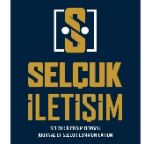


Yüksek Konsept Üretim Anlayışının Son Dönem Ana Akım Türk Sinemasına Etkileri

SELÇUK İLETİŞİM
DERGİSİ 2025;
18(1):238-270
doi:10.18094/josc.1482740



SEHER MİDİLLİ

ÖZ

Bu çalışmanın amacı ana akım sinemada bir üretim stratejisi olarak yaygınlık kazanan özellikle Hollywood sineması merkezli yüksek konseptin son dönem ana akım Türk sinemasına yansımalarını ve son dönem ana akım Türk sinemasındaki üretim biçimine etkilerini ortaya koymaktır. Yüksek konseptli filmler genel olarak ticari başarı beklentisi ile üretilmeleri; açık, kolay iletilen, kolay anlaşılabilir ve pazarlanabilir bir anlatı yapısına sahip olmaları, seyirci odaklı eğlencelik içerikler sunmaları; güncel, moda uygun temaları işlemeleri, yıldız oyunculara yer verilmesi ve yüksek bütçe ile üretilmiş olmaları gibi belirli özellikler taşımaktadır. Yüksek konsept üretim anlayışı; en önemli ana akım sinema örneklerinden biri olan Hollywood'un film üretim biçimine yön vermeye devam ederken ana akım Türk sinemasında da 2000'li yıllardan itibaren yüksek konsept ile üretilen filmlerin ağırlık kazandığı görülmektedir. Bu anlamıyla son dönem ana akım Türk sinemasında yüksek konseptin izleri görünür bir hal almıştır. Bu izlerin sürüleceği ve yüksek konsept üretim stratejisinin son dönem ana akım Türk sinemasını nasıl şekillendirdiğini ortaya koymayı hedefleyen çalışmada elde edilen veriler bir nitel araştırma yöntemi olan betimsel içerik analizinden yararlanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada Hollywood sinemasının film pratiklerini etkisi altına alan yüksek konsept üretim anlayışının son dönem ana akım Türk sinemasında üretilen içeriklerin belirlenmesinde temel bir strateji olarak başvurulduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Yüksek Konsept, Ana Akım Sinema, Hollywood, Türk Sineması, Film Türleri, Komedi Filmi, Devam Filmi

SEHER MİDİLLİ

Dr. Öğr. Üyesi

Marmara Üniversitesi

seher.midilli@marmara.edu.tr

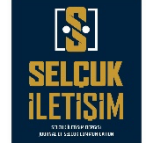
<https://orcid.org/0000-0003-2064-5562>

Geliş Tarihi: 12.05.2024 Kabul Tarihi: 22.10.2024 Yayın Tarihi: 15.04.2025

Atıf/Citatiton: Midilli, S. (2025). Yüksek konsept üretim anlayışının son dönem ana akım Türk sinemasına etkileri. *Selçuk İletişim*, 18(1), 238-270. <https://doi.org/10.18094/josc.1482740>

The Effects of High Concept on Recent Period Mainstream Turkish Cinema

JOURNAL OF SELÇUK
COMMUNICATION 2025;
18(1): 238-270
doi:10.18094/josc.1482740



SEHER MİDİLLİ

ABSTRACT

The aim of this study is to reveal the reflections of the high concept, which has become widespread as a production strategy in mainstream cinema, especially in Hollywood cinema, on recent mainstream Turkish cinema and its effects on the production style in recent mainstream Turkish cinema. High-concept films generally have certain characteristics such as being produced with the expectation of commercial success; having a clear, easily communicated, easily understood and marketable narrative structure; offering audience-oriented entertainment content; dealing with current, fashionable themes; featuring star actors; and being produced with a high budget. While the high concept production approach continues to shape the film production style of Hollywood, one of the most important examples of mainstream cinema, it is observed that films produced with the high concept have gained prominence in mainstream Turkish cinema since the 2000s. In this sense, the traces of high concept have become visible in recent mainstream Turkish cinema. In this study, which aims to trace these elements and reveal how the high concept production strategy has shaped the recent mainstream Turkish cinema, the data obtained was analyzed using descriptive content analysis, a qualitative research method. The study considers the high concept production approach, which has influenced the film practices of Hollywood cinema, as a basic strategy in determining the content produced in recent mainstream Turkish cinema.

Keywords: High Concept, Mainstream Film, Hollywood, Turkish Cinema, Film Genres, Comedy Movies, Sequel

SEHER MİDİLLİ

Asst. Prof. Dr.

Marmara University

seher.midilli@marmara.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-2064-5562>

Received: 12.05.2024 Accepted: 22.10.2024 Published: 15.04.2025

Atıf/Citatiton: Midilli, S. (2025). Yüksek konsept üretim anlayışının son dönem ana akım Türk sinemasına etkileri. *Selçuk İletişim*, 18(1), 238-270. <https://doi.org/10.18094/josc.1482740>

GİRİŞ

Dünya çapında yaşanan savaşlar, göçler ve devrimler gibi sosyolojik olayların etkisiyle, Avrupa'da film yapım faaliyetlerinde bir gerileme görülmüştür. Özellikle sinemanın icat edildiği ve Birinci Dünya Savaşı'na kadar önemli bir konumda bulunan Avrupa'da bu süreç daha belirgindir. Avrupa kıtasında film çalışmalarının duraksama noktasına gelmesi sinema faaliyetlerini sınırları dışında yürütme planı yapan Hollywood sineması için bir fırsat olarak değerlendirilmiştir. Hollywood sineması, endüstriyel gelişimini sinemanın icadından kısa süre içerisinde tamamlayarak dünya sinemasına egemen bir konum elde etmiştir. Bununla birlikte Hollywood'un bu süreçte çeşitli üretim stratejileri geliştirmesi de bu konumu elde etmesine önemli bir katkı sunmuştur (Atam, 2012, s. 20). Hollywood'un günümüzde dünya sinemasına egemen bir konum elde etmesinde güçlü bir pazarlama stratejisi geliştirmesinin önemli bir payı olduğu açıktır (Abisel, 1995, s. 42). Öyle ki bir filmin gişe başarısı elde etmesi başarılı bir pazarlama sürecinden geçmesi ile doğrudan ilişkilidir. Bu noktada film üretiminde doğru bir pazarlama politikası oluşturmak giderek daha yoğun bir biçimde önem kazanmaya başlamıştır.

Bir filmin üretilmesinde senaryo aşamasından filmin sinema salonunda seyirci ile buluşmasına kadar süregelen aşamalarda pek çok aktörün rolü olduğu bilinmektedir (Hunt, Marland, & Rawle, 2015, s. 98-99). Dolayısıyla sinemanın senaryonun hazırlanması, setin kurulması, çekimlerin ardından kurgunun ve montajın yapılması, tamamlanan filmin dağıtımının ve gösteriminin yapılması gibi pratikler düşünüldüğünde çok aşamalı bir sanat olduğu ortaya çıkmaktadır. Filmin üretim aşamasına çok sayıda üretim elemanının dahil olması sinemayı maliyetli, pahalı bir sanat formuna dönüştürmektedir. Film üretiminin yüksek giderler ile gerçekleşiyor olması film yapımcılarının filmin gösteriminden elde edilecek gişe gelirinin yüksek olması yönünde bir beklenti içine girmesine neden olmaktadır.

Ana akım sinemanın başlıca üretim stratejisi olan yüksek konseptli filmler üretmeye yoğunlaşması filmlerin geliştirilmesinden fiyatlandırılmasına, tutundurulmasından dağıtılmasına kadar tüm aşamaların planlı bir pazarlama etrafında gerçekleşmesini gerektirmektedir. Filmin seyirciye kolay iletilmesi ve seyirci tarafından kolay alımlanması filmlerin öncelikle yeni bir fikirden değil, bunun aksine seyircinin zihninde yer alan herhangi bir fikirden yola çıkılarak kurgulanmasına, yeniden üretilmesine bağlıdır (Erus, 2010, s. 128-129). Filme yerleştirilen her unsur seyircinin zihninde var olan

öğelere ulaşmayı hedeflemektedir (Erus, 2010, s. 130); bu unsurların ise o öğelerle bağlantılı olması filme 'kolay iletilebilme', 'kolay anlaşılabilme' özelliği kazandırma stratejisi olarak işlevselleşmektedir.

Ana akım sinemanın ticari başarı odaklı film üretim anlayışı çeşitli üretim stratejileri geliştirmesine yol açmıştır. Ticari başarı odaklı bu üretim anlayışı film yapımcılarını gişe gelirin olabilecek en yüksek noktaya ulaşmasını sağlayacak çeşitli formüller geliştirmeye yöneltmiştir. Gişe beklentisi ile ağırlıklı olarak eğlence içerikli komedi filmlerinin üretilmesi, gişe başarısı gösteren bir filmin hikayesinin devam filmleri aracılığıyla sürdürülmesi, dünya çapında çok okunan bir edebiyat eserinin (roman, hikâye, öykü vb.), geniş bir seyirci kitlesine sahip olmuş bir tiyatro eserinin veya bir televizyon dizisinin sinemaya uyarlanması, tanınmış kişilerin yaşam öykülerinin konu edildiği biyografik filmler üretilmesi, üretildiği ülkede seyirci tarafından beğeniyle karşılanmış bir filmin yeniden çekiminin yapılması ve son olarak filmde yıldız oyunculara yer verilmesi gibi çeşitli formüller ticari başarı elde etmeye yönelik geliştirilen stratejinin bir parçası olarak ortaya çıkmaktadır (Abisel, 1995, s. 42-43). Bu ticari başarı odaklı stratejilerin ana akım sinemaya yön veren genel bir eğilime dönüştüğü ayrıca dikkat çekmektedir.

