

Sancar, M. K. (2022). Türkiye’de Tekelleşen Film Dağıtımına Bir Başka Alternatif Arayışı: Kenda (Kendin Dağıt). *Pamukkale Üniversitesi İletişim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 57-67



Geliş Tarihi: 11.06.2023

Kabul Tarihi: 26.06.2023

Araştırma Makalesi

TÜRKİYE’DE TEKELLEŞEN FİLM DAĞITIMINA BİR BAŞKA ALTERNATİF ARAYIŞI: KENDA (KENDİN DAĞIT)

Mustafa Kemal SANCAR¹³

Özet

Sinema filmlerinin dağıtımı; yapım ve gösterim ile birlikte sinema endüstrisinin üç ana bileşeninden biridir. 1990’lı yıllardan itibaren bu alanın Amerikalı egemen şirketler tarafından ele geçirilmesi, özellikle yerli filmler açısından belirli zorlukları beraberinde getirmiştir. Bu zorlukların aşılması ve kendi filmlerini Türkiye’de aracısız ve komisyonsuz dağıtabilmek amacıyla bir grup film yapımcısı ve sermayedar; KenDa (Kendin Dağıt) isimli bir dağıtım şirketi kurmuşlardır. Bu araştırma makalesinin konusu, adı geçen dağıtım şirketinin kısa süren serüvenidir. Ekonomi-politik perspektiften değerlendirilen bu konunun tüm yönleriyle ele alınabilmesi için öncelikle film dağıtımının sinema endüstrisi içindeki önemi tarihsel açıdan irdelenmiş ve Türkiye’deki benzerlikler ve farklılıklar ortaya konmuştur. Daha sonra ise KenDa’nın kısa tarihsel serüveninin sektörel etkilerinin dünü ve bugünü serimlenmiştir. Yapılan çalışma sonucunda KenDa’nın üç yıl gibi kısa bir sürede faaliyetlerini sonlandırmak zorunda kalmasında, yerli sinema sektörüne dair belirli yapısal faktörlerin rol oynadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: kenda, kendin dağıt, dağıtım, sinema endüstrisi

SEEKING ANOTHER ALTERNATIVE TO MONOPOLITARY FILM DISTRIBUTION IN TÜRKİYE: KENDA (DISTRIBUTE YOURSELF)

Abstract

Distribution of films; It is one of the three main components of the cinema industry along with production and screening. The seizure of this field by American dominant companies since the 1990s has brought certain difficulties, especially in terms of domestic films. In order to overcome these difficulties and distribute their films in Turkey without intermediaries and commissions, a group of filmmakers and investors; They established a distribution company called KenDa (Distribute Yourself). The subject of this research article is the short adventure of the said distribution company. In order to be able to deal with all aspects of this issue, which is evaluated from an political economic perspective, first of all, the importance of film distribution in the cinema industry has been historically examined and the similarities and differences in Türkiye have been revealed. Then, the past and present of the sectoral effects of KenDa's short

¹³ Arş. Gör. Dr., Batman Üniversitesi, mustafakemal.sancar@batman.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0163-4163.

historical adventure are presented. As a result of the study, it was determined that certain structural factors related to the domestic cinema sector played a role in KenDa's having to terminate its activities in a short period of three years.

Keywords: kenda, distribute yourself, distribution, cinema industry

GİRİŞ

Sinema sanatı, üretim biçiminin gerektirdiği organizasyon ve sermaye gereksinimi nedeniyle aynı zamanda ekonomik bir sektördür. Bu nedenle tıpkı diğer endüstri alanları ve iş sektörleri gibi sinema endüstrisi de egemen devletlerce belirli kısıtlamalar yoluyla regüle edilmektedir. Her devlet, ülkesine yapılan yabancı yatırımları çeşitli gümrük tarifeleri ile kısıtlarken, kendi yurt içi sermayesini de teşvik etmenin çeşitli yollarını aramaktadır. Fakat tüm bunların ötesinde her kapitalist ülkede ister yurtiçi sermaye tarafından olsun, isterse yabancı sermaye tarafından olsun, belirli bir alanın rekabet koşullarını bozacak tekelleşme, tröst gibi tehditlerin önüne geçmek için temel sermaye kısıtlamaları ve cezai yaptırımları mevcuttur. Sinema endüstrisini diğer iş alanlarından ayıran ve egemen devletler için son derece önemli olan bir başka özelliği daha vardır ki o da sinemanın ideolojik gücüdür. Sinema sektörünün herhangi bir alanında belirli odaklarca yaratılacak tekelleşme teşebbüsleri, yalnızca ekonomik rekabetin bozulmasının ötesinde halkın neyi seyredip hangi açıdan alımlayacağını da çerçevelemek anlamına gelecektir.

Türkiye’de 1980’li yıllarda gerçekleşen neo-liberal de-regülasyon döneminin son yıllarında, Turgut Özal’ın kurduğu ikinci hükümetin devlet bakanı olan Adnan Kahveci’nin tasarladığı projeler ve yabancı sermayenin Türkiye’de yatırım yapmasının önündeki engellerin kaldırıldığı düzenlemeler neticesinde Türk sineması sektörü¹⁴ adına köklü bazı iktisadi dönüşümler gerçekleşmiştir. Tüm dünyada film üretim, dağıtım ve gösterim hegemonyasına sahip -başta Hollywood menşeli Amerikalı şirketler olmak üzere- kapitallerce Türkiye’deki yerli film sektörünün özellikle dağıtım ve gösterim ağı âdeta ele geçirilmiştir. Bu çalışmada öncelikle Türk sineması sektörünün üretim, dağıtım ve gösterim yapısı yukarıda özetlenen eksende ve tarihsel perspektif aracılığı ile özetlenmiştir. Daha sonra ise yabancı tekellerin iktisadi hacmin hemen hemen yarısına hâkim olduğu dağıtım ağının alternatifi olarak ortaya çıkan KenDa (kendin dağıt) adlı teşebbüs ekonomi-politik bir anlayış çerçevesinde irdelenmiştir.

