyici taleplerinin belirleyici olmasından ziyade, kartellerin seyirciyi yönlendirdiğini ve biçimlendirdiğini söylemek mümkündür. Bağımsız sinemaların peş peşe kapanıp, salonların büyük çoğunluğunun AVM'lere taşınarak bu kültürle entegre hale getirilmiş olması, film izleme kültürünü basit bir tüketim nesnesine dönüştürmüştür, bu yolla izleyicinin körelmesine neden olmuştur. Sinema Eseri Yapımcıları Meslek Birliği (SEYAP) başkan yardımcısı ve yapımcı Serkan Çakarer, bu duruma şöyle değinir:

“İzleyici yok, bu bir problem. Yani, 70 milyon biletin satılıyor olması, Türkiye’de sinema izleyicisi olduğunu göstermez. O insanlar eğlenmeye gidiyorlar. Benim yaptığım türden filmlere gidebilecek seyircinin gitmeyi adet edindiği, böyle bir aktivite içinde bulunduğu sinemalar giderek köreltilmiştir. Daha çok diğer filmlere gidecek seyirci profilini özendirecek sistematığın geliştirilmiş olması, yani AVM gibi yerlerde özendirilerek yeni sinemaların açılması, o seyirci profilinin desteklenmiş olması demektir. Bütün bunlar çok önemli parametrelerdir.”⁴⁰

Sinema Salonu Yatırımcıları Derneği (SİSAY) yönetim kurulu başkanı İrfan Demirkol, AVM'lerin bu alanda ne tür politikalar ürettiğini şu sözlerle anlatır:

“AVM’ler... Ankara’dan biliyorum. Gala yapmak için AVM yönetimleri, filmlere para ödüyorlar şuan. Masraflar dışında da para da ödeniyor ve bu yolla AVM reklamı yapılıyor. Yani bu işte oradaki seyirciye dönük tarz sipariş filmler getiriliyor. Oysa ki, kalan bağımsız, nitelikli, festivallerde yüzümüzü ağartan çok filmimiz var. Bu filmlerin Türkiye’de maalesef vizyon şansı çok az... Seyirci tembelleştiği için o filme az seyircinin gittiğini biliyoruz.”⁴¹

Dünyada bu tip salonların, bu kadar ezici hakimiyeti yoktur. Avrupa’daki salonların yarısından fazlası, hala geleneksel tekli salonlardan oluşur. Oysa bu oran, Türkiye’de %20’nin altına düşmüş durumdadır. Multi Megaplex salonların oranları, AB ülkelerinin neredeyse iki katına çıkmıştır.

⁴⁰ A.g.e.

⁴¹ A.g.e.

Türkiye’de seyircinin %85’i bu alışveriş merkezlerinin içindeki salonlara yönlendirilmiştir.⁴²

Örneğin; Fransa’da seyircisini ve sinemasını koruyan, onu geliştirmeye çalışan bir sistemin varlığı yasalarla sabit hale getirilmiştir. Ülke sinemasını koruyan Fransa, aynı zamanda seyirci yetiştirmek ve sinema eğitimi anlamında da dünyanın birçok ülkesinden önde olduğu görülmektedir. Yılda 200’ün üzerinde film yapılan Fransa’da nitelikli filmler ile gişe odaklı filmler arasında ülkemizdeki gibi bir uçurum olmamakla birlikte, kimi sezonlarda nitelikli filmlerin seyircisi, yerli ya da Amerikan gişe odaklı yapımlardan fazladır. Yapımcı Serkan Çakarer’in konu ile ilgili dikkat çekici yorumu şöyledir:

“Paris’te hemen hemen hiçbir sinema AVM içinde falan değildir. Yolda yürürken kafanı kaldırdığın zaman birçok sinema salonu görürsün, tıpkı bizim eski cadde sinemaları gibi. Mesela ben, Fransa’da 30 Euro verip, 1 ay sınırsız film izleyebilecek bir kart sahibi olabiliyorum. Türkiye’de verin bu kartları, insanlar sinemaya gitsinler. Bunlar hep kültür politikaları işte. Bu yalnızca devletin desteğiyle olabilecek bir şey. Daha çok insanın film izlemesi ile ilgili pratikleri geliştirmek gerekiyor, çünkü şu anda zaten Türkiye’de sinema salonlarının doluluk oranı %10 - %12 civarında. Böyle bir sürü problemimiz var. Şu yargı yanlış: ‘İnsanlar aslında bizim filmlerimizi çok seviyor da bizim filmlerimiz bu salonlarda oynamıyor diye gidemiyorlar.’ yanlış ve naif bir yargı. Keşke bu kadar basit olsaydı. Fransa’da sinema, çok yüksek tutarda finanse edilen, çok büyük para ayrılan bir alan. ‘sinemayı biz icat ettik, bu bizim milli sporumuz’ gibi bir düşünce var orada. Ben en son rakamlara bakmadım, ama 2009 yılında Fransa sinema kurumu CNC’nin yıllık bütçesi 1.5 milyar Euro idi. Türkiye’de 2019 yılında dağıtılan toplam destek tutarı 6 milyon Euro, arada böyle bir fark var. Bunu karşılaştırmak mümkün değil. Son 7-8 senedir Türkiye sinema olarak yörüngeden çıkmış durumda. Belirsiz bir tarafa doğru sürükleniyor yalnızca. Dağıtım sorunu da sansür sorunu da bunun sebeplerinden biri, çünkü şu anda belirli bir yörünge yok. Bir şey yörüngeden çıktığı zaman, artık fizik kuralları işler.”⁴³

⁴² A.g.e.

⁴³ Serkan Çakarer ile kişisel görüşme, Ağustos 2020

Yapımcı Funda Alp, dağıtım sorunlarının sinemacı ve seyirci üzerinde yarattığı olumsuz etkiyi şu sözlerle anlatır:

“Birileri sizin filminizi dağıtmıyor ya da sizin filminizi kısıtlı dağıtmayı ve neredeyse lütfederek kabul ediyor. Dolayısıyla seyircinin bir düzeyde beğenin üzerine çıkma ihtimali ortadan kalkıyor. Bu çok ciddi bir sistem sorunu. Yaklaşık 10 yıldır film yapıyoruz. Neredeyse her yıl bir film yaptık. Yaptığımız filmler, ana akım sinemanın dışında tutulabilecek aynı zamanda ticari olarak da bağımsız diye tarif edebileceğimiz filmler. Çok net bir takım çizgiler var: Sen ana akım değilsin, sen sonuçta bütün bu ağın dışındasın, dolayısıyla festival filmisin falan diye bir tarif var, onun için de dağıtmıyoruz. AVM'lere girmiyoruz, şu bölgelere girmiyoruz falan gibi net, çok net, davranışlarla karşılaşabiliyorsunuz ve bunun birçok arkadaşımın başına geldiğini de biliyorum. Yani sadece sinema ile ilgili bir şey değil, çünkü bir halkın beğeni düzeyini düşürmek gerçekten cehenneme gitmekle ölçülebilir. Çünkü, gerçekten başka bir şey, başka bir görüş hiç sunmuyorsun. Hep aynı şeyleri izlemek zorunda bırakıyorsun. Onları gerçekten iki dolar yedi sent şeklinde görüyorsun ve buluşmasını engelliyorsun. Bu sadece sinemacılara yapılan bir kötülük değil, bu en temelde izleyiciye yapılan bir kötülüktür.”⁴⁴

İzleyicilerin beğenilerine yapılan bu müdahale, sinemasal anlamdaki çeşitliliğin kısır bir döngü içinde hareket etmesine neden olur. Nitekim, gişe başarısı sağlayan son dönem Türk filmlerine bakıldığında, bunların büyük çoğunluğunu; ucuz, televizyon estetiğinden beslenen, içerikten yoksun ve hiçbir değerle bağdaşmayan komedi filmlerinin oluşturduğu görülür. Her türlü insani değerleri ve kültürü yok sayan bu tür filmler, seyircinin gittikçe yozlaşmasına ve içinde bulunduğu kültüre yabancılaşmasına neden olur. Dünyanın neredeyse her ülkesinde, seyirciyi salonlara çeken popüler filmler nitelikli filmlerden daha fazladır, ancak Türkiye sinema endüstrisinde bu durum istismar edilerek “tek üretim” tarzına dönüşmüştür. Yapımcı Serkan Çakarer, kişisel görüşmemizde şu önemli saptamada bulunmuştur:

“Türkiye’de aynı zamanda bir içerik krizi var. Bunun ne anlama geldiğinin çok farkında değil insanlar. Türkiye’de ana akım sinemanın

⁴⁴ Kapalı Gişe: Türkiye’de Tekelleşen Film Dağıtımı, Yön: Evrim Kaya, Kaan Müjdecı, Fırat Yücel, Şenay Aydemir, Belgesel, 2016

tamamen televizyon yapım şirketlerinin güdümüne girmesinden kaynaklı bir tıkanma var. Bunlar tamamen televizyon sektörünün damarları. Bir proje geliştirme, sanatı düşünme, sinema filmi yapma... bunlar bütünüyle başka şeyler ve birbirinden çok farklı faaliyetler. Dizi refleksleriyle film yapan çok sayıda stüdyo var şu anda. Ben bunun da büyük bir kriz olduğunu düşünüyorum. Bu şirketlerin son yıllarda yaptığı filmlere bakalım; çoğu Kore'den, Japonya'dan vs. alınmış şeyler. İlerde bu gerçek daha net bir biçimde kavranacaktır.”⁴⁵

Yönetmen Kaan Müjdeci, katıldığı bir televizyon programında şu önemli açıklamalarda bulunur:

“Sivas'ı çekmişim, bir sürü ödül almışım, festivallere gitmişim, buna rağmen Türkiye'de dağıtım konusunda ciddi bir problemle karşılaştım. Bir film yapıyorsunuz ve o film belli bir yapım şirketine çıkmıyorsa hiçbir şekilde seyirciye ulaşamıyor. Yeterince sinema salonumuz var ancak bunların yüzde 52'si tek bir gruba ait. Birçok film, Kültür Bakanlığı'ndan fon almasına rağmen seyirciye gösterilemiyor. Kültür Bakanlığı, destek verdiği filmi vizyonda göremiyor yani. Hem filmi çekip, hem dağıtıp hem de sinema salonu sahibi olamazsınız, rekabet kurulu böyle bir şey söz konusu olduğunda incelemeye başlar. Ben sadece kanunların gereği gibi işlemesini istiyorum. Mars Grup ile AFM'nin birleşmesi, sinemada kartelleşmeyi de beraberinde getirdi. Dağıtımcılar, 'Gişe' tabusunu önümüze koyuyor, 'Bu varken bu gitmez' diye. Baktığınızda Yavuz Turgul'un 'Muhsin Bey' filmi de çok düşük bir gişeye sahip, ama şu an milyonlar izliyor, milyonlar seviyor. Önemli olan filmin ne kadar gişe yaptığı değil, sinema hafızamızda neyin yer alacağı. Sinemada kartelleşme, Muhsin Bey gibi filmlerin çekilmesini engelliyor.”⁴⁶

Yönetmen Pelin Esmer, dağıtım sorunlarıyla ilgili yaşadığı deneyimi şu sözlerle anlatır:

“11'e 10 Kala filminde dağıtıcı firmalarla görüşmelerimiz oldu. İşte biz yapımçı olarak bastırıyoruz daha çok kopya diye. Aracı dağıtım şirketi salonları ikna etmeye çalışıyor ve sanki lütfen bizim hatırımıza salonlar veriliyordu. Hala da öyle. Bir salon daha, bir tane daha olur mu? Bunları hakikaten çok faydasız olduğunu daha da kesin olarak Gözetleme Kulesi filmimde gördüm. Çünkü orada da bir salon bize

⁴⁵ Serkan Çakarer ile kişisel görüşme, Ağustos 2020

⁴⁶ Aslı Öymen, Kaan Müjdeci ile Röportaj, CNN Türk Afiş Programı, T24, 2016

lütfe edilmiş ya sağ olsun bir yer açılmış. Sonra gidiyorum öğreniyorum ki ya da duyuyorum ki benim filmim iptal. Orada başka bir film oynuyor. Çünkü bakmış orada birkaç kişi var ve dolayısıyla birkaç kişiye: 'Kusura bakmayın' denilmiş ve diğer garanti olan film konulmuş.⁴⁷

Bir filmin ne kadar süre gösterimde kalacağı ile ilgili bir sözleşme bulunmamakla birlikte, gişe başarısı sağlayamayan filmin ilk haftadan itibaren gösterimden çıkarılması ya da başarıya göre salon sayısının çoğaltılması, öncelikle ABD'de uygulanan bir politika olmuştur. Sözleşmelerde genel hatlarla belirlenmiş olan durum, filmin gösterim performansına bağlanmıştır. Türkiye'de gösterim süreleriyle ilgili izlenen yol da ABD politikalarından devralınmıştır. Bu durumun -en kısa ya da en uzun süre gibi- herhangi bir yazılı karara bağlanmamış olmaması, dağıtımçıların gösterimciler üzerinde baskı yoluyla hakimiyet kurabilmesi sonucunu doğurur. Özellikle küçük ölçekli sinemalarda gösterimcinin yeni film üzerinde söz hakkının olmaması, seyirciye sunulan film seçeneklerinin sınırlanmasına ve dağıtım pazarındaki rekabetin sekteye uğramasına yol açacaktır. Bu anlamda dağıtım ve gösterimde tekelleşmenin en önemli amaçlarından biri, dağıtımçının salon hakimiyeti kurarak belirsizliği azaltması ve etkinlik alanını arttırmasıdır.⁴⁸

Sinema Eseri Yapımcıları Meslek Birliği (SEYAP) yönetim kurulu başkanı ve yapımcı Sevil Demirci, gösterim politikalarıyla ilgili mevcut duruma şöyle değinir:

"Dağıtım tekeli, evet var. Yani son derece ticariler. Onlar için, kolay paraya ulaşmak gibi bir şey var. Evet, bizim yaptığımız filmi gösterdiği zaman, çok uzunca bir süre salonda kaldığında seyirci elde edebilir. Onlar, kısa vadede, ilk üç gün içinde seyirci yapıyorsa filmi tutuyor, yapmıyorsa 'güle güle' diyor."⁴⁹

⁴⁷ Kapalı Gişe: Türkiye'de Tekelleşen Film Dağıtımı, Yön: Evrim Kaya, Kaan Müjdecı, Fırat Yücel, Şenay Aydemir, Belgesel, 2016

⁴⁸ Kerem Tomur, İmren Kol, Cihan Bilaçlı, Sinema Hizmetleri Sektör Raporu, s. 91-93

⁴⁹ Evrim Kaya, Kaan Müjdecı, Fırat Yücel, Şenay Aydemir, Kapalı Gişe: Türkiye'de Tekelleşen Film Dağıtımı, Belgesel

2013 yılında, Kariyo&Ababay Vakfı işbirliğiyle kurulan ve “Bize Her Gün Festival” sloganıyla bağımsız sinemayı desteklemeyi hedefleyen “Başka Sinema” kuruluşu, popüler gişe filmleri dışında kalan filmlerin daha fazla insanla buluşması için alternatif bir dağıtım sistemi geliştirmiştir. Başka Sinema, ülkemizdeki dağıtım tekeline karşı bir çeşit alternatif dağıtım sistemi olmakla birlikte, Türkiye’de sinemayı sanat olarak görece, bilinçli bir seyirci kitlesi yetiştirmeyi de hedeflemektedir. Bu bağlamda, birçok büyük şehirde sinema salonlarıyla anlaşılan kuruluşun tek amacı film gösterimi değil, gelişkin bir sinema kültürü de oluşturmaktır.

Her yıl önemli Türk filmlerinin yanında, ülkemizde gösterim şansı bulamayan önemli dünya sineması örneklerini de ülkemize getiren kuruluş, aralıksız olarak sunduğu filmlerle seyirciyi zengin bir içerikle buluşturduğu gibi; gerçekleştirdiği söyleşi, toplu film gösterileri, vb. etkinliklerle de sinema kültürünü yayma konusunda önemli bir sorumluluk üstlenmiştir. Ayrıca, 2019 yılında Ayvalık Film Festivali’ni düzenleyen kuruluş; gösterimler, söyleşiler ve atölyelerle oldukça zengin ve dünya standartlarında bir festival gerçekleştirmiştir. Yapımcı ve Başka Sinema’nın yöneticisi Marsel Kalvo, kuruluşu ve gelinen noktayı şöyle anlatır:

“Prodüksiyonunu yaptığımız filmler, genellikle daha az ticari sayılabilecek filmler. Yani, sanat filimi kategorisinde olan filmler. Dolayısıyla, bunların seyirciyle buluşabilmesi adına bir takım fikirler üretmemiz gerekiyordu. Bunları düşünürken de “Başka Sinema” fikri çıktı ortaya. Aslında bizim düşündüğümüz gibi bir festival filmi seyircisi yokmuş. Yani festivallere gelen seyircilerin bir kısmı festivalde olmak için geliyor, şu andaki tespitimize göre.”⁵⁰

Yapımcı Serkan Çakarer, Başka Sinema’nın önemine şu sözlerle değinir:

“Bence Başka Sinema yararlı oldu. Başka bir alan da kalmadı. Bir marka haline geldi Başka Sinema. Bence başka markalar da çıkmalı

⁵⁰ A.g.e.

ve büyüyebilmeli. Ben aslında Başka Sinema'ya çoğu arkadaşım ve meslektaşımın biraz farklı bakıyorum. Başka Sinema'nın değeri yalnızca filmlerin dağıtılmasıyla ilgili değil, bulunduğu yerlerde -ki bu yerler gittikçe artıyor- bir takım lokal sinema komitelerinin oluşmasına, sinema izleyicisi yetişmesine katkı sağlıyor. Bugün siz, Başka Sinema ile film dağıttığınız zaman belli illerde özel gösterimler falan yapılıyor. Mesela Mersin'de bir sinema festivali yok, ama Mersin'de çok canlı ve çok aktif bir sinema topluluğu var. Bu tamamen Başka Sinema'nın katkısıyla ortaya çıkmış bir grup. Lüleburgaz'da da var böyle bir topluluk, başka yerlerde de. Buna benzer şeyler çok geçmiş yıllarda da vardı, ama onlar yok olmaya başlamıştı. Ben en önemli şeylerden birinin yeni bir izleyici yaratmak olduğunu düşünüyorum. Bu anlamda Başka Sinema'nın önemli bir etkisi olduğunu görüyor ve düşünüyorum. Umarım illerin sayısında artış olur.”⁵¹

İstanbul Film Festivali'nin, satılan bilet sayısına göre, yıllık ortalama 100 bin civarında seyircisi olduğu düşünülür. Bu rakam göz önünde bulundurulduğunda, festival dışında kalan zamanlarda seyircinin bu tür filmlere neden yeterli ilgiyi göstermediği oldukça düşündürücüdür. Seyirciye empoze edilmiş bir tür alışkanlık mı, ülkemizin beğeni düzeyi mi, yoksa nitelikli sayabileceğimiz kimi filmlerin; toplumun gerçekleriyle, kültürüyle ve ritmiyle bağdaşmaması mı söz konusudur? Bu noktada en güçlü çıkarımlardan biri; iletişim olanaklarının hızla gelişmesiyle birlikte, dünya adeta küçük bir köye dönüşmüş, kültürleri biricik kılan ayırt edici özellikler yok olmuş, en güçlü ve en zengin olanın hakimiyetiyle sarsılan, şekillenen yeni bir dünya düzeninin kurulmuş olmasıdır. Bu anlamda, iletişim olanaklarının yarattığı etki oldukça büyüktür. Günümüzde insanlar; yeterli düzeyde eğitim ve kültürel faaliyetlerle değil, sosyal medya ve benzeri mecralarda sunulanlarla yetinerek, yaşamlarını ona göre şekillendirmektedir. Kuşkusuz bu durum, yalnızca ülkemizin eğitim sisteminin çökmüş ve yozlaştırılmış olmasının bir sonucu olarak ortaya çıkmamıştır. Neredeyse dünyanın tamamında görülen bir gerilemedir. İstisnasız olarak her şeyin tüketim nesnesine dönüştüğü böyle bir dijital çağdan, sinema sanatı ve seyircisi de nasibini almıştır.