Hollywood'un merkezinde olduğu ana akım sinemada bir film üretim stratejisi olarak ortaya çıkan yüksek konsept diğer ülke sinemalarına da ilham vermiştir. Diğer ülke sinemalarında yüksek konsept ile film üretimi özellikle son dönemlerde ağırlık kazanmıştır. Bu anlamda çalışmanın amacı yüksek konsept üretim stratejisinin son dönem Türk sinemasını nasıl etkilediği, bu üretim anlayışının üretim boyutunda Türk sinemasına nasıl yön verdiğini ortaya koymaktır. Çalışmanın temel hipotezi yüksek konsept üretim anlayışının son dönem ana akım Türk sinemasının üretim sürecini domine ettiği ve bu sürece yön verdiğidir. Hipotezin test edilmesine yönelik olarak çalışmada ortaya konulan araştırma soruları şu şekildedir:

- Son dönem ana akım Türk sinemasında yıllara göre üretilen filmlerin seyirci sayıları nedir?
- Son dönem ana akım Türk sinemasında yıllara göre üretilen filmlerin toplam gişe hasılatı nedir?
- Son dönem ana akım Türk sinemasında üretilen filmler hangi türlere aittir?
- Yüksek konseptin son dönem ana akım Türk sinemasında anlatıya ve estetik görünüme etkileri nelerdir?

Bu aşamada araştırma sorularına cevap bulmaya yönelik olarak uygun kaynaklardan veri elde etme sürecine geçilecektir. Son dönem ana akım Türk sinemasında üretilen filmlerin sayılarına, seyirci sayılarına ve toplam gişe hasılatına ulaşma noktasında en uygun kaynak Box Office Türkiye web sitesidir. Box Office Türkiye internet sitesi üzerinden 1997-2023 yılları arasında üretilen ana akım Türk filmleri doküman analizi yönteminden yararlanılarak ortaya koyulmuştur. Belgesel tarama olarak da bilinen doküman analizi yönteminde mevcut kayıt ve belgeler incelenerek bir veriye ulaşılması söz konusudur. Doküman analizi yöntemi ile belli bir amaç doğrultusunda kaynak taraması yapılmakta, ulaşılan kaynakların okumasının ardından not alma ve değerlendirme süreçleri gelmektedir (Sak, Şahin Sak, Öneren Şendil, & Nas, 2021, s. 230). Doküman analizi dahilinde Box Office Türkiye'nin internet sitesindeki mevcut kayıtlar incelenmiş, bu inceleme neticesinde veriler bir araya getirilmiştir. Doküman analizi çerçevesinde elde edilen veriler araştırmanın örnekleme dahilinde bir nitel araştırma yöntemi olan içerik analizi kullanılarak analiz edilmiştir.

Yönetmenliği Yavuz Turgul tarafından yapılan *Eşkîya* filmi 1996 yılında vizyona girmiş ve gösterimde kaldığı süre boyunca yoğun bir seyirci kitlesini sinema salonlarına çekmeyi başarmıştır. Türk sinemasında uzun süre devam eden durağanlığı sona erdiren *Eşkîya*, film üretiminin yeniden yükselişe geçmesinde ve Türk sinemasında 90'lı yılların sonlarından itibaren bir canlanma yaşanmasında milat olmuştur. Türk sinemasında o döneme kadar süren durağanlık *Eşkîya* filminin sinema salonlarına çekmiş olduğu seyirci ile yavaş yavaş son bulmaya başlamıştır (Erdoğan N. , 2001, s. 227). 1997 tarihi itibarıyla Türk sinemasında baş gösteren canlılık film üretim kapasitesinin her geçen yıl artmasıyla seyrini devam ettirmiştir (Suner, 2006, s. 34). Türk sinemasında canlanmaya ve yeni bir dönemin başlamasına neden olmasıyla (Erdoğan N. , 2001, s. 227) *Eşkîya* filmi Türk sinema tarihinde önemli bir yere oturmaktadır. Özellikle 2000'li yıllara gelindiğinde Türk sinemasında film üretimi anlamında yaşanan verimlilik ivmesinin yükselişi ve ana akım sinemada film üretim sayısının artışı dikkat çekici boyutlara ulaşmıştır. Bu doğrultuda çalışmanın zamansal aralığı olarak Türk sinema tarihinde 1997 yılından günümüze kadar geçen dönemi ifade etmek üzere kullanılan son dönem Türk sinemasının belirlenmesi bu dönemde yapılan film üretiminin geçmiş yıllardaki üretime göre ciddi düzeyde bir artış göstermesi ile ilişkilidir. Öte yandan çalışma evreninin tanımlanması noktasında 1997-2023 yılları arasına denk gelen dönemde üretilen ve vizyona giren ana akım yerli film sayısı ile ortaya çıkan çalışma evreninin büyüklüğü araştırmaya bir sınırlama getirme ihtiyacını da beraberinde getirmiştir. Bu anlamda Sistemik

Örnekleme Modeli'nden yararlanarak çalışmanın evrenini oluşturan birimler arasında sistemli ve anlamlı bir biçimde örneklem belirlenmiştir. Sistematik Örnekleme Modeli araştırma evreninin büyük olması durumunda sıklıkla kullanılan bir örnekleme modelidir. Bu örneklem modeli ile belirli bir sistematığe dayanarak araştırma evreni içerisinde belirli aralıklarla atlayarak örneklemi oluşturacak birimler belirlenir (Kılıç, 2013, s. 45) ve örneklemin çerçevesi ortaya çıkarılır. Bu modele göre ilk rakam/ilk öge rastgele seçilir; sonrasında gelen rakamlar/öğeler sistemin belirlediği şekilde ortaya çıkar. Örneklem aralığı, araştırma evrenindeki eleman sayısının örneklemden elde edilen eleman sayısına bölünmesi ile elde edilmektedir (Baltacı, 2018, s. 240-241). Buna göre araştırma evreninin birimlerini oluşturan 1997-2023 yılları arasındaki 27 yıl, örneklemi oluşturacak yıl sayısı olan 9'a bölünür ($27/9=3$) ve örneklem aralığı belirlenir. 1 ile 3 aralığındaki rakamlardan 2 rakamı rastgele seçilir. Bu seçime göre araştırma evreninden örneklem olarak belirlenen yıllar 1998, 2001, 2004, 2007, 2010, 2013, 2016, 2019 ve 2022 yıllarıdır. Bu belirlemeye göre çalışmanın örneklemini 1998, 2001, 2004, 2007, 2010, 2013, 2016, 2019 ve 2022 yıllarında üretilen ana akım Türk filmleri oluşturmaktadır. Box Office Türkiye web sitesi üzerinden belirlenen yıllarda üretilen ve vizyona giren ana akım Türk filmleri, filmlerin toplam sayısı ve türlerine ilişkin veriler alınarak kronolojik biçimde sıralanmıştır. Sistematik Örnekleme Modeli dahilinde elde edilen veriler bir nitel araştırma yöntemi olan betimsel içerik analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Bir araştırmada çalışma evreninin büyük olması çalışma kapsamına belli bir sınırlama getirilmesini gerektirmektedir. Çalışma evreninin yirmi yedi yıllık bir dönemi içermesi ile çalışmanın sınırlılıklarını aşan bir noktada olması nedeniyle bu evren içerisinde Sistematik Örnekleme Modeli ile örnek birimler seçilmiştir. Örneklem dışında kalan yılların ortaya koyduğu veriler ile örneklemden elde edilen veriler paralellik gösterdiğinden bu kısıtlama örneklemin evreni temsil etme olasılığı üzerinde negatif bir etki oluşturmamaktadır.

Doküman analizi yöntemi ışığında elde edilen veriler; betimsel içerik analiz yöntemi ile düzenlenmiş ve araştırma sorularından, araştırmanın kavramsal çerçevesinden yola çıkılarak yorumlanmış ve okuyucuya sunulmuştur. Bu çalışmada betimsel içerik analizi yöntemi kullanılmış ve verilerin düzenlenmesi ile yorumlanması dört aşamada gerçekleştirilmiştir: betimsel analiz için bir çerçeve oluşturulması, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve son olarak bulguların yorumlanması (Karataş, 2015, s. 73). Çalışmanın varsayımlarından hareketle, Türk sinemasında yüksek konsept üretim stratejisinin yansımalarını ortaya koymak amacıyla komedi türünde üretilen filmler, devam filmleri, yeniden çekim/uyarlama filmler, tarihi ve biyografik filmler ile diğer filmler

olmak üzere elde edilen veriler sınıflandırılmış ve bu başlıklar altında değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında doküman analizi ve betimsel analiz yöntemi bir arada kullanılmış; Türk sinemasında yüksek konsept stratejisinin etki alanı her iki yöntemden yararlanılarak incelenmiştir.

YÜKSEK KONSEPTİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ VE ORTAYA ÇIKIŞI

Yüksek konsept ana akım sinemada sıklıkla kullanılan, özellikle Hollywood'un film üretim biçimini etkisi altına alan bir kavramdır. Kavram ilk defa 1970'lerin başında ABC televizyonunda program yöneticisi olarak görev yaptığı sırada Barry Diller tarafından kullanılmıştır (Wyatt, 1994, s. 8). Seyircinin ilgisini çekecek daha fazla hikâyeye ihtiyaç duyan Diller otuz saniyelik reklamlar içerisinde yer alan, bir cümle ile özetlenebilecek, tek cümle ile kendini seyirciye satın alıracak projelerin peşine düşmüştür. Bu strateji ile Diller, dikkat çekici bir temaya sahip televizyon projelerinin ön plana çıkmasını sağlamıştır. Bu doğrultuda seyircinin pazarlanabilir bir tema ve olay örgüsüne olan talebi yüksek konsept kavramı ile ilişkilendirilmiştir (Wyatt, 1994, s. 8). Walt Disney Company (1984-2005) ve Paramount Pictures (1976-1984)'a başkanlık eden Michael Eisner yüksek konsepti bir projenin orijinalliğini kısaca aktarabilecek bir fikri ima etmek üzere kullanarak; film yapımcısı Peter Guber ise yüksek konsepti fikrin benzersizliğini vurgulamaktan ziyade açık, kolay iletilen ve kolay anlaşılan bir anlatı formu olarak kullanarak kavramın gelişimine katkıda bulunmuşlardır (Wyatt, 1994, s. 8).