KenDa; 2004 yılında faaliyet göstermeye başlamış ve üç yıl gibi kısa bir süre içinde faaliyetlerine son vermiş bir iktisadi teşebbüstür. Bu çalışmanın ana konusu olan söz konusu teşebbüsün faaliyet aralığı, elbette çalışmanın da temel sınırlılığını teşkil etmektedir. Fakat bu kısa ömrüne rağmen 50’den fazla yerli ve yabancı filmin dağıtımını gerçekleştirmiştir. Bunlar arasında *Organize İşler* (Yılmaz Erdoğan, 2005), *Kurtlar Vadisi: Irak* (Serdar Akar, 2006) ve *Hokkabaz* (Cem Yılmaz, Ali Taner Baltacı, 2006) gibi yerli “blockbuster” filmler ve *Votka Limon* (Vodka Lemon, Hiner Saleem, 2003), *Yumurta* (Semih Kaplınoğlu, 2007) ve *İyi Seneler Londra* (Berkun Oya, 2007) gibi başarılı “art-house” filmler yer almaktadır. Çalışmanın analizi ve tartışması için yerli film sektörü içinde yer alan kişilerin ve özellikle KenDa’yı meydana getiren yapımcı ve yönetmenlerin konuya ilişkin görüşleri burada oldukça önemli bir alan teşkil etmektedir.

Bugüne kadar konuya ilişkin yazılmış literatür incelendiğinde KenDa ile ilgili spesifik bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu da bu araştırma makalesinin önemini ortaya koymaktadır.

¹⁴ “Türk sineması sektörü” ifadesi burada bilinçli bir biçimde tercih edilmiştir. Zira Türkiye’de sinema endüstrisinden bahsetmek yapısal anlamda oldukça güçtür.

Türkiye’de film dağıtımına ilişkin alanyazın ise birkaç makaleden ibarettir. Bunlardan biri Zeynep Çetin Erus’un kaleme aldığı “Film Endüstrisi ve Dağıtım: 1990 Sonrası Türk Sinemasında Dağıtım Sektörü” adlı araştırma makalesidir. Burada Çetin Erus, yukarıda belirtilen neoliberal dönüşümü film dağıtımını ekseninde incelemiştir. Sinem Evren Yüksel, “Küreselleşmenin Sinema Endüstrisine Etkileri: Türkiye’de Üretim-Dağıtım-Gösterim Üzerine Bir İnceleme” adlı çalışmasında küreselleşme dinamiklerini odağına alarak sinema sektörünün ana bileşenlerine eleştirel bir perspektif kazandırılmıştır. R. Arzu Kalemci ve Şükrü Özen’in kaleme aldığı “Türk Sinemacılık Sektöründe Kurumsal Değişim (1950-2006): Küreselleşmenin ‘Sosyal Dışlama’ Etkisi” adlı çalışmalarında da yerli sinema sektöründeki Amerikanlaşmanın etkisi ve gösterim biçimlerinin dönüşümü yönetsel ve sosyolojik açıdan ele alınmıştır. Bugüne kadar yapılan çalışmalar, film dağıtımını alanındaki tekelleşme eğilimlerini ortaya koymaktadır. Bu çalışmada ise söz konusu tekelleşmeyi yerel düzeyde aşma teşebbüsü olarak KenDa’nın tarihsel sürecine ve kısa sürede iktisadi faaliyetlerini sonlandırma nedenlerine ışık tutulmuştur.

1. TÜRKİYE’DE FİLM DAĞITIMININ TARİHSEL SÜRECİ

Film dağıtımını, üretilen filmlerin gösterilmesi için gereken pazarlama ve perakende işlerinin tümüne verilen addır. Özön’e (1985, s. 63) göre bir film dağıtımıcısının üstlendiği görevler şunlardır:

Dağıtımıcılar, belirli bir filmin gösterim hakkını, belirli bir süre için (genellikle beş yıl) yapımcıdan alırlar, bu filmlerin gösterim eşlemlerini oynatımcılara kiralarlar. Dağıtımıcıların çalışma yöntemleri ülkeden ülkeye değişir. Bazı ülkelerde yapımcı, dağıtımıcıya yalnızca bir çoğaltım işlemi verir. Dağıtımıcı gösterim eşlemlerini, tanıtı gereçlerini kendi hazırlar. Bazı ülkelerde de, genellikle Türkiye’de olduğu gibi, gösterim eşlemlerini, tanıtı gereçlerini de yapımcı sağlar.