⁵¹ Serkan Çakarer ile kişisel görüşme, Ağustos 2020

Devletin bu noktada ülke sinemasını korumak, çeşitliliği arttırmak ve adaletli bir rekabet ortamı yaratmak için bazı yasal düzenlemeler yapması zorunludur. Kendisini dağıtım ve gösterim ağlarından dışlanmış bulan küçük üreticinin durumu; basit bir sinema olayı değil, piyasa koşullarına ve gelişim özgürlüğüne aykırı bir durum olduğu gibi, aynı zamanda bir insan hakları ihlalidir. Bütün olarak kültür endüstrimizin liyakatli bir denetleme ve düzenleme kurumuna ihtiyacı vardır. Hızla büyüyen ve gelişen bir endüstrinin kendi kaderine terk edilmesi, güçlü olanın hakimiyet kuracağı bir alana dönüşmesi kaçınılmazdır. Yönetmen-Yazar Onur Ünlü'nün bu konudaki eksikliğe dair açıklaması oldukça dikkat çekicidir:

“Gerçekten özerk bir sinema kurumuna ihtiyacımız var, kimsenin bize karışmayacağı. Devletin belki bir kişi ile temsil edileceği, ama kendimizin karar vereceğimiz. Bir adam bugün sinema genel müdürü, bundan üç ay sonra DSI’de bilmem ne müdürü olabilir. Adamın yerini değiştirirler Devlet Su İşlerindeki genel müdürlüğe atanır. Şimdi ben bu adamla nasıl sinema konuşayım ki?”⁵²

Yapımcı Sevil Demirci, sektörün yaşadığı tıkanmayı ve yeni bir düzenlemenin zorunluğunu belirterek, işin sonunda küçük üreticinin yok olacağını vurgular:

“Gerçekten farklı şeyi bulmak, düşünmek gerekiyor. Yönetmenlerin de yapımcıların da farklı tanıtım yolları... Bunu bulamazsak zaten dükkanı kapatalım ve çikalım diyorum. Zaten bir sürü yapımcı da aynı şekilde. Yani ofisler kapanıyor, üç dört kişi tek ofise düşmüş durumda. Kültür Bakanlığı’ndan başka fon yok, televizyon satışı yok, seyirci yok. Bir taraftan da film çekenlerin yaşaması gerekiyor, üretmek için, o da yok. Sponsor yok, destekler yok. Yani yapabilecek hiçbir şey yok. Aslında 1997’den beri şirketimiz var ve film yapmaya devam ediyoruz, film dışında da hiçbir şey yapmadık şirket olarak. Geldiğimiz nokta ise şu: istediğimiz filmleri yapamıyoruz, seyircimiz yok. Dükkanı kapatmaktan başka da çare yok gibi geliyor.”⁵³

⁵² A.g.e.

⁵³ A.g.e.

Sinema sektörü çalışanlarının bir şekilde örgütlenerek seslerini yükseltmeleri gerektiğini belirten SİSAY başkanı İrfan Demirkol, 1977 yılında sansüre karşı Ankara'ya yapılan yürüyüşü ve alınan neticeleri hatırlar. Yapımcı Serkan Çakarer ise, alternatif dağıtım ağlarının güçlendirilmesi için çaba harcanması gerektiğini söylerken, aksi takdirde üretimin düşeceğini ve zamanla birçok yapımcının sektörü terk edeceğini söylemektedir. Ona göre; film yapma ikliminin ölmesi durumunda, ne tür müdahaleler yapılırsa yapılsın yeniden canlanması uzun sürecektir. Dolayısıyla buradaki sorun, kaderine terk edilmiş yapımcıları belli bir çatı altında toplamak, ana akım yapımcı ve dağıtımcılarla demokratik ve verimli bir iş birliğine zorlayacak yeni bir sistem yaratmaktır. Aksi halde, bu zengin gibi görünen vaha kurduğunda, her iki tarafında içinde debelenip duracağı bir bataklığa dönüşmesi kaçınılmazdır.⁵⁴ Nitekim hatırlanacağı gibi, sebepler ve koşullar çok farklı olmakla birlikte, Türk sinema endüstrisinin 1970'li yılların ortalarından 2000'li yılların başına kadar yaşadığı durgunluk dönemi, ders alınması gereken bir dönemdir. Endüstrinin yeniden canlanması uzun yıllara yayılmış, ülke sineması her açıdan çok büyük zarar görmüştür.

Yönetmen Semih Kaplanoğlu ise, Kültür Bakanlığının her sene en az 60-70 filme destek verdiğini, ancak bunların çok azının sinemalarda kendilerine yer bulduğunu söyleyerek, popüler gişe filmleri dışında kalan filmlerin halkla buluşma noktasında sorunlar yaşadığına değinir ve çözülmesi gereken acil bir sorun olduğunu ifade eder. Tekelleşme bu düzeyde olmadığı takdirde nitelikli filmlerin artacağını, buna bağlı olarak yapımcı ve bağımsız sinema işletmesi sayısında da artış yaşanacağını dile getirir. İllerimiz, ilçelerimiz ve kasabalarımızdaki kültür merkezlerinin ve çeşitli mekanların yenilenip gerekli donanımlar sağlanarak, alternatif dağıtım ağlarının genişletilebileceğini vurgular. Aksi halde, ülke halkının yalnızca ucuz komedi

⁵⁴ A.g.e.

filmlerine ve belli tarzda popüler gişe filmlerine maruz kalacağını, başka bir şey göremeyerek gittikçe köreleceğini söyler.⁵⁵

Yakın zamanda ülkemizde gündem olan ve “patlamış mısır krizi” başlığıyla magazin malzemesi haline getirilen sinema endüstrisi sorunları, kimi yapımcılar ve sinema işletmeleri arasında başlayan, temelde promosyonlu bilet geliri paylaşımı sorunudur. Buna göre, CGV Mars Dağıtımın sunduğu sinema biletinin yanında kampanyalı olarak alınan mısır ve çeşitli yiyecekler, popüler filmlerin yaratıcıları olan; Şahan Gökbakar, Cem Yılmaz, Mahsun Kırmızıgül ve Yılmaz Erdoğan gibi isimleri rahatsız etmiştir. Yıllardır bilet satışlarından aldıkları gelirin değişmediğini söyleyen bu isimler, dağıtımcıların ve işletmecilerin kendi filmleri üzerinden paylarını adaletsiz olarak arttırdıklarını ifade ettiler.

Mars Grubun kurumsal ilişkiler direktörü Aslı Irmak Acar ve gazeteci Cengiz Semercioğlu arasında gerçekleşen röportajdan sonra patlak veren ve basına yansıyan bu sorunlar, karşılıklı hakaret noktasına varmış ve isimlerini saydığım sinemacılar, yeni filmlerini vizyona sokmama kararı almıştı. Cengiz Semercioğlu'nun sorusuna karşılık: “Cem Yılmaz olmazsa, başka Cem Yılmaz'lar çıkar” diyen Aslı Irmak Acar, üstenci bir tavırla, sinemacıların patlamış mısır ile değil, başka şeylerle ilgilenmeleri gerektiğini söylemiştir. Acar, Mars Grubun en nitelikli ve ülkedeki en büyük sinema kuruluşu olduğunu, bugüne kadar sinema endüstrisine en büyük yatırımları yaptığını; buna karşılık olarak, maliyetinin çok yüksek olduğunu ve biletin yanında sunulan yiyecekler ile film öncesi reklamların gelirlerinde önemli bir yer tuttuğunu belirtmiştir.

Yönetmen ve yapımcı Yılmaz Erdoğan, Show radyoda Cengiz Semercioğlu'na verdiği röportajda, patlamış mısır krizi ile ilgili şöyle bir açıklamada bulunur:

⁵⁵ Semih Kaplanoğlu, Yeni Haber, 2018

“Eskiden sinemaya giden insan filmin yanı sıra mısır alır yedi. Şimdi mısırın yanı sıra film izleniyor durumuna döndü olay. Giderek bütün film endüstrisini bitirecek, iflas ettirecek, bir daha film yaptırılmayacak duruma kadar gelindi. Sinema biletleriyle ilgili kampanyalar yapılıyor. Gidiyorsun, 35 lira 40 lira kampanyalar... O kampanyaların hiçbirinin bizimle ilgisi yok, haberimiz yok ve bununla bilet fiyatları artıyor. Hiçbirinin film yapımcılarıyla alakası yok. Neden ve ne şekilde yapılıyor, hiçbir fikrimiz yok... Bu şartlarda rekor bile kırdığımızda öyle küçük bir pay alıyoruz ki filmin maliyetini zor kurtarıyor durumuna geldik.”⁵⁶

Ülkemizde normal olarak bilet başına bir yapımcıya 4-4,5 lira gibi bir rakam düşmektedir. Örneğin, sinema biletinin 17 lira olduğu bir salonda, büfeden 10 liralık bir mısır alan izleyiciye ikinci bilet bedava olarak veriliyor. İkinci bilet sinema salonuna kar getirirken, bilet ücretsiz olduğu için yapımcıya herhangi bir faydası olmuyor. Nitekim, gişede filmin izlenme oranı yüksek görünse de yapımcının kazandığı para bu gelire örtüşmüyor. Üstelik bu kampanyalar, bilet fiyatını belli bir standardın üzerine çıkarıyor ve sürekli değişmesine neden oluyor.