Başlangıçta televizyon yapımları için kullanılan yüksek konsept (high concept) kavramı, zamanla gişe başarısı elde eden ve dünya çapında geniş bir seyirci kitlesini sinema salonlarına çekmeyi başaran ana akım sinema filmlerini tanımlamak üzere kullanılmaya başlanmıştır. Bu filmler, bu bağlamda ayrıcalıklı bir konuma sahip olmuştur. Ana akım sinemanın, filmi bir sanat yapıtı olmanın ötesinde ticari bir meta olarak gören yaklaşımının çıkış noktası olan yüksek konsept, ana akım sinema filmlerinin daha fazla seyirciye ulaşmasını ve daha kolay pazarlanmasını sağlamak için kullanılan bir anlayışı ifade etmektedir (Erus, 2010, s. 128). Bu anlamda yüksek konseptli filmler özellikle film stüdyolarının gişede yüksek gelir elde etme motivasyonu ile ilgi gösterdikleri ticari projeler olarak tanımlanmaktadır. Bunun yanı sıra yüksek konseptli bir film, filmin ürün ve ürünler topluluğu olarak alınıp, salona hedef seyirciyi çekecek yönlerinin öne çıkartılması ve/veya hedef seyircinin salona gelmesi için filmde yapılan değişikliklere açık bir film yapım türü olarak tanımlanmaktadır (Gürkan, 2014, s. 67).

Yüksek konsept kavramı günümüzde ana akım sinemanın film üretim biçimini en fazla şekillendiren kavramlardan biridir. Yüksek konsept kavramı filmin hikayesinin bir veya iki cümle ile kısaca ifade edilebilecek aynı zamanda seyircinin hemen ilgisini çekecek ve bunun yanı sıra benzersiz, özgün ve seyirciyi şaşırtırken gülümsetecek kadar güçlü olması gerektiği anlamını taşımaktadır. Yüksek konseptli bir filmin hikayesinin heyecan verici olması filmin daha kolay pazarlanabilmesi ve seyircinin ilgisinin çekilmesi bakımından önem taşımaktadır (Tobin, 2000, s. 154). Yüksek konseptli olması için bir filmin hikayesinin bir cümle ile özetlenebilmesinin yanı sıra bu özetle birlikte seyircinin filme dair net bir fikir edinebilmesi gerekmektedir. Filme ilişkin ana fikrin kısa bir biçimde özetlenebilir olması henüz fikir aşamasındaki filmin senaryosuna karşı yapımcıda olumlu bir izlenim oluşması noktasında önem taşımaktadır. Bu bağlamda, yüksek konseptli filmleri farklı bir zemine oturtan unsur, bu filmlerde vurgulanan biçimin pazarlama stratejileriyle bütünleşmesidir.

YÜKSEK KONSEPTİN ANA AKIM SİNEMADAKİ ETKİ ALANI

Yüksek konsept, İkinci Dünya Savaşı sonrası Hollywood sinemasında gelişen bir film üretim anlayışı, stratejisi olarak düşünülebilmektedir (Wyatt, 1994). Daha spesifik olarak, yüksek konsept, Hollywood sinemasının klasik sinema ile güçlü bağları devam eden ancak diğer yandan film yapım-dağıtım-gösterim aşamaları bir bütün olarak düşünüldüğünde belli başlı farklılıkların ortaya çıktığı önemli sapmalara, değişimlere sahip bir üslup olarak tasarlanmıştır. Yüksek konsept, film endüstrisinin birleşmesi ve televizyonun yükselişi, yeni pazarlama yöntemleri ve dağıtım stratejileri de dahil olmak üzere film yapımında ekonomi temelli değişimler ekseninde klasik Hollywood modelinin özelliklerini önemli ölçüde genişletmiş ve değiştirmiştir (Wyatt, 1994, s. 16).

Bu üretim anlayışının bir parçası olarak yapımcılar ürettikleri filmde yüksek kar elde edebilmek amacıyla, daha önce yazdığı senaryosu gişe başarısı elde etmiş bir senaristle veya daha önce yönettiği filmi gişede beklenen başarıyı elde etmiş bir yönetmenle çalışmayı tercih etmektedir. Bir yapımcının filminden kar elde edebilmesi ise öncelikle filminin pazarlanabilir olması ile ilişkilidir. Bu anlamıyla yapımcının tercihi genellikle yüksek konsept özelliği gösteren ve daha kolay biçimde pazarlayabileceği bir senaryo ile yola çıkmaktan yana olmaktadır. Bu anlamda pazarlanabilirlik yüksek konsept olarak değerlendirilecek bir filmin en temel karakteristiğini oluşturmaktadır. Yüksek konsept kavramı için Diller, Eisner ve Guber'in ortak olarak ortaya koydukları 'kolay iletilebilir, kolay özetlenebilir' özelliklerinin

yanı sıra bir projenin yüksek konsept olarak nitelendirilebilmesi için 'kolay pazarlanabilme' özelliğini de taşıyor olması gerekmektedir (Wyatt, 1994, s. 8-9).

Yüksek konsepti üretim stratejisi olarak benimseyen yapımcıların özellikle komedi filmlerinin üretimine yoğunlaştığı görülmektedir. Bu yoğunlaşmanın ana nedeni komedi türündeki filmlerin pazarlanabilirliğinin yüksek olmasıdır. Seyirciye gerçek dünyadan uzaklaşması için eğlencelik bir kaçış alanı sunan komedi filmleri geniş bir sinema kitlesini salonlara çekmek için ideal bir tür olarak karşımıza çıkmaktadır. Filmin finansmanını sağlayan yapımcıların kitlesel seyirci açısından en iyi eğlence araçlarından biri olan komediye yönelmesinin sinema salonlarına daha fazla seyirci çekerek gişe gelirini artırma amacına yönelik olduğunu söylemek mümkündür. Bu noktada gişe geliri bağlamında daha az riskli bir girişimde bulunma düşüncesinde olan yapımcının dikkati komedi türünün geniş kitlelere hitap eden bir tür olarak sinema salonlarına daha fazla sayıda seyirci çekebilme potansiyeli taşıması üzerine yoğunlaşmaktadır (Miyamoto, 2024). Zira yüksek konseptli komedilerin pazarlanması kolaydır ve komedi daha evrensel, daha erişilebilir bir türdür.

Ana akım sinema bir üretim stratejisi olarak film üretim maliyetlerinin en aza indirilmesi ve gişe gelirinin en üst düzeye çıkarılması yoluyla ekonomik bir yönelime sahiptir. Bu nedenle yüksek konsept ve ekonomi arasında güçlü bir bağlantı olduğundan söz etmek mümkündür; bu bağlantının da yüksek konseptli filmlerin üretilen en piyasa odaklı film türü olarak kabul görmesi ile ilgisi bulunmaktadır. Wyatt, yüksek konsept ve ekonomi arasındaki bu ilişkiyi iki farklı biçimde kavramsallaştırmaktadır: İlk olarak Douglas Gomery ve Robert Allen'ın düşüncesinden hareketle film endüstrisindeki üretim uygulamalarının Hollywood'un endüstriyel yapısındaki değişimlerden etkilendiğini ortaya koymaktadır. Her üretim biçiminin kendi üretim uygulamalarını inşa ettiği gibi tarihsel olarak gelişen normatif kavramlar film yapımının görünümünde çeşitli değişimlerin yaşanmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda film üretim tarzının yüksek konsept olarak değişim ve gelişim gösterdiği görülmektedir. İkinci olarak ise ekonomi ve yüksek konsept arasındaki ilişkinin kilit noktasını pazarlama oluşturmaktadır. Yüksek konsept filmin pazarlanabilirliği ve dolayısıyla gişedeki ekonomik potansiyeli en üst düzeye çıkarmak amacıyla tasarlandığı düşüncesi bu çerçevede yer almaktadır. Hollywood, filmin pazarlanabilirliğini artırmak amacıyla çeşitli yollara da ayrıca başvurmaktadır (Wyatt, 1994, s. 15). Bu pazarlama stratejileri ayrıca çoğu zaman filmin önüne geçebilecek kadar etkili olmaktadır (Erus, 2010, s. 126).

Hollywood sinemasının temel hikâye anlatma biçimi olan klasik anlatı yapısında olay örgüsünün taşıdığı tüm detaylar görüntüler aracılığıyla izleyiciye sunulmaktadır. Seyirci henüz filmi izlemeden klasik anlatı yapısı sayesinde nasıl bir kurgusal anlatım ile karşılaşacağına ilişkin bir ön bilgiye sahip olmaktadır. Bunun yanı sıra seyirci Hollywood sinemasının klasik anlatısında 'iyiler'in ve 'kötüler'in kesin çizgilerle ayrıldığı ve bu noktada iyileri ödüllendiren, kötülerini ise cezalandıran bir anlatının kendisini beklediğini bilmektedir (Kirel, 2006, s. 62). Hollywood sinemasının izleyiciye sunduğu klasik anlatı yapısına sahip filmler seyirci için tanıdık bir anlatıyı sunması bakımından güvenli bir liman olduğu kadar film yapımcıları açısından da gişeden elde edeceği geliri riske atmamak bakımından yine güvenli bir liman olarak düşünülmektedir (Kapıcı & Uğur, 2019, s. 59). Bunun en önemli nedeni klasik dramatik bir anlatı ile kurgulanan filmlerin hazır bir seyirci kitlesine sahip olması ve bu kitlenin filmin sinema salonuna seyirciyi çekebilme yönünde elde edeceği başarıyı garanti ediyor olmasıdır. Bu anlamda Hollywood sinemasındaki yerleşik klasik anlatı yapısı yüksek konsept film üretim biçimini ve onun pazarlanabilir yapısını destekler bir nitelik taşımaktadır.