Singleton’ın (2004, s. 30) dağıtımına ve dağıtımıcıya ilişkin tanımlaması ise şu şekildedir:

Bir filmin sinemalarda oynaması için reklam kampanyasını hazırlayıp gerçekleştiren, kopyaları bastıran, gösterimcilere sunan ve hasılatı toplayıp bunu, anlaşmaya göre kâr payı sahiplerine dağıtan şirket. Sinema salonlarına dağıtım için dağıtımıcıya ödenen ücret, filmin kiralama gelirleri (gişe hasılatı değil) üzerinden anlaşmaya varılan bir yüzde ile belirlenir. Bir dağıtımıcı, sinema salonları dışında televizyon, kablolu televizyon, video, silahlı kuvvetler, okullar, kitaplıklar gibi alanlarda da dağıtımına yetkili kılınabilir. Birçok büyük stüdyonun kendi dağıtım şirketleri vardır. Bunlar hem kendi stüdyolarının yaptığı, hem de negatifini satın aldıkları filmlerin dağıtımını yapar. Dağıtım bölümü, yapım bölümünün kararlarına katkıda bulunur. Bir filmin gördüğü ilgi, o filmin benzerlerinin yapılmasında veya satın alınmasında etkili olur.

Bu iki tanımdan da anlaşılacağı üzere dağıtımıcı, filmin ekonomik anlamda başarılı olup olmayacağına belirlenmesindeki en büyük pay sahiplerinden biridir. “Dağıtımıcı, elindeki filmlerin niteliklerini, çalıştığı bölgenin ve bu bölgedeki sinemaların özelliklerini göz önünde tutarak, bunları en iyi koşullarda gösterime çıkarmaya çalışır. Bundan dolayı, bir filmin başarısında dağıtımıcının rolü büyüktür” (Özön, 1985, s. 63). Türkiye’de ise dağıtımıcılar -Yeşilçam dönemi boyunca- filmin senaryo aşamasından çekimine kadar hemen hemen her aşamasında temel belirleyici olmuşlardır. Yeşilçam döneminden sonra ise piyasayı ele geçiren Amerikan meşeli dağıtımıcılar, yerli filmlerin çekiminden değil, çekim sonrası aşamalarında yaşadıkları gösterim sorunlarının baş müsebbibidirler.

Türkiye’de sinema filmlerinin dağıtımını 1990 öncesi ve sonrası olarak iki kategoride değerlendirmek mümkündür. Türkiye’de Yeşilçam olarak adlandırılan kendine has film üretimi içinde dağıtım ağı, “bölge işletmecileri” olarak adlandırılan ve tamamen yurtiçi sermayesi tarafından organize edilen bir teşekküldü. Bu kişiler dağıtımın ötesinde büyük salonların da sahibi ve dolayısıyla film üretiminin de başat belirleyicisiydiler. “Her bölgenin seyirci özelliklerinin neler olduğuna karar verenler işletmecilerdi. Salonlarda doğrudan ilişki içinde olduklarından, seyircinin ilgisi hakkında epey bilgi sahibiydiler. Ancak yalnızca kâr amacı güden araçlar olduklarından, yapımcılar kadar bile sanatsal endişeleri yoktu” (Abisel, 1994, s. 100). Bu nedenle de dağıtımcılar, yapımcılardan ekseriyetle “tutan formülleri” tekrar etmelerini istiyorlardı. Klişelere yaslanan -ve hatta çoğu kez klişelerden ibaret olan-, belirli kalıplara hapsolmuş yerli filmlerin Yeşilçam’a hâkim olmasının sebeplerinden birinin bölge işletmecileri olarak adlandırılan dağıtımcıların olduğu ileri sürülebilir.

1990 yılından itibaren yabancı sermayenin yerli sinema sektörüne yatırım yapabilmesinin önündeki hukuki engellerin kaldırılması ile Türk sineması için oldukça önemli olan bu iktisadi alan, Amerikalı film şirketleri tarafından doldurulmuştur.

1980’lerin sonunda Devlet Bakanı Adnan Kahveci’nin geliştirdiği “Off-shore Media Project” (Kıyıötesi Medya Projesi) sayesinde büyük Amerikan film şirketleri (“majör”ler) Türkiye’ye çağrılmış ve ülkemizde üretim yapmaları istenmiştir. Amerikan şirketlerine stüdyolar kurmaları karşılığında vergi kolaylıkları sağlamayı vaat eden proje, kamuoyundaki tartışmalar sonucu yasal hale getirilememiştir. Projeye göre; stüdyo kuran Amerikan şirketlerinin ödeyeceği vergiler uzun vadeye yayılacak, gerçekleştirecekleri prodüksiyonlarla Türk sinema sektöründen çalışanları istihdam edilecek, ülkedeki teknik altyapı güçlendirilmiş olacaktı. Böylelikle, hem Türk filmlerinin genel kalitesinin artırılması hem de -majörlerle ortaklık nedeniyle- Türk filmlerinin yabancı pazarlara dağıtımının kolaylaşması sağlanmış olacaktı. Tepkiler nedeniyle “Off-shore Medya Projesi” yasalaşamamıştır lâkin 1989 yılında Yabancı Sermaye Yasası’nda 17, 30, ve 31 numaralı kararnamelerle yapılan değişiklikler Amerikan şirketlerinin ülkeye girmesi önündeki engelleri kaldırmıştır (Tunç, 2012, s. 148).