Aslı Irmak Acar, kiralarının dövizle ödendiğini, herhangi bir yasa çıksa da çıkmasa da bu tür uygulamalara devam edileceğini ve promosyonlu ürünlerin yanında; uzun süreli perde reklamları vermek zorunda olduklarını, bunun yasaya uygun, ticari bir hak olduğunu belirtmiştir. Bir süredir, Mahsun Kırmızıgül dahil, bir çok sinemacıya yapım öncesi maddi destek sunduklarını belirten Acar, sektörde önemli bir noktada durduklarını ve bu tür gelirlerin düşmesi sonucunda bilet fiyatlarının otomatik olarak arttırılacağını söylemiştir.⁵⁷

Yapımcı Serkan Çakarer’in, kriz konusundaki dikkat çekici yorumu şöyledir:

⁵⁶ Cengiz Semercioğlu ile Ters Köşe, Yılmaz Erdoğan ile konuşma, Show Radyo 27 Aralık 2018

⁵⁷ Cengiz Semercioğlu, Aslı Irmak Acar ile Söyleşi, Hürriyet Gazetesi, 2018

“Maalesef kriz ‘popcorn krizi’ diye isimlendirilip basında da sadece Cengiz Semercioğlu tartışması seviyesinde magazinsel bir boyutta kaldığı için, şu anda sektörden herhangi bir insana da sorsanız: ‘İşte mısır ve promosyon gelirlerinden yapımcılara pay ayrılmıyormuş, ana akım yapımcılar da bundan pay istiyorlar’ der. Burada akıllara şu sorunun gelmesi gerekiyor: Bu sorun daha önce de vardı, neden 2019 yılının başında kriz ortaya çıktı? İnsanlar bunu sadece bir sektör krizi gibi görüyor çünkü. Birçok kişi üretim modeli ve yerli film krizi gibi gösteriyor sorunun kaynağını. Öncelikle şunu belirtmek gerekli, ülkede çok ciddi bir ekonomik kriz de var. Sektörün üretim maliyetleri döviz kurundan dolayı arttı. Bizim kiraladığımız ve kullandığımız birçok hizmet leasing(finansal kiralama) üzerinden ilerliyor. Dolayısıyla şu anda bir film yaptığınızda, bu filmler artık üç, dört yıl önceki bütçelerle çekilmiyor. Sektörün içindeki aktörler bu giderlerle ilgili maliyet değişikliklerini kendileri gideremezler. O zaman gelir kalemlerine bakıyorlar. En büyük gelir kalemi de sinema salonlarından gelen vizyon gelirleridir. Son iki üç yıldır ortalama bilet gelirleri 11, 12 liraydı. Fakat sonuç olarak 1 milyon izlenen – ki bu iyi bir rakamdır günümüz koşullarında- filmin bile maliyetini çıkaramayacağı bir noktaya geldi. Haliyle fiyatlarının promosyonlarla arttığını, fakat yapımcının payının artmadığını gördüler. Sektörde kendi aralarında sorunu çözemeyen dağıtımçı ve yapımcılar son çözüm olarak da bakanlığın kapısını çaldılar.”⁵⁸

Ülkemizde, yıllık gişe hasılatının yarısından fazlasını elde eden ve popüler gişe filmlerinin nüfuz sahibi yaratıcıları, yıllarca susarak ve sektördeki eşitsiz dağılımı besleyerek küçük üreticiyi ve nitelikli ürünleri görmezden gelmiş, her dönemde ana akım sektörün can damarı konumunda olmuşlardır. Bugün, Mars Dağıtımın promosyonlar üzerinden aldığı yüksek payı kabullenemeyen bu sinemacılar, Mars’ın ve diğer büyüklerin yıllarca sömürdüğü, ötekileştirdiği, yok ettiği küçük üreticiyi ve sektörün altını oyan eşitsizliği görmezden gelmiş, gemilerini yürütme derdinde olmuşlardır. Nitekim, artık koşulların aleyhte değiştiğini gördüklerinde, ortalığı ayağa kaldırmış ve Kültür Bakanlığı’nı göreve çağırmışlardır. Sonuçta, Kültür Bakanlığı içinde sansür gibi bazı uygun olmayan maddelerin de yinelendiği yeni bir yasa tasarısına imza atmıştır.

⁵⁸ İlknur Bilir, Serkan Çakarer ile Söyleşi, Jurno Gazete, 2019

Ocak 2019'da Resmi Gazete'de yayınlanan yeni yönetmeliğe göre, - sektördeki birçok sorun olduğu gibi kalmakla birlikte-, gündem olmuş dağıtım ve gösterimci promosyonları, reklam süreleri gibi konularda, yapımcıların lehine kararlar alınmıştır. Buna göre;

- Reklam süresi en fazla on dakika olacak, fragman süreleri ise en fazla beş dakikayı aşmayacak, gösterim arası süre ise on beş dakikayı geçmeyecektir. Yasadan önce özellikle Cinemaximum sinemalarında film öncesi reklamların ortalama süresi, en az yirmi dakika ve üzerinde idi.
- Salon işletmeleri, sinema bileti ile birleştirerek promosyonlu ürün satamayacaktır. Ancak, yapımcı ile yapılan resmi anlaşmalar sonucunda, indirimli ve promosyonlu bilet satışlarının yapılabileceği maddesi konulmuştur. Bu yükümlülüğe uymayanlara idari para cezası verilmesi kararı alınmıştır.
- En önemli ve sektörün tepkisini çeken 7. maddede: ülke içinde üretilen veya ithal edilen filmlerin ticari dolaşıma ve gösterime girmeden önce değerlendirilmesi ve sınıflandırılması yapılacak, bunun sonucunda uygun bulunmayan filmler, ticari dolaşıma ve gösterime giremeyecektir.

Bu madde geçmişte de olmakla birlikte uygulama alanı sınırlı idi. Olduğu gibi kalması ve yeniden gündeme getirilmesi, uygun bulunmayan filmlerin ticari dolaşımının derhal engellenebileceği anlamına gelmektedir. Ancak, değerlendirmesi ve sınıflandırması yapılmamış filmler, festival vb. kültürel etkinliklerde gösterilebilecektir. Gösterime giren filmlerde ise, festival ya da ticari dolaşım ayrımı aranmaksızın, +18 gibi yaş sınırları ya da içerik hakkında bilgilendirici ibareler eklenmesi zorunlu olacaktır. Özellikle, günümüzde sanata ve sanatçıya yönelik artan baskı, bu maddeyle sabit hale

gelecek, filmlerin keyfi olarak yasaklanmasının önünü açacak gibi görünmektedir.

- Diğer bir önemli madde ise, Bakanlık tarafından filmlere verilen desteklerde jüri üyelerinin sayılarında yaşanan değişikliktir. Yasada yer alan 6. maddeye göre; destekleme komisyonunda yer alan 7 üyeden yalnızca 3 kişi sinema meslek birlikleri tarafından seçilecektir. Önerilen 3 üye için ise bakanlık uygunluk kararı verecek, aksi durumda yeni öneriler isteyebilecektir. Geriye kalan 4 üye ise bakanlık tarafından atanan kişilerden oluşacaktır. Karar yeter sayısı ise, 4 oy olarak belirlenmiştir.

Yasadan önce, destekleme kurulu üye sayısı 8 kişiden oluşmakta idi. Bu kurul; meslek birlikleri tarafından seçilen 4 sektör temsilcisi ile bakanlık tarafından belirlenen 3 üye ve -kurula başkanlık da yapan- bir bakanlık temsilcisinden oluşmaktaydı. Yeni yasa ile meslek birliklerinin kuruldaki ağırlığı yok edilerek, karar yetkisinin bakanlığa devredilmesi, sinema sektörü profesyonelleri tarafından eleştirilmiştir. Bu maddeyle, desteklerin belirlenmesinde siyasi otoritelerin etkili olacağını düşünen sektör profesyonelleri ve eleştirmenler, yasanın yeniden düzenlenmesi gerektiğini dile getirmiş, ancak bir sonuç alamamışlardır.

Geçmiş yıllardan bugüne bakanlık destekleri konusunda çeşitli eleştiriler her zaman gündemde olmuştur. Birçok yönetime göre; destekleme kurulunun keyfi ve politik kararları neticesinde kimi yetenekli sanatçılar saf dışı bırakılmış, daha önce adı bile duyulmamış, sinema ile ilgisi olup olmadığı bile şüpheli kişiler büyük destekler almıştır. Hatta bu noktada, destekleme kurulu içerisinde bulunan sektör temsilcileri daha çok eleştirilmiş, kararların özgür bir düşünceden değil; kişisel çıkarların, kibrin ve güç odaklarının etkisiyle verildiği dile getirilmiştir. Sanatçılar, muhalif olanlar ya da olmayanlar gibi kategorilere ayrılmış, başarıları değil, bu gibi politik durumlar belirleyici olmuştur. Bu konuda detaylı bir araştırma yapıldığında, uzun

yıllardır destek alan birçok film projesinin destek sonrası ortadan kaybolduğu; yapımının tamamlanıp tamamlanmadığı, gösterime girip girmediği, alınan desteğin geri ödenip ödenmediği gibi konuların hep bir sır olarak kaldığı görülecektir.

Yeni sinema yasasında tekele karşı bağımsız üreticiyi ve işletmeciyi destekleyen hiçbir karar olmamakla birlikte, yeni sinema destek fonları vb. konularda da bir değişiklik olmamıştır. Serkan Çakarer, çıkan yasada bağımsız sinemacıların görüşlerine başvurulmadığını, yalnızca; Yılmaz Erdoğan, Şahan Gökbakar, Cem Yılmaz, Ata Demirel ve Mahsun Kırmızıgül gibi yapım alanının tekelleriyle görüşüldüğünü dile getirmiştir.

Yapımcı Serkan Çakarer, kişisel görüşmemizde, sinema endüstrisindeki esas sorunun bir model sorunu olduğunu şu sözlerle dile getirir:

“Sinema alanına baktığın zaman Türkiye ortada bir modeldir, çünkü Türkiye’de Avrupa sistemini andıran öğeler de var, Amerikan sinema endüstrisini -ya da Anglosakson ülkeler diyelim- andıran öğeler de var. Bizim telif yasası tamamen Avrupa sistemine göre oluşturulmuştur. Türkiye’de tıpkı Avrupa’da olduğu gibi, sinema destek hibesi var. Amerika ve İngiltere’de bu yok. Peki Amerika’dakine benzeyen yapımız ne? Az önce anlattığım gibi, sinemanın devlet nezdinde bir eğlence endüstrisi, salt ticari bir etkinlikmiş gibi düşünülmesi... Sinemanın sosyal, kültürel ve sanatsal yönlerinin tam anlamıyla algılanamaması gibi bir durum var. Evet, Avrupa’daki gibi bir destek var, ama Avrupa ile arasında şöyle bir fark var: bu fonlar çok çok düşük. Avrupa ile kıyaslandığı zaman burada çok ağır bir sansür var, Avrupa’da olmayan. Bu durum, model ile ilgili net bir karar verememekten kaynaklanıyor. Türkiye’nin sinema anlamında, maalesef ki belirli hedefleri yok. ‘Ben sinemayı bütünüyle ekonomik bir faaliyet olarak görüyorum, başka türlü görmüyorum, dolayısıyla da bu tip bir sinema endüstrisini onaylıyorum’ diyebilirsin, ancak o zaman da adil bir ortamda rekabet yasalarını işletmen gerekiyor. Rekabet yasalarını işletmezsen o sektörün kısa sürede düzelemeyecek yapısal problemleri ortaya çıkacaktır. Amerika’da da çok geniş bir rekabet yasası olmasına rağmen, o bile işlemiyor. Hatta yakın zamanda bu rekabet ve anti tröst yasalarını yeni baştan gözden

geçirelim noktasına geldiler, çünkü ticari anlamda sektöre yön vermek istersen orada ciddi rekabet kuralları işletmen gerekir.”⁵⁹