Film projesinde yıldız bir oyuncunun yer alması o filmin kolay pazarlanabilir olma özelliğini artırması bakımından yarar sağlamaktadır. Yıldız oyuncunun varlığıyla garanti ettiği gişe başarısı filme yine yüksek konsept özelliği kazandırmaktadır (Wyatt, 1994, s. 10-11). Örneğin, daha önce yer aldığı komedi filmleriyle belli bir hayran kitlesine ulaşmayı başaran Jim Carrey'nin, başka bir komedi filminde rol alması, onun önceki filmlerindeki başarısını tekrar edeceği şeklinde değerlendirilmektedir. Bu durum, yapımcılar açısından filmin gişe başarısı elde etme şansını artıran bir unsur olarak görülmektedir.

Yüksek konseptin ticari başarıya ulaşma bağlamında geliştirilen bir üretim stratejisi olması bu kapsamda üretilen projelerin ele aldıkları temaları bakımından popüler, moda ya uygun, güncel yakalayan içerikler üretme eğiliminde olmalarını da beraberinde getirmektedir (Wyatt, 1994, s. 12). Yüksek konsept üretim anlayışının bir parçası olarak orijinal projeler hazırlamak yerine daha önce ticari başarı elde edilen projelerin devam ettirilmesi söz konusu olmaktadır. Bu duruma film üretiminde yaratıcılığın kaybolmasına ve yeni fikirlerin gelişmemesine neden olması bakımından eleştirel yaklaşımlar da getirilmektedir (Wyatt, 1994, s. 13). Bununla birlikte, yüksek konsept bir filmin hikayesinin yalnızca özgün olması değil, aynı zamanda benzersiz olarak tanımlanabilecek kadar biricik ve tuhaf olarak nitelendirilmeyecek kadar akılcı bir fikirden yola çıkarak üretilmiş olması beklenmektedir. Bu noktada bir filmi yüksek konsept olarak değerlendirebilmek için en temel ölçütler genel hatlarıyla şu şekilde

sıralanabilir: ticari beklenti ve ticari başarı, açık, kolay iletilen, kolay anlaşılan ve pazarlanabilir bir anlatı, eğlencelik içerikler, güncel, moda uygun temalar, yıldız oyuncuların varlığı, yüksek bütçe ile üretim.

Film yapım şirketlerinin daha fazla seyirciyi sinema salonlarına çekebilmek ve gişede elde edecekleri geliri garanti altına almak noktasında filmin klasik anlatı yapısı ile sunulmasının dışında bir başka eğilim olarak devam filmlerine yöneldiği dikkat çekmektedir (Kapıcı & Uğur, 2019, s. 59). Devam filmlerine yönelik bu eğilim bütünüyle bir önceki filmde sağlanan ticari başarıyı devam ettirme arzusu taşımaktadır. Seyircinin bir önceki filmde sunulan olay örgüsüne ve karakterlere olan aşinalığını bir avantaj olarak kullanan devam filmleri seyircinin zihninde yarıda kalan, tamamlanmayan hikâyenin bir sonraki filmde tamamlanması için sinema salonuna davet etmektedir. Seyircinin bir sonraki filmde yeni olay örgüsünün nasıl gelişeceğine, maceranın nasıl devam edeceğine ve karakterlerin hangi yeni maceralara atılacağına ilişkin merakı cezbedilmektedir. Bu merak seyircinin zihninde filmde anlatılan olaylara ilişkin bir bütünlük sağlamak üzere canlı tutulmaktadır. Bu noktada devam filmleri önceki filmde sağlanan başarının gişede devam etmesi bakımından riski en aza indirmeyi amaçlamaktadır. Ticari kaygılar ekseninde gelişen bu düşünce yapısı sinemada yüksek konsept üretim stratejisinin etki alanının genişlemesine neden olmaktadır.

Devam filmleri gibi biyografik filmler de yine sinema salonlarına daha fazla seyirci çekebilmek amacıyla özellikle yapımcıların film üretiminde daha fazla yöneldikleri bir tür olarak dikkat çekmektedir. Biyografik filmler çoğunlukla bir yazarın, bir sporcunun, bir şarkıcının ya da topluma fayda üretmiş bir bilim insanının yaşamından yola çıkarak kurgulanan bir film türüdür. Bununla birlikte tanınmış bir kişinin yaşam öyküsünün sinema filmine konu edilmesi filmin seyirci çekme olasılığını artırmaktadır. Artan bu olasılık film yapım maliyetlerine karşılık yapımcının filmde elde edeceği geliri garanti altına almasını sağlayacak bir üretim stratejisi olarak belirmektedir. Hayatı filme alınan tanınmış kişinin hayran kitlesinin seyirci olarak filmi salonda izlemek üzere hazır bir kitle olarak değerlendirilmesi yapımcının ticari başarısını etkileyecek bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer yandan yaşam öyküsü sinemaya uyarlanacak tanınmış kişiyi filmde yıldız bir oyuncunun canlandırarak olması da yine yıldız oyuncunun hayran kitlesinin filmle buluşacak olması dolayısıyla belli bir seyirci kitlesini de garantileyen bir durum oluşturmaktadır. Ünlü bir hayatın filme uyarlanması ünlü kişilere ve onları oynayan yıldız oyunculara duyulan hayranlığın çifte etkisi nedeniyle, ticari olarak uygulanabilir olmaya da devam etmektedir (Cartmell & Polasek, 2020, s. 1-2).

Ana akım sinema ticari başarı elde etme maksadıyla film üretme noktasında komedi, biyografi gibi türlere ağırlıklı olarak yönelirken öyküyü çeşitli unsurlar etrafında kurmakta ve şekillendirmektedir: Bu unsurlar kahraman, kahramanın karakter kusuru, etkinleştirici koşullar, kahramanın rakibi, kahramanın müttefiki, kahramanın hayatını değiştiren olay (dönüm noktası), tehlike ve mutlu son olarak karşımıza çıkmaktadır (Tobin, 2000, s. 19). Bununla birlikte yüksek konsept bir filmin öyküsü belli bir şemaya uygun olarak akmaktadır: Öncelikle kahraman tanıtılır; kahramanın karakteristiği ortaya konduktan sonra kahramanın karakterinde yer alan kusura ve bu kusurun kahramanın hayatını nasıl şekillendirdiğine yer verilir. Bu kusura karşılık olarak kahramanın iyi özellikleri ön plana çıkarılır ve kahramanın yükselişini sağlayacak koşullar ortaya çıkarılır. Kahramanın rakibi ve müttefikinin tanıtılmasının ardından kahramanın hayatını değiştiren olay cereyan eder. Kahraman hayatını değiştiren bu olaya tepki verir ve rakibi de kahramanın bu tepkisel girişimine karşı çıkar. Bu noktada kahramanın kusurunu kapatmada müttefiki kahramana yardımcı olur; kahraman ve müttefiki yüzleşir ve kahraman müttefikine kusurundan ve nedeninden söz eder. Kahraman sonrasında bu kusurundan kurtulur, kusurunun üstesinden gelir. Kahraman rakibi ile karşılaştırılır ve sonuna kadar ona karşı savaşır (Tobin, 2000, s. 45-46). Yüksek konseptli filmlerde öykünün anlatımı kahraman, kahramanın müttefiki ve kahramanın rakibi etrafında gelişen olaylar dizisi bu temel şema üzerinden ilerlemektedir.

Sinema ortaya çıkışından günümüze kadar bir sanat formu olarak değer görmesinin yanı sıra ticari bir endüstri olma özelliği de göstermektedir. Bu ikilikte sinemanın sanatsal bir değer ortaya koyma çabasını sürdürdüğünü ortaya koyan Gunter (2018, s. 161), bununla birlikte film üretiminin ticari bir faaliyet alanı olduğunu da eklemektedir. Ticari bir faaliyet alanı oluşturması özellikle Hollywood sinemasında risk almaktan kaçınma, yeni projeler için gişe başarısı anlamında kendini ispatlamış/kanıtlamış yapımlara yönelme gibi eğilimleri ortaya çıkarmaktadır (Gündel, 2021, s. 1700). Bu yönelimin yalnızca Hollywood sinemasında görülmediği benzer bir yaklaşımın özellikle son yıllarda Türk sinemasında da karşılık bulduğu, son dönem ana akım Türk sinemasında da film üretiminin ticari risk almaktan kaçınma ile şekillendiği görülmektedir.

YÜKSEK KONSEPTİN SON DÖNEM ANA AKIM TÜRK SİNEMASINA ETKİLERİ

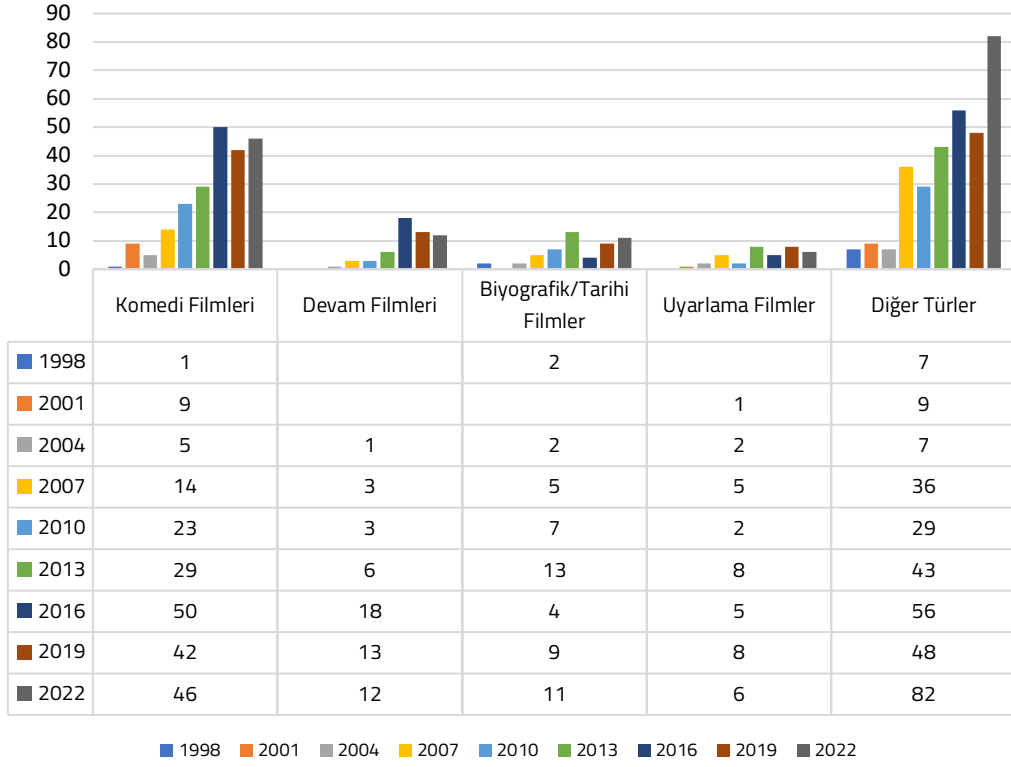
Yüksek konsept kavramı öncelikli olarak Amerikalı televizyon yapımcısı Barry Diller tarafından kullanılmıştır. Diller yüksek konsept kavramını ekonomik ve endüstriyel boyutları ile ele alırken Peter

