Sinema salonları AVM’lere hapsoldu

Sinema salonlarının gitgide daha çok AVM’lere hapsolmasının seyircinin tüketim alışkanlıklarını köklü biçimde etkilediğini dile getiren Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Koçer, “Sinemanın korunması sadece yapımcı, dağıtımcı, işletmeci arasındaki dengelerde pozisyon almayı değil, seyircinin ihtiyaç ve alışkanlıklarını takip edebilmeyi de gerektirir” dedi.

Sinemada 2019'un ilk yarısında seyirci sayısında büyük bir düşüş yaşandı. Bir önceki yılın ilk yarısına oranla izleyici kaybı 10 milyon kişiyi, hasılat kaybıysa 98 milyon lirayı geçti.

Bu düşüşün sebeplerini değerlendiren İstanbul Kültür Üniversitesi İletişim Tasarımı Bölüm Başkanı Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Koçer, “Türkiye sinema sektöründe 2019 yılı ilk altı aylık gişe rakamlarındaki dramatik düşüşü tek bir olgu üzerinden değerlendirmek oldukça güçtür. Konunun ilk akılda tutulması gereken faktörü doğal olarak, sinemaya giden izleyicinin tüm ekonomik yapıdan bağımsız olmadığı ve doğal olarak kriz dönemlerinde ilk kesinti yapabildiği kalemin “eğlence sektörü” olduğunu akılda tutmak faydalı olur. Buna ek olarak Türkiye sinemasının özel durumunu gözden kaçırmamalı; Türkiye’deki izleyici kendi ülkesinin sinemasına çok daha büyük bir ilgi göstererek yerli üretimleri takip ederek dünyada eşine pek az rastlanır bir sadakatle büyük uluslararası yapımcılardansa ulusal ölçekli yapımları tercih eder. Ancak bu yapımlarda sektör içinde “lokomotif” tabir edilen, sınırlı sayıda yıldız oyuncunun, belirli yapım şirketlerinin ve son derece kısıtlı film türlerinin büyük ölçüde belirlediği bir ölçekte yer alır” ifadelerini kullandı.

PATLAMIŞ MISIR SAVAŞLARI

“Geçtiğimiz yıla Türkiye’de damgasını vuran en büyük sinema tartışması kuşkusuz ‘Patlamış Mısır Savaşları’ oldu. Bir yanda Türkiye’nin hem en büyük dağıtımcı firması, hem en çok salona sahip işletmecisi hem de bir yapımcı olarak da gittikçe güçlenen Mars Grup ile diğer yanda üç büyük yıldız (Cem Yılmaz, Yılmaz Erdoğan, Şahan Gökbakar) ve aslında temsilcisi oldukları yapım şirketleri arasında sinema seyircisini çok da ilgilendirmeyen bir gerilim yaşandı” diyerek sözlerine devam eden Zeynep Koçer şunları kaydetti:

“Çatışma Mars Grup’un bilet fiyatlarına yiyecek içecek dâhil ederek kâr artırmasına tepki gösteren diğer grubun tam da bu artan kârdan pay almak istemesi üzerine yaşandı. Bunun sonucu olarak grubun iki temsilcisi kendi lehlerine olacak yeni çıkan yasanın yürürlüğü girmesini bekleyerek filmlerini yılın ikinci yarısına erteledi. Yılmaz Erdoğan’ın içinde bulunduğu yapı (BKM) ise farklı bir yaklaşım izleyerek filmin vizyonundan kısa bir süre sonra gösterim haklarını Netflix’e de satarak Türkiye için görülmemiş bir strateji izledi. Arkasından gelen yine tartışmalı bir süreç üzerine yapımcı bu uygulamanın sürekli bir düzenleme olmayacağını ifade etmiş olsa da sektör açısında sinema salonunun önemini yitirmesine ilişkin bu uygulama biçiminin yolu açılmış oldu.”

“ÇEVRİMİÇİ PLATFORMLAR DÖNÜŞÜMÜN İŞARETİ OLABİLİR”

Netflix’in sinema izleyicisi üzerindeki etkilerini de değerlendiren Zeynep Koçer, “Konunun diğer bir aktörü olan Netflix, dünyadaki pek çok çevrimiçi platformdan biri olmasına rağmen gerek Cannes Film Festivali gerekse Oscar ödüllerinde yarattığı krizlerle bir ilgi odağı haline geldi. Netflix, daha önce rastlanmamış agresif pazarlama stratejisi ile sinema salonlarının filmi göstermede ilk medyum olması anlayışını görece bozarak adından çok söz edilen bir mecraya dönüştü. Sinema sektörünün yeni medyumların çıkışına bağlı olarak yaşadığı büyük krizler düşünüldüğünde Netflix, hareketli görüntünün medyum değişikliği açısında bir işaret olarak algılanabilir. Çevrimiçi platformlar tarafından ve kendileri için üretilen yapımların sadece sayısının değil aynı zamanda niteliğinin de artması sektör açısından nasıl bir dönüşümün gerçekleşeceğinin işareti olabilir” diye açıklamada bulundu.

SADECE FİLM İZLEMEK DEĞİL, KAPSAMLI BİR TÜKETİM İÇİN AVM’YE GİDİLİYOR

Sinema salonlarının gitgide daha çok AVM’lere hapsolmasının seyircinin tüketim alışkanlıklarını köklü biçimde etkilediğini dile getiren Koçer, “Seyirci doğal olarak artık sadece film seyretmeye değil, daha kapsamlı bir tüketim biçimi için bu mekânlara gidiyor. Dolayısıyla tartışmaya damgasını vuran patlamış mısır aslında seyirci açısından önemi reddedilemeyecek unsurlar. Türkiye açısından sorun olarak görülebilecek konu, her yeni medyumun ortaya çıkışının bir öncekini nerdeyse yok etmesi sorunu. Yıllar içinde Emek Sineması üzerine yapılan tartışmalarla de görünen bu durum, sinema sanatının tüm boyutlarıyla kültürel mirasın bir parçası olduğunu görmemize engel olmaktadır. Sinemanın korunması sadece yapımcı, dağıtımcı, işletmeci arasındaki dengelerde pozisyon almayı değil, seyircinin ihtiyaç ve alışkanlıklarını takip edebilmeyi de gerektirir. Teknolojik ve sektörel dönüşümlerin de seyircinin yapısını değiştirdiğini hesaba katarak bir yandan bu sanatın yarattığı kültürel mirası koruyarak bir yandan da gelişimin seyirci açısından ne şekilde yararlı hale getirilebileceğinin tartışılması gerekir” şeklinde konuştu.