Kısa bir süre sonra çıkan yeni yasanın kimi maddelerinin değiştirilmesi ve sektöre fayda sağlayacak bazı maddelerin de yasaya dahil edilmesi için aralarında; Nuri Bilge Ceylan, Derviş Zaim, Ezel Akay, Çağan Irmak, Ercan Kesal, Erden Kıral, Emin Alper gibi sanatçıları olduğu ortak bir bildiri yayınlanmıştır. Buna göre; özellikle bakanlık desteklerinin geri ödemesiz şekilde yeniden düzenlenmesi, finans kaynaklarının çeşitlendirilmesiyle birlikte, “uygun bulunmayan filmler, ticari dolaşıma ve gösterime giremez” maddesinin sansüre neden olacağı için derhal kaldırılması ve sektörün en önemli sorunu olmasına rağmen adım atılmayan “dağıtım ve gösterimin tekelleşmiş yapısı” konusunda yeni bir düzenleme yapılması, ayrıca sinema destekleme kurulunda karar verme yetkisinin sektör profesyonellerine değil, bakanlığa verilmesi sakıncalı bulunmuş ve değiştirilmesi gerektiği dile getirilmiştir.

Yeni yasada olması gereken birçok maddenin yer almadığı ve birçok sorunun üstü örtülerek genel hatlara sahip bir düzenleme yapıldığı görülmektedir. Bağımsız yapımcılar, yönetmenler ve bağımsız salonlar hakkında yeni ve iyileştirici bir düzenleme olmadığı gibi; sinema kültürünü yayma, seyirci yetiştirme, dağıtım ağlarının çeşitlendirilmesi, tekelin önlenmesi gibi konularda da herhangi bir çözüm sunulamamıştır. Sonuçları düşünülmeden ve belli bir çalışma yapılmadan, doğrudan promosyonlu biletin yasaklanması, bilet fiyatlarının otomatik olarak artmasına; küçük işletmelerin, mısır ve promosyonlardan elde ettiği gelirlerin düşmesine neden olabilecek ve seyircinin sinemaya gitme sıklığını da olumsuz etkileyebilecektir. Nitekim, 2019 yılında -yani yasanın çıktığı yıl- seyirci sayısında, 2018'e göre 11 milyonluk bir düşüş gerçekleşmiştir.

⁵⁹ Serkan Çakarer ile Kişisel Görüşme, Ağustos 2020

Seyirci sayısındaki hızlı düşüş bir anda gerçekleşmişken, küçük sinema işletmelerinde de endişeli bir süreç başlamıştır. Promosyonlu ve kampanyalı bilet satışlarının işletmeler için önemli gelir kaynakları olduğunu belirten işletmeciler, yeni yasayla birlikte zor bir döneme girdiklerini vurgulamışlardır. Sinema Salonu Yatırımcıları Derneği'nden (SİSAY) yapılan açıklama şu şekildedir:

“Bu durumda sektör en büyük birkaç gruba teslim demektir. Dolby dijital ses, dijital projeksiyon, atmos ses sistemi, 3D-4DX koltuk sistemi, 4 K görüntü kalitesi, lazer projeksiyon, led perde teknolojisi gibi teknolojiler, her 5 yılda bir yeni baştan sinema yatırımı gerektiriyor. Keza halısından koltuğuna tüm yapı yenilenmek istiyor. Sonuç itibariyle komik gelebilir, ama gerçekten mısır satışı sinemacının can simididir. Bu nedenle dernek olarak görüşümüz, mısır ve yan ürünlerin sinemacının fırsatçılığı olarak görülmemesi ama diğer yandan mısır promosyonlarının yapımının payını perdeleyecek bir argüman olarak da kullanılmamasıdır.”⁶⁰

Atlas Sineması'nın müdürü Cevdet Pişkin ise verdiği bir röportajda benzer şeyler söyleyerek, sinema işletmelerinin göreceği büyük zararı şu sözlerle anlatır:

“Bu yasa, sanki sinema salonlarını bitirmek için yapılmış bir yasa. O büyük yapımclar el öptüler, sonucunda sinema piyasasına büyük bir yara aldirdılar. Bu arada Mars sinemaları da bitti. Şirketi satabilmek için üçe böldüklerini duydum. Şükrü Avşar ile konuştuğumda ise 150 tane sinema salonundan 15 tanesini kapatacaklarını söyledi. Duyduğuma göre zaten Avşar sinemaları bir İngiliz şirkete satılacaktı. Şunu söyleyeyim. Beyoğlu'nun surati tamamıyla değişti. Bir ruhu kalmadı. Bin metrelik alanda beş tane alışveriş merkezi açıldı. Bununla nasıl baş edebiliriz? Mars hem dağıtımçı hem de sinema işletmecisi. Bana bir film verdiklerinde altı hafta salonumu kapatıyorlar. İki tane salonum var, nasıl ayakta kalacağım ben? Mars bütün salonlarımızda aynı filmi oynatarak ipotek altına alıyor. Size şöyle diyeyim, bu işletme sekiz yıldır tek kuruş kâr getirmedi işletmecisine. Atlas'ın böyle yaşaması mümkün değil.”⁶¹

⁶⁰ Cenk Sezgin, NTV, 2019

⁶¹ İlknur Bilir, Cevdet Pişkin ile Söyleşi, Jurno Gazete, 2019

Öte yandan KDV, ÖTV ve Eğlence vergisi gibi vergilerin de sinema salonlarını zorladığını belirten SİSAY eski başkanı Cenk Sezgin, işletmecilerin yaşadığı sorunları şu sözlerle anlatır:

"Bizler, şu an herhangi ticari müessesenin verdiği gelir vergisi, katma değer vergisi (KDV), özel tüketim vergisi (ÖTV) dışında yıllardır uygulanan, eğlence vergisine de sahibiz. Eğlence vergisi 1991'de Bakanlar Kurulu kararıyla kaldırılmıştı. 1997'de tekrar yürürlüğe girdi. Bu vergi, bilardo, bowling salonlarında uygulanan bir vergi türü. Bir de sinemalara uygulanıyor ama sinema salonları eğlence vergisine tabi olmakla beraber, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlıdır. Demek ki olay sadece eğlence değil, bir kültürdür. Yani diğer sektörlerde olmayan, amiyane tabirle bize uygulanan ceza gibi bir vergidir. Eğlence vergisinin devreden çıktığı durumda, yapımcinin ve sinema işletmecisinin payına yüzde 10'luk bir artış gelecektir. Diğer taraftan bizim sektörde yaşanan diğer sıkıntılardan bir tanesi de KDV'dir. "Biletlerden yüzde 8 KDV alınır ama ödediğimiz yüzde 50'lik bedelin KDV'si yüzde 18'dir. Dolayısıyla 100 liralık bir hasılatla, (KDV için) 8 lira tahsil ederken, 18 lira öderiz. Bu 10 lira, işletmecinin cebinden çıkan bir bedeldir. İadesi mümkün, ama bir buçuk yıl sonra, kesintilerle 5 lira olarak geri alırız. 100 lira içinde 10 lira eğlence vergisi, 5 lira da KDV kaybımız var. Dolayısıyla 15 liralık bu kaybımız, sinema işletmelerinin yüzde 10'u bulmayan karlılıkları içinde çok büyük bir kayıptır. Bu kaybın olmadığı bir dünya düşünülduğünde, yapımcılarla aramızdaki paylaşım konusundaki tartışmalar da son bulacaktır. Bu ayrıntıyı yapımcılar da sinema seyircileri de bilemez ama sinema salonu işletmecileri yıllardır bu durumdan muzdariptir."⁶²

Yeni yasayla birlikte işletmelerin gelirlerinde düşüş gerçekleşmişken, yapımcı gelirlerinde önemli bir artış meydana gelmiş, bilet gelirlerinden alınan pay yükselmiştir. Sonuçta, yasanın daha çok büyük yapımcıların lehine değiştiğini söylemek mümkündür. Kuşkusuz, olumlu ve olumsuz sonuçları ise ilerleyen yıllarda daha net bir biçimde ortaya çıkacaktır.

⁶² Cenk Sezgin, NTV, 2019

5. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Sinema endüstrisinde ortaya çıkan tekelleşmiş dağıtım ve gösterim sistemi, ülkemizde yalnızca popüler sinemayı beslemekte ve özendirilmektedir. Çeşitliliğin artmasını önleyen tröst yapısı; bağımsız üreticinin ve işletmecinin, dar bir alana sıkışmasına ve zamanla yok olmasına neden olmaktadır. Tekel yoluyla, özgürce seçim yapma hakkı elinden seyirci, maruz kaldığı ürünlerin gerçek sanat yapıtı olduğu sanısına kapılarak, bir süre sonra ayırt edemeyecek ve seçim yapamayacak konuma gelmiştir. Bu koşullanma ve davranış biçimi, tam da tekellerin arzu ettiği bir davranış biçimidir.

Theodor W. Adorno, Kültür Endüstrisi adlı eserinde vurguladığı gibi: Serbest bırakıldığında, yalnızca kapitalist dürtüleriyle hareket eden bu tür tekellerin en önemli ortak noktaları; doymak bilmez bir biçimde sömürmeye, daha fazla büyümeye ve sermaye edinmeye yöneliktir. Üretilen filmler, insanların ihtiyaçlarını ve arzularını karşılamak şöyle dursun; bu tür insani ihtiyaçları bastırmalarını, sadece gülüp geçmelerini öğütlemekte ve inandırmaktadırlar. Vaat ettiği şeylerle seyircisini mütemadiyen aldatan bu sistemin ürettiği her film, ardından gelecek filmlerin bir tür fragmanı gibidir. İzleyici, olup biten her şeyin sahte ve yapay olduğunu bilmesine rağmen, karşı konulmaz bir güç tarafından sürükleniyormuşçasına, üretilen her türlü “malı” alıp kullanmaya devam eder. Böyle bir yapı içerisinde; seyircinin gerçek bir özne olmadığı, aksine bir nesne konumunda olduğu görülmektedir.⁶³

Araştırmalar sonucunda ortaya çıkan gerçek şu ki: Türkiye’de sinema endüstrisinin koruyucu yasal düzenlemelere ihtiyacı vardır. Sektörleşme ve doğru bir endüstri oluşturma noktasında sorunlar gittikçe derinleşmiştir. Sinemacıların nerdeyse her yıl tekrar tekrar gündeme getirdikleri sektör

⁶³ Theodor W. Adorno, Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi, s. 14-110

sorunları, uzun yıllardır cevapsız kalmıştır. Sağlam temellere dayanan bir düzenlemeden yoksun bırakılarak, kapitalist endüstrinin zor koşullarına terk edilen sinema endüstrisi, güçlü olanın hakimiyet kurduğu adaletsiz ve düzensiz bir yapıya evrilmiştir.