Ezcümle; yerli sinemanın niteliğinin artması, yetişmiş kalifiye eleman ihtiyacının karşılanması ve Türk filmlerinin uluslararası arenadaki dağıtımının sağlanması şiarıyla çıkılan bu liberalleşme yolunda gelinen nokta, Amerikalı dev film şirketleri için kârlı bir pazara sahip olunması ve dağıtım tekelinin getirdiği yağlı komisyonların toplanmasından ibaret olmuştur. Yerli sinema sektörü içinse Türkiye pazarı, kendi ülkesinde dağıtıma çıkabilmek için Amerikan şirketlerine % 15 komisyona mecbur bırakılan ve hatta bunun için bile gösterime girecek salon bulunamayan bir hale evrilmiştir. Sürecin tanıklarından biri olan sinema oyuncusu Füsün Demirel durumun vahametini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Sizi kurtarmaya karar verdik. Dış ticaret mevzuatımızda engelleyici maddeleri kaldıracacağız. Bu sayede Amerikan film şirketleri serbestçe ülkemize gelecekler. Gelecekler ve sinemamızı kurtaracaklar. Bu şirketler burada filmler çekecekler. Milyarlarca liralık bütçeleriyle, stüdyolar, platolar kuracaklar. Sinemacılarımıza yeni iş alanları açacaklar. Hatta bizim filmlerimizi dünyaya dağıtacaklar” (oysa yuvamızı dağıttılar). En yetkili ağızlardan bunlar söyleniyor. İstila sonucu önce ana merkezdeki sinemaları kaybettik. Hiçbir şey yapılamadı, hiç ses yok. Sonra semt sinemaları kaybedildi. Temel ağıtlar dışında gıkımızı çıkaramadık (Demirel, 1996, s. 151-152).

Kısa süre içinde sektörün % 50'sine sahip olarak tekelleşen söz konusu firmalar, sinema salonu sahiplerine belirli kısıtlamalar, yaptırımlar ve kotalar yoluyla yapımını üstlendikleri filmleri dayatmaktadırlar. Yerli filmler ise salonları dolduran Hollywood filmleri nedeniyle gösterim zorlukları ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Türkiye'nin 1980'ler boyunca yaşadığı hızlı (neo)liberalleşme dalgası, yerli sinema sektörü adına hegemonik sömürünün hızlanması ve köklenmesi anlamına gelmiştir. "Turgut Özal yönetiminin kapitalist Batı'ya bütünleşme ve Türkiye'yi her alanda dış dünyaya açma temel kararı, 1980'lerin hemen sonunda sinema alanında da kimi önemli değişikliklere yol açtı" (Dorsay, 2005, s. 12). "Serbest piyasa" olarak adlandırılan sinemanın kurtlar sofrasında çeşitli yapısal sorunlar neticesinde bir türlü endüstrileşemeyen yerli sinema sektörünün durumu da burada, kurtla kuzunun aynı odaya kilitlenip "serbestçe rekabet ettikleri" şartlara benzetilebilir.

2. 1990 SONRASI YERLİ FİLMLEİN GENEL DURUMU, KENDA'NIN KURULUŞU VE SEKTÖRÜN ŞİMDİKİ DURUMU

1990 yılı itibariyle yeni dünya düzenine ayak uyduran Türk sinema sektörü, dağıtım ve gösterim alanlarının hızlı tekelleşmesi ve Amerikanlaşması ile birlikte üretim krizine girmiştir. Git gide azalan yerli film yapımlarının dahi çoğunluğu gösterim şansı bulamamışlardır. Bunun en önemli nedenlerinden birisi kuşkusuz dağıtım ağını kontrol eden Hollywood firmalarının, yapımını kendilerinin üstlendikleri filmleri ya da ithalatını gerçekleştirdikleri diğer Hollywood filmlerini sinema salonlarına dayatmalarıdır. "Amerikan dağıtım şirketlerinin gelmesiyle Hollywood filmleri sinema salonlarını kaplar. Zar zor fırsat bulup gösterime girebilen Türk filmleri seyirci bulamaz" (Kırel, 2012, s. 119). Telif Hakları ve Sinema Genel Müdürlüğü'ne göre Türkiye'de 1996-2006 yılları arasında 1862 adet yabancı film gösterime girmiştir. Bunlardan yaklaşık %60'ı ABD yapımıdır. Diğer taraftan bu filmlerin %10'u ABD şirketlerinin diğer ülkelerle yaptığı ortak yapımlardır. Yabancı şirketlerin sinemaları kendilerine bağlamaları ve daha çok yabancı (çoğunlukla ABD yapımı) filmleri gösterime sokmaları, yerli filmlerin gösterime girebilme olanağını azaltmıştır (Kalemci & Özen, 2011, s. 72). ABD'de menşeli 6 büyük firma (Warner, Paramount, Twentieth Century Fox, Sony, Disney ve Universal) tüm dünyada çeşitli tekel ve tröst anlaşmaları yaparak hegemonik hale gelmiş film yapım ve dağıtım şirketleridir (Gomery, 2011, s. 167). Bu şirketlerden Paramount ve Universal, ABD dışında UIP (Universal International Pictures) adı altında faaliyet yürütmektedir (UIP Hakkında, 2023). Türkiye'deki film dağıtım pazarında etkili bir başka Amerikan şirketi ise Warner Bros. Türkiye'dir. Bir diğer önemli dağıtım şirketi olan Özen Film ise yerli bir şirket olup, 28 yıldır 20th Century Fox'un filmlerini ve yerli filmlerin dağıtımını üstlenmektedir (Özen Film Kurumsal, 2023). Burada adı anılan şirketlerin Türkiye'deki film dağıtımının çok büyük bir bölümünü elinde tuttukları görülmektedir. Rekabet Kurulu'nun 2005 yılında Danıştay'ın bir iptal kararına istinaden 2007 yılında yayınladığı değerlendirme raporuna göre Warner Bros. Film ve Video San. ve Tic. A.Ş. (WB) ticaret unvanlı sinema filmleri dağıtım şirketinin, sinemalarda gösterilen filmleri piyasaya sürerken, nihai tüketiciye uygulanacak bilet fiyatlarını salon sahibi teşebbüslere dikte ederek, yeniden satış fiyatını belirlemek suretiyle 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiği tespit edilmiştir. Söz konusu raporda;