Guber ve Jeffrey Katzenberg gibi diğer yapımcılar ise kavramı basit ve kolay anlaşılır anlatım biçimi olarak açıklamaktadır. Yüksek konsept kavramı öncelikle televizyonda ve film endüstrisinde kullanılan bir kavram olmuş; daha sonra ise özellikle yüksek gişe geliri elde eden ana akım sinema filmlerine işaret etmek üzere kullanım alanı bulmuştur. Bu anlamda yüksek konsept günümüzde daha ziyade ana akım sinema içerisinde ticari amaçlarla üretilen filmleri diğer türlerden ayırmak üzere kullanılmaktadır.

Yüksek konsept çağdaş film endüstrisi içerisinde ekonomik ve endüstriyel kalıplar etrafında şekillenen bir film yapım biçimi olarak düşünülmektedir. Sinemada yüksek konsept kavramı temel olarak iki ana unsura yaslanmaktadır: Bu unsurlardan ilki filmin tek bir cümle ile özetlenebilir ve pazarlanabilir yapıda olmasıdır. İkinci unsur ise daha önce gişe başarısı elde eden filmlerin referans noktası olarak seçilmesidir. İçerik olarak daha önce tutan ve seyircinin takdiri ile karşılanan gişe filmlerinden hareketle bir üretim planlaması yapmak gişe başarısını şansa bırakmamak adına önem taşımaktadır (Decherney, 2019, s. 143). Yüksek konsept stratejisi ile üretilen filmlerin genel özellikleri; ticari kâr amacıyla üretilmiş olmaları, filmlerden elde edilecek geliri ve daha fazla kitlenin ilgisini çekebilmek amacıyla yıldız oyuncuların yer alması, yüksek oranda reklam almaları ve son olarak pazarlama stratejileri ile çok sayıda salonda gösterime girmeleridir (Wyatt, 1994, s. 7-20). Tüm bu öğeler yüksek konsept stratejisi ile üretilen ticari filmlerin daha kolay biçimde pazarlanabilmesini sağlamaktadır (Erus, 2010, s. 130).

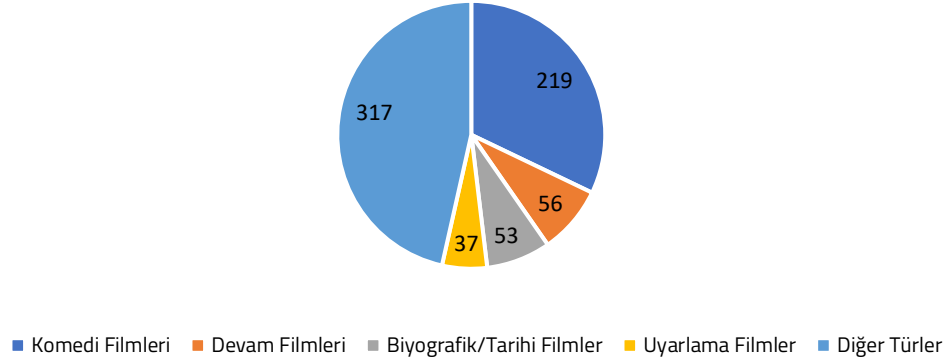
Ana akım sinemada ticari başarı beklentisi film üretiminin yüksek konsept stratejisi ekseninde şekil almasına yol açmaktadır. Küresel boyutlarda düşünüldüğünde bu stratejinin yüksek bütçeli film üretme kabiliyeti bakımından üstün bir konumda bulunan ve geniş bir dağıtım ağına sahip Hollywood sinemasında genel bir eğilim olarak yaygınlık gösterdiği görülmektedir. Bu bağlamda, Hollywood sinemasının ticari film üretimindeki başarısı ve bu filmlerden yüksek gişe geliri elde etme yeteneği, diğer ülke sinemalarına da örnek olmuş ve yüksek konseptli filmler üretme konusunda çeşitli girişimlerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Çalışmanın evrenini oluşturan Türk sinemasında da 90'lı yılların sonlarından itibaren gişede başarı elde eden filmlerin devam filmlerinin üretilmesi, bir tür olarak komedi filmlerinin sayısının artması ve daha fazla görünür olması, gişede başarı elde eden farklı ülke yapımlarının Türk sinemasında yeniden çekimlerinin yapılması, belli bir hayran kitlesine sahip olan televizyon projelerinin filme uyarlanması ve yıldız oyuncuların filmde yer alması gibi çeşitli izleklerin ağırlık kazandığı görülmektedir.

Grafik 1 1997-2023 Yılları Arasında Üretilen Ana Akım Türk Filmlerinin Türlerine Göre Üretilen Film Sayısı



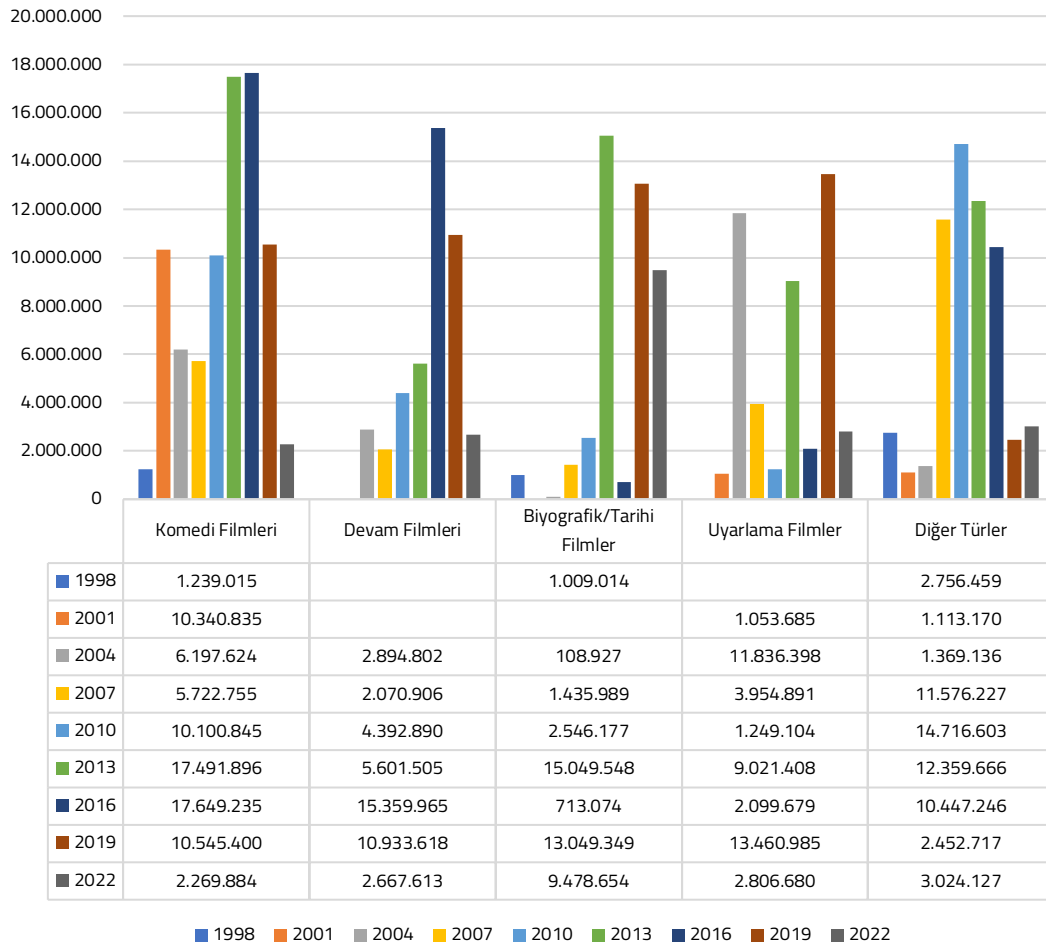
Box Office Türkiye internet sitesinden alınan veriler ışığında 1997-2023 yılları arasında ana akım Türk sinemasında üretilen filmlerin sayısı dikkate alındığında yüksek konsept ile üretilen komedi, devam, biyografi/tarihi ve uyarlama filmlerin sayısının diğer türler şeklinde kategorize edilen aile, dram, aksiyon, gerilim, korku, bilim kurgu, müzikal, macera ve fantastik türlerinin sayısının Grafik 1’de ortaya koyulduğu gibi daha fazla olduğu ortaya çıkmaktadır. Yüksek konsept ile üretilen komedi filmleri, devam filmleri, biyografik/tarihi filmler ve uyarlama filmlerin üretim sayısının 1997 yılından 2023 yılına kadar devamlı bir artış göstererek bir yükseliş eğilimi ortaya koyduğu da ayrıca dikkati çekmektedir. 2022 yılı verileri incelendiğinde diğer türler kategorisindeki film sayısının dikkate değer bir biçimde artış göstermesi 2020-2021 yıllarında dünya çapında yaşanan Covid-19 pandemi sürecinde sinema salonlarının kapanması ve üretilen filmlerin vizyona girişlerinin ertelenmesi ile doğrudan ilişkili olduğu görülmektedir (Erkılıç, Erkılıç, & Değirmen, 2021, s. 109).