Yasal düzenlemeler yoluyla çözülmesi beklenen dağıtım ve gösterim sorunları, yerel örgütlenmeler yoluyla da desteklenebilir. Sektördeki birçok yönetmenin ve yapımcının yıllardır dile getirdikleri gibi; -tüm ülkeyi kapsayacak şekilde- kentlerde, kasabalarda ve ilçelerdeki kültür merkezleri ile belediyelere ait salonlar düzenlenerek film izlemek için uygun hale getirilebilir. Mevcut şartlarda birkaç haftadan uzun süre gösterimde kalamayan ve zarara uğrayan bağımsız ve nitelikli filmler, bu yolla alternatif bir dolaşıma girerek seyirciyle buluşabilir. Böylece Bakanlık, yapımı için finans sağladığı filmin seyirciyle buluşmasını da garanti altına almış olur. Kuşkusuz bu model, tekel dışında kalan bağımsız sinemacılar için bir can simidi olacaktır. Bununla birlikte, zaman içinde kapsamı genişletilebilecek bu uygulama; sanatın her dalıyla buluşacak yeni ve nitelikli genç bir nüfusun da ortaya çıkmasına katkı sağlayacaktır. Örneğin, Fransa'da olduğu gibi; sinemalarda belirli gün ve sezonlarda, yerli ve nitelikli film gösterme zorunluluğu, yasalarla garanti altına alınmış belirli kotalar getirilebilir, ayrıca TV kanallarında da gösterilme imkanı sunulurken daha geniş kitlelere ulaşılması sağlanabilir. Şüphesiz ki, sinema endüstrisini düzenlemek adına ortaya konulacak gelişkin yasalar, "özerk bir sinema kurumu"ndan daha faydalı ve güvenilir olacaktır.

Özellikle 2010'lardan itibaren film yapım sayısı ve gişe başarısında yaşanan artış, önemli bir gelişme olmakla birlikte, belli bir izlenme oranının üzerine çıkan film sayısının azlığı oldukça dikkat çekicidir. Bu durum sektörde güçlü yapımcıların azlığına işaret etmekte ve bir tıkanmışlığın haberini vermektedir. "Çalışan konu", "çalışan formül", "moda olan oyuncular ve tipler" gibi, sadece yerel seyircinin beklentilerine yönelik film üretim anlayışı, iç pazarda sıkışıp kalmaya neden olmaktadır. Bunun sonucu olarak

doğan ve furya haline dönüşen komedi filmleri, o derece artmıştır ki, ülkenin kültür yaşamını yönlendirecek düzeye ulaşmıştır. Moda olan tipler ve konular, özellikle bu tür filmleri tercih eden genç nüfus arasında yayılmış, bu filmlerde yer alan tipler neredeyse birer halk kahramanı olmuşlardır. Buna bağlı olarak, dünya festivallerinde başarı elde eden kimi arthouse filmler dışında, uluslararası pazara açılma noktasında sorunlar yaşanmaktadır. Zengin bir kültüre ve coğrafyaya sahip olunmasına rağmen, sektörün omurgasının yalnızca komedi filmlerinden ve ağdalı melodramlardan oluşması düşündürücüdür. Ülkemizde yeni yeni el atılmış, pek az örneği bulunan tarihi filmleri bir kenara bırakırsak, dünyada başlı başına bir sektör haline gelmiş; animasyon, çizgi film ve çocuk filmleri alanında da adım atılmadığı, bir gelişme yaşamadığı görülmektedir.

Bu anlamda, sorunların tamamını yalnızca filmlerin içeriklerine ve teknik, estetik düzeylerine bağlamak eksik bir yargı olacaktır. Ülkemizdeki yapımcılık profilinde de sorunlar olduğu açıktır. Sektörden kimi profesyoneller ile yaptığım görüşmeler sonucunda edindiğim bilgilere göre; yapımcıların büyük bir çoğunluğu, yalnızca para alışverişi ile ilgilenmekte; uluslararası bağlantılar, yeni destek ve fonlar, film marketleri, gelişen ve sürekli değişen teknoloji hakkında ve ülke sinemalarının son durumları hakkında yeterli bilgiye ve donanıma sahip değillerdir. Özellikle ülkemizde, yeterli maddi olanağı olan herkesin, yapımcı olabildiği bir durum söz konusudur. Oysa, filmin ortaya çıkışı ve yolculuğu üzerinde doğrudan etkili olan yapımcı, yeterli düzeyde tecrübeye ve bilgi birikimine sahip olmalıdır. Üretilen film üzerinde doğrudan söz hakkı bulunan yapımcı, gelişimin önündeki engel ya da ilerlemeyi destekleyen yaratıcı bir profile sahip olabilir.

Popüler gişe filmlerinde belli bir tıkanmadan ve kısır döngüden bahsetmek ne kadar yerindeyse, arthouse filmlerin önemli bir bölümü için de benzer bir şey söylemek mümkündür. Özellikle 1990'lardan itibaren Nuri Bilge Ceylan ile yüzünü yeniden taşraya dönen Türkiyeli sinemacılar, taşra kuyusunda sıkışıp kalmış gibi görünmektedir. Bu yönelimin, hem biçim hem

de içerik açısından tekrara düşmekten öteye gitmediğini söylemek yerinde bir tespit olacaktır. Kimi önemli sanat eserlerini kapsam dışı tutarsak; özellikle genç ve acemi sinemacıların etkisinden kurtulamadığı bu yönelim, hakikatin yalnızca taşrada bulunabileceğine yönelik derin bir yanlılığı içermektedir. Öyle ki, hikaye anlatmak yerine kır manzaraları göstermek moda, sinemanın esas unsuru olan hikaye ise görüntünün dipnotu olmuştur.

Sektörün bir diğer sorunu da finans sorunudur. 1990'larda ortaya konan model dışında bir gelişme yaşanmadığı görülmektedir. Yapımcıların finans kaynakları arasında: Kültür Bakanlığı, TRT, Eurimages desteği ve özel sponsorları sayabiliriz. Bu destekler, gelişmeye katkı sağlamakla birlikte, sektör tarafından yetersizliği sürekli vurgulanan bir gerçektir. Sürekli ve düzenli bir finans kaynağının olmayışı ve her yapımcıyı eşit derecede kapsamayışı, yapımcıları özel finans kaynakları bulma arayışına yönlendirerek zorlanmasına ve çoğu zaman istenilen düzeyde üretim yapamamasına neden olmaktadır. Üstelik, son yıllarda bakanlık tarafından verilen desteklerde, çeşitli ayrımcılıklar yaşandığı da sektör tarafından dile getirilmektedir. Finans sorunlarının çözümü için; ulusal ve uluslararası düzeyde güçlü işbirliklerinin kurulması, yeni destek ve yatırım modellerinin geliştirilerek çeşitlendirilmesi için, devlet ve sektör işbirliğiyle ciddi adımlar atılması gerekmektedir.

Sektörün önemli sorunlarından bir diğeri ise: Kamera arkasında çalışan film emekçilerinin çalışma şartlarının yasal bir düzenlemeyle korunmuyor oluşudur. Sağlık sigortası, uzun-düzensiz çalışma saatleri ve iş güvenliği gibi konular bu sorunların başında gelmektedir. Sendika sayısı fazla olmasına rağmen, kimi şartlar uzun yıllardır değiştirilememiştir. Meslek örgütleri bu noktada üye sayılarının azlığından ve büyük yapımcıların baskılarından yakınmaktadır. Yeni bir yasal düzenlemeyle birlikte sendikaların güçlendirilmesi, sorunların çözümünün içerden gelmesini sağlayacak ve hızlandıracaktır.

Dijital teknolojinin zaman içinde gelişmesiyle birlikte, alternatif dağıtım ve gösterim mecraları çeşitlenmeye başlamıştır. Bu durum, sinema sanatı için hem olumlu hem de olumsuz kimi sorunları beraberinde getirecek gibi görünmektedir. Özellikle son yıllarda iyice popüler hale gelen; Netflix, BluTV, Puhu TV, Mubi, Hulu, Amazon Prime, Apple TV gibi dijital film ve dizi izleme mecraları, seyircinin yoğun ilgisi ve katılımıyla önemli bir başarı elde etmişlerdir. Üstelik bu şirketlerden bazıları, zamanla dağıtım ve gösterimle yetinmeyip, yapım alanına da girmişlerdir. Şimdilerde pek çok duyulan; “Netflix yapımı”, “BluTV yapımı” diziler ve filmler moda haline gelmiştir. Son birkaç yıldır, dünya festivallerinde önemli başarılar elde eden kimi filmler de Netflix yapımı olmasıyla dikkat çekmektedir. Bu platformlar; sinemacı için alternatif birer dağıtım ve gösterim mecrası, yeni bir gelir modeli olarak düşünülebilir, ancak zaman içinde sinema salonlarını ortadan kaldıracabileceği, sinema seyir kültürüne zarar verebileceği gerçeği de üzerinde düşünülmesi gereken bir soru ve sorundur.