"Türkiye genelinde filmlerin sinemalara yönelik dağıtımını" ilgili pazarında 4054 sayılı Kanun'un 3. maddesinde tanımlanan şekilde hâkim durumda olan WB'nin; dağıtımını yaptığı bazı filmlerden önce gösterilecek fragmanları belirlemek suretiyle ilgili pazardaki hâkim durumunu 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin birinci fıkrası ve özellikle de anılan maddenin (c) bendinde örneklendirilen şekilde kötüye kullandığının, sinema salonlarınca uygulanan bilet ücretlerini belirlemek ve/veya denetlemek, bu bedelleri birbirinin rakibi

konumundaki sinema salonları arasında eşitlemek şeklinde gerçekleştirdiği eylemler suretiyle bir başka hizmet piyasası olan "filmlerin sinemalarda gösterimi" pazarındaki rekabet koşullarını bozma amaçlı veya bu etkiyi doğurur tarzda, dolayısıyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi ve özellikle de aynı maddenin (d) bendinde örneklendirilen şekilde kötüye kullandığının, sinema salonları ile arasında bulunan "dikey anlaşmalar" vasıtasıyla sinema salonlarınınca uygulanan bilet fiyatlarını belirlemek ve/veya müdahale etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi ve özellikle de aynı maddenin (a) bendinde yasaklanan faaliyetleri gerçekleştirdiği" (Rekabet Kurumu, 2007) tespit edilmiştir.

Yukarıda yer alan raporda da belirtildiği üzere film dağıtım ağını kontrol eden söz konusu şirketler; sinema salon sahiplerine yüksek gişe garantili filmlerin gösterim hakkının yanında başka Hollywood filmlerini de paket şeklinde satın almaya ve göstermeye zorlamakta, hatta bilet fiyatlarının belirlenmesinde bile rol oynayabilmektedirler. Anti tekel ve anti tröst yasaların gevşek olduğu ya da en azından uygulayımının gevşek olduğu Türkiye gibi ülkelerde söz konusu eylemleri gerçekleştirmekten imtina etmeyen bu egemen film şirketleri, ABD gibi kuralların daha sıkı bir biçimde uygulandığı bir ülkede aynı hoyratlıklarını sergileyememektedirler. "Dağıtım cephesinde ABD hükümeti deniz aşırı film şirketleri vasıtasıyla tröst-benzeri davranış desteklerken, bunu ülke içinde yasaklar" (Miller, 2011, s. 177).

Türkiye'deki film dağıtımın irrasyonelliğine ilişkin son örnek Umut Sanat adlı film yapım ve dağıtım şirketinin kendi ithal ettiği filmin dağıtımını bile Warner Bros. Türkiye'ye emanet etmesidir. Umut Sanat firması "Adı geçen şirket yetkilileri tarafından, Türkiye dağıtım haklarına sahip oldukları ve çok yüksek hasılat yapan bir filmin dağıtımını, kendilerinin de dağıtım faaliyetleri olmasına rağmen, WB'ye verdikleri ifade edilmiş, genel olarak hasılat beklentisi yüksek olan ticari filmlerin dağıtımında WB veya UIP gibi dağıtım şirketlerini tercih ettikleri dile getirilmiştir" (Rekabet Kurumu, 2007). Bunun sebebi, Warner Bros. Türkiye ve UIP Türkiye'nin birbirleri ve salon sahipleri ile yaptıkları açık ve örtük anlaşmalardır. "Yabancı dağıtımcıların uluslararası yapısı ve Hollywood yapımcıları ile organik ilişkileri, programlarını hazırlarken Hollywood filmlerine öncelik vermelerini gerektirir" (Çetin Erus, 2007, s. 12). Burada Hollywood şirketlerinin hegemonik yapısından bahsederken, tekelleşmenin ikili yapısı kast edilmektedir. Söz konusu şirketler hem dikey hem de yatay olarak tekelleşmiş ve bu şekilde piyasanın tüm veçhelerini kontrol edebilmişlerdir. "Amerikan filmleri büyük film şirketleri kendi dağıtım şirketlerine, çok salonlu sinemalara, video zincirlerine ve televizyon istasyonlarına sahip olduğu için uluslararası düzeyde çok kolay bir şekilde dolaşımdadır. Birlikte her şeyi kapatıyorlar ve önlenemez bir büyüklüğü oluşturuyorlar" (Leslie, 2011, s. 57).

KenDa'nın Kuruluşu ve Faaliyetleri

Yukarıda belirtildiği üzere üç şirketin (Warner Bros. Türkiye, UIP Türkiye ve 20th Century Fox'un filmlerini dağıtan Özen Film) Türkiye'deki film dağıtımının büyük bir bölümünü gerçekleştirdiği pazar yapısı içinde, bu şirketlere hasılatın % 15'i gibi bir oranı vermek istemeyen yapım şirketleri 5 Ekim 2004 tarihinde (Firma Rehberi Kenda Film Dağıtım Şirketi, 2023) bir araya gelerek KenDa (kendin dağıt) isimli dağıtım şirketini kurdular. Daha sonra Kore menşeli Mars Entertainment'a satılacak olan sinema salonu zinciri AFM, Sinan Çetin'in sahibi olduğu yapım şirketi Plato, Necati Akpınar ve Yılmaz Erdoğan tarafından kurulan ve Türkiye'nin en büyük yapım şirketlerinden biri olan BKM ve bir reklam ve pazarlama şirketi olan Energy Media'nun işbirliği neticesinde kurulan KenDa, ilk yılında yalnızca üç adet film ithal etmiş ve dağıtımını gerçekleştirmiştir.