Grafik 2 1997-2023 Yılları Arasında Üretilen Ana Akım Türk Filmlerinin Türlerine Göre Üretilen Film Sayısının Türlerine Göre Dağılımı



1997-2023 yılları arasından örneklem olarak seçilen 1998, 2001, 2004, 2007, 2010, 2013, 2016, 2019 ve 2022 yıllarında üretilen ana akım Türk filmlerinin sayısının türlerine göre dağılımına bakıldığında komedi filmlerinin sayısının 219, devam filmlerinin sayısının 56, biyografik/tarihi filmlerin sayısının 53, uyarlama filmlerin sayısının ise 37 olduğu görülmektedir. Buna karşılık olarak diğer türlerde üretilen filmlerin sayısının da 317 olduğu ortaya çıkmaktadır. Tüm filmlerin sayısı 682 olurken, yüksek konsept anlayışı ile üretilen filmlerin sayısı da 365 ulaşmaktadır. Örneklem dahilinde seçilen yıllara ilişkin sayısal veriler analiz edildiğinde tüm filmler içerisinde yüksek konsept ile üretilen filmlerin oranı % 53,51'ini oluştururken, diğer türler bu örneklem dahilinde yer alan üretimin % 46,48'ini oluşturmaktadır. Bu noktada Hollywood sineması başta olmak üzere ana akım sinemanın film üretim faaliyetlerine yön veren temel ticari eğilim olan yüksek konseptin Türk sinemasını da etkisi altına aldığı ortaya çıkmaktadır.

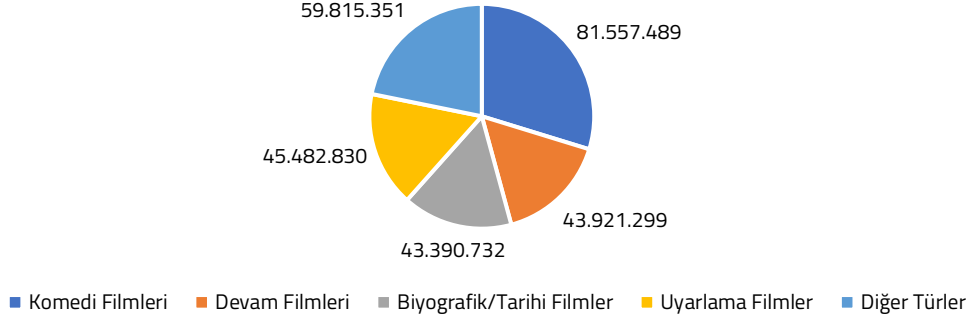
Grafik 3 1997-2023 Yılları Arasında Üretilen Ana Akım Türk Filmlerinin Türlerine Göre Toplam Seyirci Sayısı



Grafik 3'te yer alan 1997-2023 yılları arasında üretilen ana akım Türk filmlerinin türlerine göre toplam seyirci sayısına ilişkin yer alan veriler dikkate alındığında 1998, 2001, 2004, 2007, 2010, 2013, 2016, 2019 ve 2022 yıllarında filmlerin sinema salonlarına çektiği seyirci sayıları ortaya koyulmaktadır. Bu verilere göre söz konusu yıllarda komedi filmleri, devam filmleri, biyografik/tarihi filmler, uyarlama filmlere olarak kategorize edilen ve sinema salonlarında gösterime giren yüksek konseptli filmlerin seyirci sayısının diğer türler olarak kategorize edilen filmlerden yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır. Yüksek konseptli filmleri oluşturan komedi, devam, biyografik/tarihi ve uyarlama filmler karşısında yer alan diğer film türlerine göre sinema salonlarına daha fazla sayıda seyirci çekebilmiştir. Örneklem dahilinde yer alan yıllarda komedi filmlerini tercih eden seyirci sayısı 81.557.489; devam filmlerini tercih eden seyirci sayısı 43.921.299; biyografik/tarihi filmleri tercih eden seyirci sayısı 43.390.732; uyarlama filmleri tercih eden

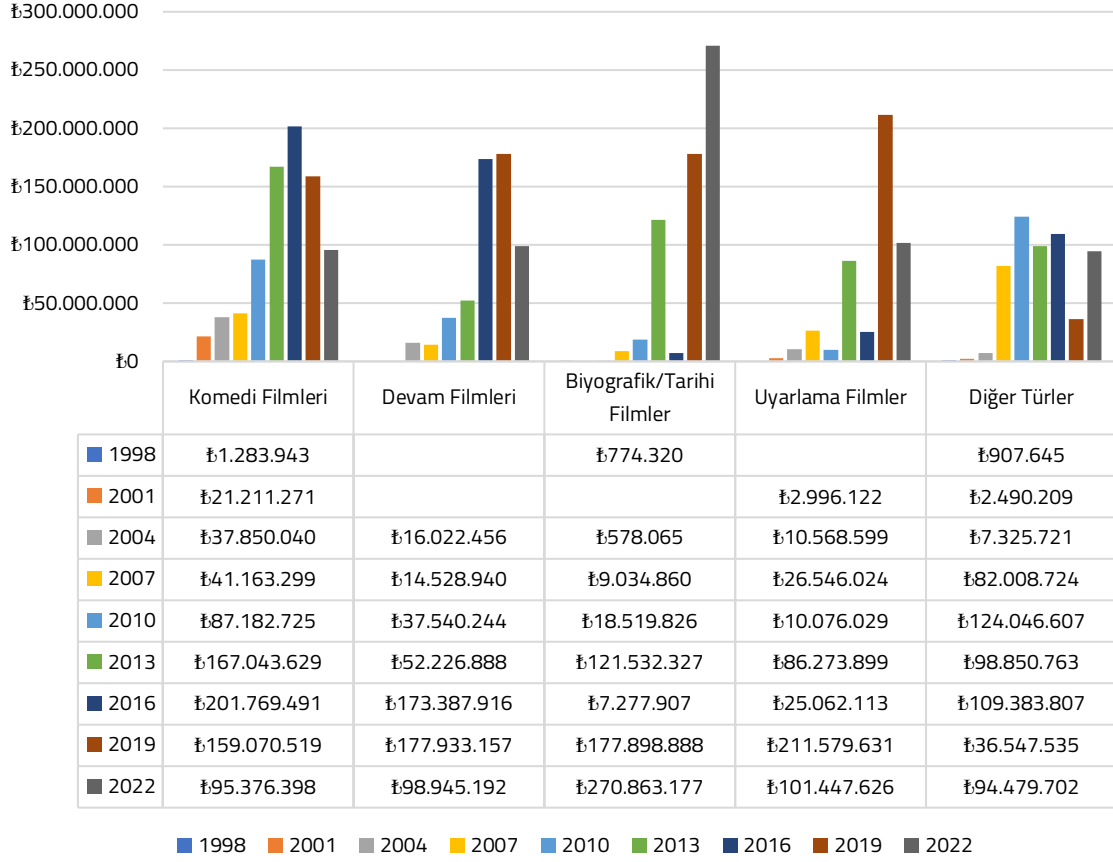
seyirci sayısı 45.482.830 ve son olarak diğer türdeki filmleri tercih eden seyirci sayısı ise 59.815.351 olmuştur.

Grafik 4 1997-2023 Yılları Arasında Üretilen Ana Akım Türk Filmlerinin Türlerine Göre Ulaştığı Toplam Seyirci Sayısının Dağılımı



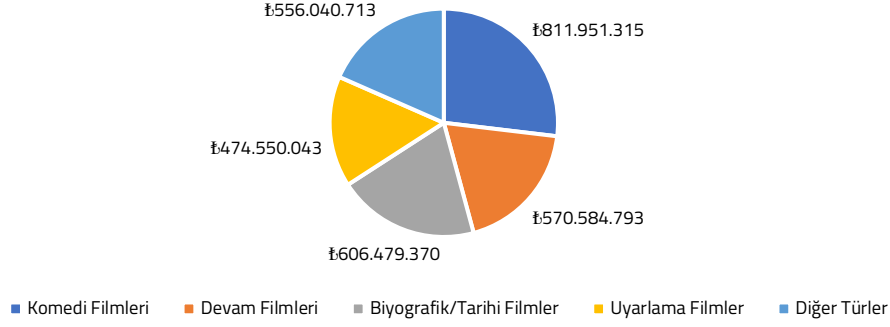
Bu bağlamda çalışmanın örneklemini dahilinde yer alan yıllarda yüksek konsept üretim anlayışı ile üretilen komedi filmleri, devam filmleri, biyografik/tarihi filmler, uyarlama filmlerin seyirci sayısı bu yıllarda ulaşılan toplam seyirci sayısının %78,18'ini oluşturmaktadır. Bu yıllarda üretilen diğer türlerdeki filmlerin seyirci sayısı ise söz konusu yıllarda sinema salonunda film izleyen toplam seyirci sayısının %21,81'ine tekabül etmektedir. Bu noktada ticari başarı odağıyla, daha fazla seyirci sayısına ulaşmak maksadıyla şekillenen bir üretim stratejisi olan yüksek konsept anlayışının bir parçası olarak üretilen filmler yüksek konsept kategorisinin dışında yer alan tüm türlerdeki filmlerden daha yüksek oranda seyirci sayısına ulaşmayı başardığı görülmektedir. Ticari başarı kaygısı ve gişe başarısı elde etme motivasyonu ile üretilmeleri ile komedi filmleri, devam filmleri, biyografik/tarihi filmler ve uyarlama filmler son dönem ana akım Türk sineması içerisinde ulaştıkları seyirci sayısı göz önünde bulundurulduğunda amaçlanan başarıya ulaştığı dikkat çekmektedir. Bu anlamda son dönem ana akım Türk sinemasında üretilen yüksek konseptli filmlerin sayısındaki artışa paralel şekilde bu filmlerin seyirci sayısının toplam seyirci sayısı içerisindeki oranı da yükseliş göstermektedir.