Bu anlamda dijital mecraların sağladığı hız ve kolaylık tam da modern insanın her şeyi çabucak alıp, tüketme isteğiyle örtüşmektedir. İnternette alınıp satılabilen gerçek bir tüketim nesnesi gibi, filmler artık “evlere teslim” şeklinde bir dağıtımla karşı karşıyadır. Oysa, sanat eserinin biricik yapısı; tüketim nesnesinin yaygın, işlevsel ve çoğaltılabilir yapısıyla ters düşmektedir. Sinema seyir kültürüne kesin olarak zarar verecek bu yönelim, yeni bir örgütlenmeyi beraberinde getireceği gibi, sinemanın diline ve estetiğine de zarar verecek gibi görünmektedir. Walter Robinson: “Artık sanat akımlarımız yok. Artık piyasa akımlarımız var”⁶⁴ derken, kuşkusuz yerinde bir tespitte bulunmuştur.

Zaman içinde gelişen ve kaçınılmaz bir biçimde her alanda etkisini gösteren dijital teknoloji kullanımı ve yeni medya olanakları, bireyselleşmeyi zorunlu kılan bir yapıya sahiptir. İnsanlar para ödeyerek sinema salonuna

⁶⁴ Donald Kuspit, Art Values or Money Values, s.1
<http://www.artnet.com/magazineus/features/kuspit/kuspit3-6-07.asp>

gitmek yerine, ayağına gelen ve ister bilgisayar ekranı ister cep telefonu ekranından, hiçbir boyunduruk altında olmadan dilediği filmi dilediği zaman izlemek istemektedir. Beyaz perdenin yerini alan bu oldukça küçük ve renkli ekranlar, sahip olduğu sonsuz içerikle, alıcısını sürekli canlı tutmaktadır. Aslında sinemanın başlangıcına dönersek tarih, ilk filmin yapılışıyla değil, ilk halka açık film gösterimiyle başlar. Bugün gelinen nokta, halka açık film gösterimlerinin yapıldığı sinema salonlarının giderek yok olacağı gerçeğine işaret eder. Nitekim zaman içerisinde, binlerce kişilik kapasiteye sahip salonlar tüm dünyada gittikçe küçülmüş ve cep sineması adı altında, elli – yüz kişilik küçük salonlara dönüşmüştür.

Yeni teknolojilerin her zaman sanatı, en çok da sinemayı değiştirdiğini pür bir açıklıkla görebiliriz. Ancak günümüzdeki değişim bütün olup bitenlerden daha farklı bir boyuta ulaşmıştır. Geçmişte pasif olan seyirci, bugün aktif bir konumdadır. Gelişen teknolojiler ve yeni anlatım yöntemlerine bağlı olarak seyirci tıpkı bilgisayar oyunu oynar gibi filmin gidişatına bile müdahale edebilmektedir. “Kendi maceranı kendin seç!” sloganıyla ilk olarak Netflix’in hazırladığı dizi formatındaki filmde seyirci, kimi dönüm noktalarında karşısına çıkan seçeneklerle, kahramanın vereceği kararlara müdahale ederek filmin akışını istediği biçimde yönlendirebilmektedir. “İnteraktif film” denilen bu biçim, seyircinin karşısına çıkan her seçeneğe göre çekilmiş farklı senaryolara dayanır. Durum basit olmakla birlikte, seyirci için çarpıcı bir yenilik gibi görünen bu aldatmaca, yanılsama bir bireyselliktir. Artık kapalı bir salonda boyunduruk altında olmak istemeyen seyircinin, her şeyi kendi tahakkümüne almak istediğini söyleyebiliriz. Son zamanlarda çokça duyduğumuz ve sanat eseri olarak sunulan kimi video çalışmalarının da benzer bir biçimde sergilendiğini görmekteyiz. Galerilerde projeksiyon yardımıyla perdeye yansıtılan deneysel videolar, izleyicilerin perde karşısındaki hareketlerine göre değişip dönüşebilmektedir.

Geçmiş yıllarda, televizyon, dijital çekim sonrası üretim, VCD, DVD vb. yeniliklerle her zaman belli bir denge yakalamayı başaran sinema sanatı,

bugün karmakarışık bir hal almıştır. Yeni medya, internet televizyonları vb. alanlar sanatı kendi çıkarları adına kullanıp dönüştürmekte hayli yol almış ve hız kazanmıştır. Bugün artık seyircisiyle birlikte her an değişen ve dönüşen bir sanat ortamından bahsetmek mümkündür. Teknoloji hızla değişmiş, iş akışı, çalışma koşulları, örgütlenme biçimi ve seyirci profili bugün geçmişte olduğundan bambaşka bir hal almıştır. Öngörülmesi zor olmayan şey: bu değişimlerin hız kesmeden devam edeceği ve önümüzdeki birkaç on yıl içinde bütün sanat alanlarının en çok da sinema sanatının yapım, dağıtım ve gösterim koşullarının yepyeni bir hal alacağıdır. Bütün öngörülebilir değişimler içinde en çarpıcı gerçek, salonların ortadan kalkabileceği ve filmlerin artık sanal ortamlarda seyirciyle bulaşacak olması gerçeğidir. Avrupa ülkelerinin birçoğunda bu gerçek fark edilmiş olmalı ki, bir film gösterime girdikten ancak birkaç yıl sonra dijital alanlarda gösterime sunulabilir. Ülkemizde ise bu süre yalnızca altı ay ile sınırlıdır. Çeşitli yasalar yoluyla, bu kopuşu ve değişimi önlemek mümkündür, ancak yaşamımızın ayrılmaz bir parçası haline gelen teknolojiyi de görmezden gelmemek, onu uygun biçimde kullanmanın bir yolunu bulmak gerekir.

Son olarak değinilmesi gereken özel bir durum da bugün insanlık olarak yaşadığımız salgın krizidir. Bu çalışmanın yapıldığı döneme denk gelen Koronavirüs salgını (Covid-19), hızla tüm dünyayı etkisi altına almış, ticari ve kültürel faaliyetlerin durmasına neden olmuştur. Sinema, tiyatro, müze, festival, konser ve sergi salonları gibi sosyalleşmenin zorunlu olduğu alanların kapatılması, büyük kayıpları ve dönüşümleri de beraberinde getirmiştir.

Daha önce değindiğim dijital mecralara ilgi gösterme süreci, pandemi ile birlikte evlere kapanan seyirci için yeni bir ivme sebebi olmuştur. Salgın en çok etkilendiği alanlardan biri olan sinema endüstrisinin yaşanan bu sarsıcı deneyimi nasıl atlatacağı henüz belli değildir. Seyirci, sinema icat edildiğinden beri ilk kez böyle bir deneyimle karşılaşmıştır. Buna bağlı olarak Netflix, Mubi gibi dijital mecralara yoğun ilgi gösterilmiş ve bu mecraların üye

sayıları neredeyse iki kat yükselmiştir. İnsanlar sergilere, filmlere, konserlere, arşiv ve kitaplara internet üzerinden erişmeye başlamış, bu durum sanıldığından daha basit olmuştur.

Bu süreçte ülkemizde ve dünyada kapanan bağımsız sinema salonları, mekan kiralari ve vergi ödemeleri noktasında sorunlar yaşamış, birçoğu kapanma tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır. Nitekim kısa bir süre sonra, ülkemizin simge mekanlarından biri olan Beyoğlu Sineması, bu krizi atlatabileceğini ve iflas edeceğini duyurmuştur.

Salgınla birlikte Cannes gibi kimi önemli festivaller etkinliklerini durdurma kararı alırken, bir kısmı online mecralarda sürdürme kararı almıştır. Daha önceki yıllarda dijital platformlar için üretilen filmleri yarışmaya kabul etmeyen kimi festivallerin işbirliği yoluna gitmesi, ileride de yapılabilecek işbirliklerinin habercisi gibidir. Öte yandan ülkemizdeki kimi yapımcılar, salonların kapanmasının ardından, filmlerini dijital mecralara satma kararı almış, bu karar İrfan Demirkol (SİSAY Başkanı) gibi sektör temsilcileri tarafından eleştirilmiştir. Demirkol'a göre, ilerleyen aylarda sinema salonları yeniden faaliyete başladığında, işletmeciler gösterecek film bulmakta zorlanacak ve sürecin daha yıkıcı sorunlar doğurmasına neden olacaktır.

Deniz Yavuz'un Antrakt Sinema gazetesindeki konuyla ilgili haberi oldukça dikkat çekicidir. Yavuz, 2019 yılı haziran ayına ait ilk hafta satılan biletler ile Pandemi sürecinde yeniden faaliyete başlayan sinema salonlarının bir haftalık bilet sayılarını şöyle özetlemiştir:

Ülke	2019 Haziran Bilet Sayısı	Pandemi Süreci Bilet Sayısı
Çin	20.5 Milyon	174
Rusya	3.5 Milyon	846
Brezilya	1.8 Milyon	4 Bin
İspanya	1.2 Milyon	4 Bin

Almanya	1.2 Milyon	130 Bin
Güney Kore	4.8 Milyon	482 Bin
Amerika	159 Milyon	2.4 Milyon

(Kaynak: Antraktsinema)

Görüldüğü üzere, henüz ilk hafta olmakla birlikte, dünyadaki sinemaların gelirlerinde %90'lık bir kayıp söz konusudur. 1 Temmuz 2020'de açılması planlanan Türkiye'deki sinema salonlarının gişe rakamları da pek farklı olmayacak gibi görünmektedir. Bu durumda, %75'e yakını AVM'lerde bulunan sinema işletmeleri yüksek kira ve diğer giderlerini karşılamakta zorlanacaktır. Kültür Bakanlığı'nın ülkemizdeki sinema salonlarını korumak için şimdiden tedbir alması gerektiği sonucunu çıkarmak mümkündür. Dünyada birçok ülkenin yeni tedbirler aldığı bilinmekle birlikte, ülkemizde SİSAY aracılığıyla görüşmeler gerçekleşmiş, ancak net bir sonuç alınamamıştır.

Öte yandan, salgın sürecinin daha ne kadar süreceği belirsizliğini korumaktadır. Dijital mecraların içeriklerinin uzun süre yetecek kadar çok ve çeşitli olması kendileri için bir avantajdır, ancak sinema salonları sürekli olarak yeni filme ihtiyaç duyarlar. Ağustos ayında sinemaların açılmasıyla beraber vizyona girecek yeni film sayısının az olması daha fazla filme ihtiyaç duyulacağını göstermektedir. Fakat, yeni filmlerin ortaya çıkması aylar süreceği için sinemaların açılması pek de iyi sonuçlar doğuracak gibi görünmemektedir. Üstelik yeni film vizyona girse bile seyirci sayısının azlığı yapımcı ve işletmeci için iflası da beraberinde getirecektir. Antrakt sinema gazetesinin haberine göre: "Matrix 4", "Jurassic Park: Dominion", Hızlı ve Öfkeli serisinin onuncu filmi "F9", Marvel stüdyosu yapımı "The Eternals" gibi büyük bütçeli filmler, vizyon tarihlerini 2021 yılına ertelemişlerdir.