- 1 *Sky Captain ve Yarının Dünyası*
(Sky Captain and the World of Tomorrow, 2004)
- 2 *Tesadüfler* (I Heart Huckabees, 2004)
- 3 *Yanlış Hesap* (Intermission, 2004)

Tablo 1 KenDa'nın 2004 yılında dağıtımını üstlendiği filmler

Yılmaz Erdoğan, şirketin nev-i şahsına münhasır ismine ilişkin olarak bilimsel bir etkinlikte şunları ifade etmiştir:

“Şimdi biz kendi dağıtım şirketimizi de kurduk. Ben bir de dağıtımçıyım, onu hiç söylemiyorsunuz! Aynı zamanda, Kenda, o isim de bana ait, ‘kendin dağıt’ manasında. Herkes onun şiiresel olduğunu düşünüyor, ne demek diyor, kendin dağıt. Elin Amerikası değil, sen kendin dağıt anlamında” (Sarıkartal, 2008, s. 185).

2005 yılı ise KenDa için hem nitelikli sanat filmlerinin hem de gişe canavarı yerli filmlerin dağıtım noktasında ileri yönde ivme kazandıkları söylenebilir. Fakat yine de bir yılda 10 adet filmin dağıtımını, daha önce de belirtildiği gibi, bir dağıtım şirketini ayakta tutabilecek rakamlar değildir. Şirketin kurucularından Selay Tozkoparan (Energy Media), konuya ilişkin olarak “Yerli filmleri dağıtmak için Warner Şirketine komisyon verilmek zorundaydı ve şirket bu sayede büyük cirolar yapıyordu. BKM, Plato ve AFM sinemalarıyla ortaklaşa KENDA (kendin dağıt) adında bir dağıtım şirketi kurduk ve bir sene sonra Warner’ı geçtik” (Çobankent, 2008) ifadelerini kullanmıştır. Burada Tozkoparan’ın kast ettiği rakamlar gişe hasılatıdır. Şirketin 2005 yılında dağıtımını üstlendiği filmler Tablo-2’de sıralanmıştır:

- 1 *Votka Limon* (Vodka Lemon, 2005)
- 2 *Vahşet Çetesi* (The Devil's Rejects, 2005)
- 3 *Hayalet Sesler* (White Noise, 2005)
- 4 *Travma* (Trauma, 2005)
- 5 *Pardon* (2005)
- 6 *Kapı Komşusu* (Next Door, Naboer, 2005)
- 7 *Organize İşler* (2005)
- 8 *Evet* (Yes, 2005)

- 9 *Eyvah Yaş Otuz Beş* (Tout Pour Plaire, 2005)
- 10 *O Şimdi Mahkûm* (2005)

Tablo 2 KenDa'nın 2005 yılında dağıtımını üstlendiği filmler (KenDa Tüm Filmler, 2023).

2006 yılında da bir önceki yıla benzer bir tablo ortaya çıkmaktadır. *Kurtlar Vadisi: Irak* (Serdar Akar, 2006), *Hokkabaz* (Cem Yılmaz, Ali Taner Baltacı, 2006) ve *Beynelmilel* (Sırrı Süreyya Önder, Muharrem Gülmez, 2006) gibi bol gişeli yerli yapımların yanı sıra yönetmen ve oyuncu kadrosu iyi olmasına rağmen gişede başarılı olamamış birkaç yabancı filmin dağıtımını gerçekleştirilmiştir.

- 1 *Üç Sıradışı* (Saam gaang yi, Three... Extremes, 2006)
- 2 *Unutulmayanlar* (2006)
- 3 *Kurtlar Vadisi: Irak* (2006)
- 4 *Hokkabaz* (2006)
- 5 *Beynelmilel* (2006)
- 6 *Keloğlan Kara Prens'e Karşı* (2006)
- 7 *Hacivat Karagöz Neden Öldürüldü?* (2006)
- 8 *Korkuyorum Anne* (2006)

Tablo 3 KenDa'nın 2006 yılında dağıtımını üstlendiği filmler (KenDa Tüm Filmler, 2023).

Aşağıda yer alan Tablo-4'e bakıldığında 2007 yılında hem nicelik olarak hem de nitelik olarak KenDa'nın bir sıçrama yaptığı ileri sürülebilir.

- 1 *Mutluluk* (2007)
- 2 *Amerikalılar Karadeniz'de* 2 (2007)
- 3 *Mavi Gözlü Dev: Nazım Hikmet* (2007)
- 4 *Barda* (2007)
- 5 *Romantik* (2007)
- 6 *O Kadın* (2007)
- 7 *Adem'in Trenleri* (2007)
- 8 *Zincirbozan* (2007)

- 9 *Gomeda* (2007)
- 10 *Yumurta* (2007)
- 11 *Janjan* (2007)
- 12 *Cumhurbaşkanı Öteki Türkiye'de* (2007)
- 13 *Maradona: Tanrı'nın Eli* (Maradona: La Mano De Dios, 2007)
- 14 *İyi Seneler Londra* (2007)
- 15 *Yanlış Zaman Yolcuları* (2007)

Tablo 4 KenDa'nın 2007 yılında dağıtımını üstlendiği filmler (KenDa Tüm Filmler, 2023).