Grafik 5 1997-2023 Yılları Arasında Üretilen Ana Akım Türk Filmlerinin Türlerine Göre Toplam Hasılatı



1997-2023 yılları arasında ana akım Türk sinemasında üretilen popüler filmlerin ulaştığı seyirci sayıları Grafik 3'te detaylıca ortaya koyulmuş; Grafik 4'te ise çalışma evreni içerisinde belirlenen örnek yıllarda komedi filmleri, devam filmleri, biyografik/tarihi filmler, uyarlama filmler ve diğer türler olarak kategorize edilen başlıklarda ulaşılan seyirci sayılarına oransal olarak yer verilmiştir. Her iki grafikte yer alan veriler ışığında 1997-2023 yılları arasında üretilen yüksek konseptli filmlerin ulaştığı seyirci sayısı diğer türler kategorisinde yer alan tüm film türlerinin ulaştığı seyirci sayısından yaklaşık olarak 3,5 kat daha fazla olduğu ortaya çıkmaktadır. Grafik 5'te yer alan veriler dikkate alındığında ise örnekleme oluşturan yıllarda vizyona giren filmlerden elde edilen gişe hasılatının diğer türler ile karşılaştırıldığında yüksek konseptli filmlerde daha yüksek olduğu görülmektedir. Yalnızca komedi filmleri, devam filmleri, biyografik/tarihi filmler ve uyarlama filmlerin yer aldığı yüksek konsept kategorisinde ulaşılan gişe hasılatının diğer tüm film türleri aynı kategoriye dahil edildiğinde dahi yüksek çıkması seyircinin yüksek konseptli filmlere olan ilgisini ortaya koymaktadır.

Grafik 6 1997-2023 Yılları Arasında Üretilen Ana Akım Türk Filmlerinin Türlerine Göre Toplam Hasılat İçerisindeki Payları



1998, 2001, 2004, 2007, 2010, 2013, 2016, 2019 ve 2022 yıllarından oluşan örneklemede yüksek konseptli filmlerin elde ettiği toplam hasılat diğer türlerin elde ettiği toplam hasılatı yüksek olduğu görülmektedir. Bu yıllarda vizyona giren komedi filmlerinin elde ettiği toplam gişe hasılatı ₺811.951.315'i, devam filmlerinkini ₺570.584.793'ü, biyografik/tarihi filmlerinkini ₺606.479.370'i, uyarlama filmlerinkini ₺474.550.043'ü bulurken; geri kalan tüm film türlerinin bu yıllarda elde ettiği toplam gişe hasılatı ₺556.040.713'ü bulmuştur. Yüksek konseptli üretilen komedi, devam, biyografik/tarihi ve uyarlama filmlerin bu yıllarda elde ettiği toplam gişe hasılatı da ₺2.463.565.521 olmuştur. Bu yıllarda elde edilen yüksek konseptli filmlerin gişe hasılatının tüm filmlerin gişe hasılatı içerisindeki payı %81,58'dir. Diğer türlerin söz konusu toplam gişe hasılatı içerisindeki payı ise %18,414 olmuştur. Bu anlamda örnek yıllar üzerine yapılan analiz sonucu elde edilen verilerde yüksek konseptli üretilen filmlerin sinema salonlarına çektiği seyirci sayısının diğer türlere göre daha yüksek olmasına benzer olarak yüksek konseptli üretilen filmlerin bu filmlerden elde ettiği gişe hasılatı da diğer film türlerinin elde ettiği gişe hasılatından dört kat daha fazla olduğu görülmektedir. Grafiklerde yer alan veriler ışığında son dönem ana akım Türk sinemasının yüksek konseptli filmler üretim sayısı artış gösterirken, bu filmlerin sinema salonuna çektiği seyirci sayısı ve gişede elde ettiği toplam hasılat da paralel şekilde artış göstermektedir.

ÖRNEKLERLE SON DÖNEM ANA AKIM TÜRK SİNEMASINDA YÜKSEK KONSEPTİN İZLERİNİ SÜRMEK

Yüksek konsept üretim stratejisinin film üretiminde ağırlıklı üzerinde durduğu en önemli film türlerinden biri komedidir. Bu stratejik üretimin bir ürünü olarak komedi filmleri sinemanın icadından günümüze kadar üretimi devamlılık gösteren bir tür olarak karşımıza çıkmaktadır. Sinematografin mucitleri Louis ve Auguste Lumière kardeşler tarafından 1896 yılında çekilen *L'Arroseur Arrosé* (Bahçesini

Sulayan Bahçivan) filmi sinema tarihinin ilk komedi filmi olma özelliğini taşımaktadır (King, 2002, s. 2). Sinemanın ilk yıllarında ortaya çıkan komedi türü zaman içerisinde özellikle Amerika Birleşik Devletler merkezli film yapım şirketlerinin vazgeçilmezi olma konumuna ulaşmış ve böylece komedi filmleri Hollywood sinemasının önemli bir parçası olmuştur. Komedi filmleri bununla birlikte Hollywood'un üretiminden vazgeçemediği bir tür olması bakımından popülerliğini daima korumuştur (Tosun, 2023, s. 107). Hollywood sinemasında sessiz sinema döneminde abartılı hata, kaba hareket, çılgınlık gibi unsurların yer aldığı slapstick (fiziksel komedi) komedinin ağırlıklı olarak üretildiği dikkat çekmektedir (Tosun, 2023, s. 107). Charlie Chaplin'in Şarlo tiplmesi ile yer aldığı slapstick komediler bu türün önemli örnekleri arasındadır. Charlie Chaplin'in yanı sıra Buster Keaton ve Harold Lloyd da Hollywood'un slapstick komedi filmleri ile ünlenen diğer oyuncular arasındadır.

Güldürü sineması temelde iki işleve sahiptir: "İlki, 'catharsis' yani insanın bastırılmış, bilinçaltına itilmiş duygularından kurtularak arındırılması; ikincisi, güldürme yoluyla budalalığı ve kusurları gösterip cezalandırma, böylece toplumsal yaşamı rehabilite etmeye çalışmadır" (Sunal, 2001, s. 25). Bu bağlamda bireysel ve toplumsal olmak üzere iki boyutta da öneme sahip olan güldürü sineması sinemanın icadı kadar köklü bir tarihe sahip olmakla birlikte günümüzde de önemini ve her iki işlevini de korumaktadır.

Günümüze kadar önemini koruyan komedi, melodram türü ile birlikte Türk sinemasında da geniş halk kitleleri tarafından en fazla izlenen film türü olmuştur (Onaran, 1994, s. 183). Hollywood'da olduğu gibi Türk sinemasında da komedi sinema salonlarına geniş seyirci kitlelerini çekebilmeyi başarmış bir tür olarak dikkat çekmektedir. Türk sinemasında komedi türü 1970'li yıllarda yükselişe geçmiş, türün unutulmaz örnekleri bu dönemde ortaya çıkmıştır (Onaran, 1994, s. 184). Bununla birlikte Türk sinemasının komedi türünde ürettiği filmlerde Amerikan güldürü sinemasına öykünme dikkat çekmektedir. Öztürk Serengil'in canlandığı Adanalı Tayfur, Kemal Sunal'ın canlandığı Şaban, Sadri Alışık'ın canlandığı Turist Ömer Türk sinemasının güldürü türünün başta gelen tiplmelerini oluşturmaktadır. Günümüzde *Çakallarla Dans*, *Kolpaçino*, *Recep İvedik*, *Düğün Dernek*'in de aralarında bulunduğu komedi türündeki devam filmleri slapstick özelliği gösteren örneklerdendir (Tosun, 2023, s. 108-109).

1997-2023 yılları arasını kapsayan çalışma evreni içerisinde örneklem olarak seçilen 1998, 2001, 2004, 2007, 2010, 2013, 2016, 2019 ve 2022 yıllarında üretilen film sayısının türlere göre ortaya

koyulduğu Grafik 1’de görülmüş olduğu gibi son dönem ana akım Türk sinemasında üretilen komedi filmlerinin sayısı 219 olmuştur. Yalnızca komedi filmleri bu yıllarda üretilen tüm filmlerin %32,11’ini oluşturmaktadır. Bu oran üretilen her üç filmde birinin komedi filmi olduğu şeklinde de ifade edilebileceğini göstermektedir. Komedi türüne ait filmlerin son dönem ana akım Türk sinemasında üretim boyutunda ve seyircinin ilgisini çekme ve kazanma noktasında ağırlığının hissedilir düzeyde olduğu ortaya çıkmaktadır. Bir yüksek konsept stratejisi olarak, ana akım sinemanın ticari başarı odaklı üretime ağırlık verme eğilimi gösterdiği komedi sinemasının, son dönem ana akım Türk sinemasında da benzer biçimde önem kazandığı gözlemlenmektedir.