Önümüzdeki dönem, sinema endüstrisinin birçok sorun yaşayacağı karmaşık bir dönem olacaktır. Salonlardan uzaklaşan ve dijital ortamları tercih eden seyirci geri dönecek midir? Sınırlı sayıda dönüş olsa bile

endüstriye katkı sağlamayacağı açıkça ortadadır. Bu durum, yeni bir çalışma şeklini ve ekonomik yapılanmayı da beraberinde getirebilir. Küçük ekipler, daha kısa yapımlar ve daha küçük sinema salonları gündeme gelebilir. Salgının etkisine bağlı olarak, sinema salonları kendilerine ait dijital platformlar geliştirerek seyirciyle bu yolla buluşmayı tercih edebilir ya da mevcut dijital mecralarla anlaşma sağlayabilirler.

Kültür sanat alanlarıyla ilgili daha sürdürülebilir politikaların tartışıldığı bugünlerde, öngörmesi kolay olan en önemli sorunlardan biri, sinema salonlarının ve toplu bir şekilde yapılan kültür sanat etkinliklerinin uzun bir süre daha izleyicisiz kalacağı gerçeğidir. Yüz yirmi yılı aşkın bir süredir ritüel haline gelen film izleme şekli, hiçbir dönemde bu denli canlılığını yitirmemiş, sinema seyircisi farklı mecraların etkisinde kalmamıştır. Seyir kültürünün değişmesi, teknik ve estetik kalitenin de değişmesine neden olacak gibi görünmektedir. Bir süre sonra filmler yalnızca küçük ekranlar için yapılmaya başlanırsa, buna bağlı olarak yeni bir ses, görüntü ve renk düzenlemesi gerekli olacak, dahası büyük perde için zorunlu olan teknik kalite küçük ekranlar için yeniden düzenlenecektir.

Sinema sanatı, geçmişten bugüne teknik bakımdan birçok yeniliğe uyum sağlayarak gelmiştir. Henüz bir asırlık tarihi olan yedinci sanatın en önemli özelliklerinden biri, teknolojik gelişmelerden oldukça etkilenmesi ve hatta sürekli olarak yeni teknolojiye gereksinim duymasıdır. Kuşkusuz, tıpkı roman ve diğer sanatlar gibi hikaye anlatma özelliğinden bir şey kaybetmeyecektir, ancak teknik ve estetik olarak ne gibi değişikliklere uğrayacağını zaman gösterecektir. Kısacık tarihine sığdırdığı yeniliklere bakılırsa, daha pek çok değişikliğe de kaçınılmaz bir biçimde yazgılı olduğu anlaşılacaktır.

KAYNAKLAR

a) Kitaplar

ABİSEL, Nilgün (1994), Türk Sineması Üzerine Yazılar, İmge Kitabevi, Ankara.

ADORNO, W. Theodor (2011), Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi, Çev. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen, İletişim Yayınları, İstanbul.

BORDWELL, D., THOMPSON K. (2009), Film Sanatı, Çev. Ertan Yılmaz, De Ki Sinema Yayınları, Ankara.

DEMİRBİLEK (İDRİSOĞLU), Alev (1994), Dünya Sinema Tarihi I. Bölüm, Engin Fotokopi, İstanbul.

MONACO, James (2005), Bir Film Nasıl Okunur?, Çev. Erten Yılmaz, Oğlak Yayınları, İstanbul.

ÖZGÜÇ, Agâh (1997), Türk Filmleri Sözlüğü, 1991-1996 , Sesam Yayınları, İstanbul.

ÖZGÜÇ, Agâh (2003), Türk Filmleri Sözlüğü, 1997-2002, Sesam Yayınları, İstanbul.

ÖZÖN, Nijat (1964), Sinema El Kitabı, Baha Matbaası, İstanbul.

SCONAMILLO, Giovanni (2010), Türk Sinema Tarihi, Kabalcı Yayınevi, İstanbul.

SMITH, Geoffery Nowell (2003), Dünya Sinema Tarihi, Çev. Ahmet Fethi, Kabalcı Yayınevi, İstanbul.

ŞEKEROĞLU, Sami, "Seyircisiz Sinema Olmaz", La Meticcìa di Fuoco Oltre il Continente Balcani, Venedik Bienal Kitabı içinde, 2000.

b) Tezler

KORKMAZ, Asiye (1997), Başlangıcından Bugüne Türk Sineması'nın İçinde Bulunduğu Ekonomik, Politik, Toplumsal ve Teknolojik Koşullar İle Bunların Sinemamızın Oluşumu Üzerindeki Sonuçları, Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi, MSÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

c) Makaleler

ERUS Ç. Zeynep (2007) Film Endüstrisi ve Dağıtım: 1990 Sonrası Türk Sinemasında Dağıtım Sektörü, Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi, Cilt 4, Sayı 4.

d) Raporlar ve Araştırmalar

GÜLÇUR Âlâ S. ve EKEN İ. (2017), Türkiye'de Film Endüstrisi (2011-2015), İstanbul Ticaret Odası & İstanbul Düşünce Akademisi Yayınları, İstanbul.

KANBUROĞLU, Özer (2017), İstanbul'da Film Sektörünün Durum Analizi ve Sektörün Geleceği Projesi/Analiz Raporu, Film Sanayii ve Tüm Sanatçıları Güçlendirme Vakfı (Film-San), İstanbul.

TOMUR K., KOL, İ., BİLAÇLI C. (2016), Sinema Hizmetleri Sektör Raporu, Rekabet Kurumu, Ankara.

e) İstatistik-Veriler

Antrakt Sinema Gazetesi, <http://www.antraktsinema.com/>

Boxoffice Türkiye, <https://boxofficeturkiye.com/>

TÜİK, <http://www.tuik.gov.tr/Start.do>

f) Görsel Kaynaklar

Kapalı Gişe: Türkiye'de Tekelleşen Film Dağıtımı, Yön. Evrim Kaya, Kaan Müjdeci, Fırat Yücel, Senay Aydemir, Belgesel, 2016, İstanbul.

ŞEKEROĞLU, Sami (1985-1987) Türk Sinema Tarihi Belgeseli, Bölüm 6.

g) İnternet Gazeteleri ve Röportajlar

Aslı Öymen, Kaan Müjdeci İle Röportaj, CNN Türk Afiş (8 Nisan 2016), T24 Gazete, <https://t24.com.tr/haber/sivas-filminin-yonetmeni-sinemada-kartellesme-muhsin-bey-gibi-filmlerin-cekilmesini-engelliyor,335499> adresinden erişildi.

Atilla Dorsay, Azize Tan, Semih Kaplanoğlu, Kerem Ayan, Suat Köçer, Cenk Sezgin (2019, 6 Ocak), Sinemada Tekelleşme Sorunu, Yeni Şafak, <https://www.yenisafak.com/hayat/sinema-kimsenin-tekeline-degil-3429283> adresinden erişildi.

Cenk Sezgin (2019, 2 Ocak), Rakamlarla Türk Sinema Sektörü, NTV Haber, https://www.ntv.com.tr/galeri/sanat/sisay-yonetim-kurulu-baskani-cenk-sezgin-yapimcilarin-serzenislerine-karsi-elim,MYL2uvzj_0qmpaDISJkVVQ/gkvVkUI9a0i73dY67mCOra adresinden erişildi.

Cengiz Semercioğlu, Aslı İrmak Acar ile Söyleşi (2018, 30 Aralık), Film Çekmezlerse Çekeni Bulacağız, Hürriyet Gazetesi, <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/cengiz-semercioglu/film-cekmezlerse-cekeni-bulacagiz-41067366> adresinden erişildi.

Cengiz Semercioğlu ile Ters Köşe, Yılmaz Erdoğan ile konuşma (2018, 27 Aralık), Show Radyo, <https://soundcloud.com/radyopodcast/cengiz-semercioglu-27-aralik?in=radyopodcast/sets/hakan-demir-ile-cafe-show> adresinden erişildi.

Ceyhun Kuburlu (2016, 4 Nisan), Güney Koreli CJ CGV, Mars Cinema'yı 800 milyon dolara aldı, Hürriyet Gazetesi, <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/guney-koreli-cj-cgv-mars-cinemayi-800-milyon-dolara-aldi-40081235> adresinden erişildi.

KUSPIT, Donald (2007), Art Values or Money Values, <http://www.artnet.com/magazineus/features/kuspit/kuspit3-6-07.asp> adresinden erişildi.

İlknur Bilir (2019, 25 Temmuz), Serkan Çakarer, Sultan Duranay, Cevdet

Pişkin ile Röportaj, Jurno Gazete, <https://jurno.com.tr/gisede-tarihi-dusus-kendi-hikayelerinden-korkan-bir-ulke-olduk> adresinden erişildi.

Mehmet Açar (2016, 7 Nisan), Kaan Mjdec ile Röportaj, T24 Gazete, <https://t24.com.tr/haber/sivas-filminin-yonetmeni-mars-grupa-ne-halt-yediginiz-biliyoruz-yapmayin-boyle-demek-icin-belgesel-cektik,335230> adresinden erişildi.

Serkan akarer (Yapmc) ile Kişisel Görüşme, Ağustos 2020

Soner Alper (Yapmc) ile Kişisel Görüşme, Nisan 2020.

Semih Kaplanoğlu (2018, 9 Ocak), Dağıtmda Tekelleşme Eleştrisi, Yeni Haber, <https://www.yenihaberden.com/yonetmen-kaplanoglundan-dagitimda-tekellesme-elestirisi-363237h.htm> adresinden erişildi.

ÖZGEÇMİŞ

1990 yılında Ağrı'da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini Bursa'da tamamladı. Lisans eğitimini sinema alanında tamamlayıp, eğitim süreci boyunca ve sonrasında pek çok kısa film, belgesel ve fotoğraf çalışması gerçekleştirdi. 2016-2020 yılları arasında, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sinema-TV Anasanat Dalı'nda Yüksek Lisans eğitimi gördü. Sinema alanındaki çalışmalarına devam etmektedir.