Geçmiş yılların iki katı filmin ithalatı ve dağıtımını gerçekleştirilmesine karşın bu rakamlar da KenDa'yı ayakta tutmaya yetmemiş ve bir sonraki yıl şirketin ortaklarından Selay Tozkoparan'ın yapımını üstlendiği *O. Çocukları* (Murat Saraçoğlu, 2008) dışında herhangi bir filmin dağıtımını yapmamış ve şirket ticari faaliyetlerine 2008 yılında son vermiştir. Sektör temsilcileri ile yapılan görüşmelere göre bir dağıtım şirketinin elindeki gücün dağıtımını üstlendiği film sayısına bağlı olduğu ve KenDa'nın dağıttığı film sayısı göz önüne alındığında ayakta kalmasının pek mümkün görünmediği ifade edilmiştir (Kurçenli ve Anter'den akt. Çetin Erus, 2007, s. 13).

Her yıl çekilen filmlere rakamsal olarak bakıldığında, Türk sinemasının 2000'li yıllar boyunca yapım alanında oldukça yol kat ettiğini ve Türk seyircisinin de yerli filmlere daha fazla rağbet ettiğini söylemek mümkündür. Fakat dağıtım ve gösterim alanları git gide belirli yabancı sermaye odaklarının kontrolüne geçmiştir.

Sektörel Dağılımın Şimdiki Durumu

Şu anda film dağıtımının çok büyük bir çoğunluğu dört yabancı şirket tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu şirketlerden CJ ENM ve CGV Mars Dağıtım Kore menşeli CGV Entertainment'a aittir. Dağıtımda diğer önemli pay sahibi şirketler Amerikan menşeli UIP Türkiye ve Warner Bros. Türkiye'dir. 2022 yılında CJ ENM ve CGV Mars Dağıtım'ın pazar payı oranı % 46 seviyesindedir. UIP Türkiye'nin % 33 ve Warner Bros. Türkiye'nin ise toplam hasıllardan aldığı pay % 12'dir (Box Office Dağıtımcılar, 2023). Warner Bros. Türkiye, 2023 başı itibariyle film dağıtım faaliyetlerini sonlandıracağını ve yapımı ile ithalatını gerçekleştireceği filmlerinin dağıtımını için TME Films ile anlaşacağını duyurmuştur (Bir devrin sonu, 2023). TME Films ayrıca bir başka film yapım devi Sony'nin filmlerinin de dağıtımını için anlaşmaya varmıştır (Kırşavoğlu, 2023). Yerli filmler açısından söz konusu gelişmeler elbette kaygı verici olarak nitelenebilir. Vizyona girse gişe başarısı göstereceği garanti olan *Recep İvedik 7* (Togan Gökbakar, 2022), *Bursa Bülbülü* (Hakan Algül, 2023) ve *Yılbaşı Gecesi* (Ozan Açıktan, 2022) gibi birçok yerli yapımın vizyona girmeden dijital platformlarda yayınlanması durumunun vahametini gözler önüne sermektedir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Türkiye’de sinema sektörü belirli yapısal, sektörel ve kurumsal nedenlerle endüstrileşmemiştir. Ama yine de geçen yıllar içinde, seyircinin yerli filmlere gösterdiği teveccühünün de etkisiyle bazı sektörel -kendine has- teamüller meydana gelmiştir. Bunlardan en önemlisi kuşkusuz, Yeşilçam’ın kendine has dağıtım biçimi olan bölge işletmeciliği sistemidir. Yeşilçam sinemasını oluşturan olumlu ve olumsuz birçok karakteristiğın sebebi bizzat bu söz konusu dağıtım mekanizmasıdır. Bu mekanizma 1980’li yıllara kadar birkaç kriz neticesinde sınanmış ve sonunda 1990 yılı itibariyle, dönemin hükümet politikaları sonunda sonlanmıştır. Yeni liberalleşme dalgası, yerli sinema sektörünü onulmaz bir üretim ve dağıtım krizine sokmuştur. Geçmiş yıllara oranla çekilen yerli film sayısı düşmüş ve bu az sayıdaki yerli filmlerin de çok azı sinema salonlarında gösterim şansı bulmuştur. Dağıtım ve gösterimi yavaş yavaş kontrol eden yabancı menşeli film şirketleri, yapımını ve/veya ithalatını üstlendikleri -çoğunluğu Hollywood filmlerinden teşekkül- filmleri Türk seyircisine dayatmışlar ve sonunda seyircinin film algılayışını, tercihlerini ve beklentilerini değiştirmişlerdir. Bu da 2000’li yıllarda çekilen gişe canavarı yerli yapımların doğmasının göz ardı edilen sebeplerinden biridir.

Yerli filmlerin tekrardan sinema salonlarında baskın olmaya başladığı 2000’li yıllarda, başarılı yapımlara imza atmış bazı film yapımcısı ve yatırımcısı şirketler, dağıtım ile ilgili bazı maddi sorunları aşmak için kendi dağıtım şirketlerini kurmuşlardır. Yabancı dağıtım şirketlerine komisyon vermektan kaçınmak gibi basit ve anlaşılır bir motivasyondan hareketle hem kendi çektikleri filmleri, hem başka yerli yapımları, hem de ithal ettikleri kaliteli yabancı yapımları dağıtmayı amaçlayan KenDa (kendin dağıt) adlı şirket, arzu edilen ekonomik kapasiteye kavuşamaması nedeniyle kısa sürede iktisadi faaliyetlerine son vermek zorunda kalmıştır. Geline nokta yabancı dağıtım şirketleri, özellikle Kore menşeli Mars Dağıtım’ın sektördeki dominasyonun da etkisiyle, yerli film dağıtım alanının hemen hemen tamamını kontrol etmektedirler. Yerli filmlerin talep ettikleri dağıtım olanaklarını Türkiye’deki salonlarda bulmaları zorlaşınca -ki salonların da büyük bir bölümü yabancı menşeli sinema salonu zincirlerinin tekelindedir- çareyi çevrimiçi film platformlarında bulmuşlardır. Sonuç olarak Türk sineması, 1990’lı yıllarda yaşadığı ekonomik krizin bir benzeri ile karşı karşıyadır. Tıpkı 1990’lı yıllarda olduğu gibi şimdi de yerli filmler salonlarda gösterim şansı bulamamaktadırlar. O zaman ile şimdi arasındaki tek fark söz konusu platformlardır. Sanat filmleri MUBI ve Blu TV gibi mecralarda, popüler filmler ise Netflix ve Disney Plus gibi mecralarda seyirciyle buluşabilmekte, bu da sektörde üretimin ağır aksak da olsa sürmesini sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

Abisel, N. (1994). *Türk Sineması Üzerine Yazılar* (1. Baskı). Ankara: İmge.

Bir devrin sonu (17 Ocak 2023). Milliyet. <https://www.milliyet.com.tr/kultur-sanat/bir-devrin-sonu-6888961>

Box Office Dağıtımçılar (17 Mayıs 2023). Box Office Türkiye. <https://boxofficeturkiye.com/dagitimcilar/2022>

Çetin Erus, Z. (2007). Film Endüstrisi ve Dağıtım: 1990 Sonrası Türk Sinemasında Dağıtım Sektörü. *Selçuk İletişim Dergisi*, 4 (4), 5-16.

- Çobankent, Y. (28 Haziran 2008). "O... Çocukları" filminin yapımcısı Selay Tozkoparan, "Yapımcıyım ve benim dediğim olur" dedi. Hürriyet. <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/filmin-yapimcisiysam-benim-dedigim-olur-9291681>
- Demirel, F. (1996). Çocukluk Düşlerim. İçinde S. M. Dinçer (Hazırlayan), Türk Sineması Üzerine Düşünceler (ss. 149-154). Ankara: Doruk.
- Dorsay, A. (2005). *Sinemamızda Çöküş ve Rönesans Yılları* (2. Baskı). İstanbul: Remzi.
- Firma Rehberi Kenda Film Dağıtım Şirketi. (11 Mayıs 2023) <https://www.firmarehberi.tv.tr/kenda-film-yapim-dagitim-ticaret/adresi-telefon-numarasi.aspx>
- Gomery, D. (2011). Ekonomik ve Kurumsal Analiz: Tekelci Kapitalizm Olarak Hollywood. İçinde M. Wayne (Editör), Sinemayı Anlamak Marksist Perspektifler (ss. 157-169). Ankara: De Ki.
- Kalemci, R. A. & Özen, Ş. (2011). Türk Sinemacılık Sektöründe Kurumsal Değişim (1950-2006): Küreselleşmenin 'Sosyal Dışlama' Etkisi. *Amme İdaresi Dergisi*, 44 (1), 51-88.
- KenDa Tüm Filmler. (11 Mayıs 2023) <https://boxofficeturkiye.com/dagitimci/kenda-404/tum-filmler>
- Kirel, S. (2012). *Kültürel Çalışmalar ve Sinema* (2. Baskı). İstanbul: Kırmızı Kedi.
- Kırşavoğlu, G. (16 Mayıs 2022). TME Films, Sony Pictures Filmlerinin Yeni Türkiye Dağıtımıcısı!. <https://www.beyazperde.com/haberler/filmler/haberler-102068/>
- Leslie, E. (2011). Adorno, Benjamin, Brecht ve Sinema. İçinde M. Wayne (Editör), Sinemayı Anlamak Marksist Perspektifler (ss. 37-58). Ankara: De Ki.
- Miller, T. (2011). Hollywood, Kültür Politikası Kalesi. İçinde M. Wayne (Editör), Sinemayı Anlamak Marksist Perspektifler (ss. 171-182). Ankara: De Ki.
- Özen Film Kurumsal (21 Mayıs 2023). <https://www.ozenfilm.com.tr/kurumsal/>
- Özön, N. (1985). *Sinema Uygulayımı Sanatı Tarihi* (1. Baskı). İstanbul: Hil.
- Sarıkartal, Çetin (2008). Yapımcı Yönetmenler I. Bayrakdar, Deniz (Yayına Hazırlayan), Türk Film Araştırmalarında Yeni Yönelimler 7 Sinema ve Para (177-206). İstanbul: Bağlam.
- Singleton, R. S. (2004). *Amerikan Film Terimleri Sözlüğü* (1. Baskı). İstanbul: Es.
- Tunç, E. (2012). *Türk Sinemasının Ekonomik Yapısı* (1. Baskı). Ankara: Doruk.
- UIP Hakkında (16 Mayıs 2023). <https://www.uip.com.tr>