Komedi filmlerinin kolay iletilebilen içerikleri ile pazarlanabilirliğinin yüksek olmasının yanı sıra geniş kitlelere hitap eden bir tür olarak sinema salonlarına daha fazla sayıda seyirci çekebilme potansiyeli taşıması (Miyamoto, 2024) ve seyirci açısından eğlencelik içerikler sunması bir yüksek konsept stratejisinin parçası olarak Türk sinemasında da komedi filmlerinin üretiminin yoğunluk kazanmasına yol açmaktadır. Bunun yanı sıra örneklem olarak belirlenen yıllarda üretilen ve komedi filmleri kategorisinde yer alan *Hep Yek 5: Bizim Şeyimiz mi Altan* (2022), *Recep İvedik 6* (2019), *Organize İşler Sazan Sarmalı* (2019), *Kolpaçino 3* (2016), *Çakallarla Dans 4* (2016), *Düğün Dernek 2: Sünnet* (2016), *Moskova’nın Şifresi Temel* (2013), *Hükümet Kadın 2* (2013), *Kutsal Damacana 2: İtmen* (2010), *Recep İvedik 3* (2010), *Maskeli Beşler: Irak* (2007), *Vizontele Tuuba* (2004) gibi filmlerin devam filmlerinin üretilmesinin itici gücü ilk filmlerinin gişede göstermiş oldukları başarıdır. 1997 yılı itibarıyla üretimi en fazla sayıda yapılan film türü olmasıyla, sinema salonunu daha fazla sayıda seyirci çekebilme potansiyeline sahip olmasıyla ve gişede daha fazla gelir elde eden filmlerin bu türe ait olmasıyla komedi filmleri son dönem ana akım Türk Sineması’nda ağırlığı en fazla hissedilir film türü olma özelliği kazanmıştır. Bu anlamda gişede daha fazla seyirciye ulaşmayı hedefleyen içeriklerin üretimine yönelme doğrultusunda komedi filmleri üreten son dönem ana akım Türk sinemasında yüksek konsept üretim anlayışının izlerinin diğer türlere göre belirgin biçimde ortaya çıktığı görülmektedir.

Yüksek konsept üretim anlayışının bir diğer önemli parçası ise devam filmleridir. Devam filmleri ana karakterin serüvenlerinin nasıl sürdüğü noktasında merak duygusu uyandırarak seyirciyi sinema salonlarına çekmektedir. Seri filmlerde amaç bir önceki filmde yakalanan başarıyı devam ettirmektir. Bu doğrultuda devam filmleri seriyi takip eden, filmlerinin hikayesinin akışına hâkim olan hazır bir seyirci kitlesine sahip olması bakımından yapımcılar için ekonomik anlamda güvenilir bir limandır. Ana akım

sinemanın gişe başarısını önceleyen yüksek konsept üretim stratejisi bu hazır kitleyi devam filmleri ile tekrar sinema salonlarına çekmeyi hedeflemektedir.

Örnek olarak Türk sinemasında tüm zamanlarda en fazla izlenme oranına sahip olan *Recep İvedik* 5'in bir devam filmi olarak önceki filmlerde yakaladığı ticari başarıyı sürdürdüğü görülmektedir. Serinin ilk filmi olarak 2008 yılında vizyona giren *Recep İvedik* 4.301.693 seyirciyi sinema salonuna çekmeyi başarmıştır. 2008 yılında yakalanan bu ticari başarı yapım şirketini filmin bir seri haline gelmesi noktasında teşvik ettiği görülmektedir. Öyle ki 2009 yılında vizyona giren *Recep İvedik 2* serinin ilk filminin yakaladığı seyirci sayısını geçerek sinema salonlarına 4.333.144 seyirci çekmiştir. Seri 2010 yılında vizyona giren *Recep İvedik 3* ile 3.326.084; 2014 yılında vizyona giren *Recep İvedik 4* ile 7.369.098; 2017 yılında vizyona giren *Recep İvedik 5* ile 7.437.050 ve son olarak 2019 yılında vizyona giren ve serinin son filmi *Recep İvedik 6* ile 3.986.620 seyirci sayısına ulaşarak başarısını sürdürmeye devam etmiştir (boxofficeturkiye.com). Bu anlamda *Recep İvedik* serisinde görüldüğü gibi bir karakterin yeni maceralarına odaklanan devam filmleri kendinden önceki filmin gişede elde ettiği başarıyı yakalamak için yeni ve özgün bir film ortaya koymaktan ticari olarak daha az riskli bir yöntem ortaya koymaktadır (Büyükyıldırım, 2005, s. 12).

Hollywood sinemasında olduğu gibi Türk sinemasında da özellikle son dönemlerde devam filmlerinin gişe başarısı elde etmede güvenli bir yol olduğunun keşfedilmesi devam filmlerinin sayısındaki artış ile göze çarpmaktadır (Kapıcı & Uğur, 2019, s. 65). Yapım şirketlerinin izleyici tarafından tutulan filmlerin elde ettiği başarıyı devam ettirme yönünde bir amaç geliştirerek devam filmlerine yöneldiği dikkat çekicidir. Hollywood sinemasında yüksek konsept şeklinde kavramsallaşan bu yönelimin Türk sinemasında da kendini hissettirerek gişe başarısı elde etme yönünde ağırlık kazandığı ortaya çıkmaktadır. Önceki filmde yarıda kalan hikâyenin veya filmde yer alan karakterin maceralarının devam ettiği filmler ticari olarak yapım şirketlerini riske girmekten uzaklaştırmaktadır.

Sinema salonlarına daha yüksek sayıda seyirciyi çekebilmek üzere yapım şirketleri tarafından bir strateji olarak uygulanan yüksek konseptin son dönem ana akım Türk sinemasındaki film üretimine yansımalarının uyarlama filmler üzerinden gerçekleştiği görülmektedir. Bir sanat dalı olarak sinema bir yanıyla edebiyat, fotoğraf, müzik, heykel, tiyatro gibi diğer sanat dallarını bünyesinde barındırırken diğer yanıyla da bu sanat dallarıyla onlardan ilham alma noktasında yakın ilişki içerisinde (Sivas, 2005, s. 41).

Bu bağlamda sinema, görsel, işitsel ve dramatik sanatların kesiştiği noktada kendine önemli bir yer edinmektedir. Sanatlararasılık bağlamında, edebiyat, sinema ile en yoğun etkileşim içerisinde bulunan sanat dallarından biri olarak öne çıkmaktadır. Sinema zaman zaman roman, hikâye gibi edebi eserlerden ilham alarak onları teknik olanakları dâhilinde görsel bir anlatıma dönüştürerek beyaz perdede yeniden yorumlamaktadır. Bu noktada sinemanın icadından günümüze kadar geçen yaklaşık bir asırlık süreçte özellikle edebiyatın sinema sanatı için zengin bir kaynak sağlayıcısı olduğunu söylemek mümkündür. Türk sinemasında da edebi eserlere kaynak olarak başvurulduğu noktada ticari beklentiler ön plana çıkmakta ve popüler olan eserin yakaladığı başarının uyarlama filmde de devam ettirilme hedefi ortaya çıkmaktadır. Edebi eserlerin sinemaya bir kaynak olarak destek vermesinin yanı sıra televizyon izleyicisi tarafından değer bulan yapımların filme uyarlandığı projeler de gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda, yüksek seyirci sayılarına ulaşarak gişede beklenen başarıyı elde eden yabancı filmlerin senaryoları, Türk sinemasında bir kaynak olarak yeniden kullanılabilir. Son dönem ana akım Türk sinemasında da romandan filme uyarlama örneklerinin verilmeye devam edildiği görülmektedir. Buna örnek olarak yönetmenliğini Kıvanç Baruönü'nün yaptığı 2016 yapımı *Kocan Kadar Konuş: Diriliş* filmi gösterilebilir. Şebnem Burcuoğlu'nun 2015 yılında yayımlanan aynı adlı eserinden uyarlanan film, kitabın kısa sürede yüksek bir satış rakamına ve geniş bir okuyucu kitlesine ulaşmasıyla, romanın filme uyarlanması konusunda önemli bir potansiyel oluşturmuştur. Romanın hazır bir okuyucu kitlesine sahip olması filme uyarlanırken oluşabilecek ticari riski en aza indirme düşüncesinden doğmaktadır.

Bir yeniden çekim örneği olan ve yönetmenliği Mehmet Ada Öztekin tarafından yapılan 2019 yapımı *7. Koğuştaki Mucize* filmi 2013 Güney Kore yapımı *Miracle in Cell No 7* filminin yeniden çekimidir. Bu anlamda filmin Güney Kore'de elde ettiği başarı Türk sinemasında da tekrarlanmak istenmiştir. Güney Kore yapımı *Miracle in Cell No 7* gösterime girdiği Uzak Doğu ülkelerinde büyük bir gişe başarısı elde etmiş, bu başarının Türk sinemasında da yeniden çekimi olması durumunda tekrarlanacağı düşüncesi uyanmıştır. Yüksek konsept üretim anlayışı ile ana akım Türk sinemasında yeniden çekimi yapılan *7. Koğuştaki Mucize* filmi beklenildiği gibi 5.358.135 seyirciyi sinema salonuna çekerek gişede ₺90.116.477'lik hasılat elde etme başarısı göstermiştir. Sonuç itibarıyla son dönem ana akım Türk sinemasında *7. Koğuştaki Mucize* ismi ile yeniden çekilen film gişede ciddi bir başarı yakalayarak Türk sinemasında en fazla izlenen ilk yüz film arasına girmeyi başarmıştır. Yine ülkemizde 2013 yılında vizyona giren *Evim Sensin* filmi Güney Kore yapımı *Nae Meorisokui Jiwoogae* (2004)'den uyarlanmıştır. *Evim Sensin*

de 2.703.241 seyirci sayısı ile ₺24.483.088'lik gişe geliri elde etmiştir. *Evim Sensin* filmi de *7. Koğuştaki Mucize* gibi Türk sinemasında en fazla izlenen ilk yüz film arasında yerini almıştır (boxofficeturkiye.com). Benzer bir örnek olarak 2013 yapımı *Benim Dünyam* filmi Hindistan yapımı *Black* (2005) filminin yeniden çekimidir. *Benim Dünyam* da 1.382.471 seyirci sayısına ulaşarak, ₺37.298.938 gişe hasılatı elde etmiştir. Geniş okur kitlelerine ulaşan ve satış başarısı elde eden edebiyat eserlerinin sinemaya uyarlanması gibi gösterildiği ülkelerde gişe başarısı elde eden yabancı yapımların da ülkemizde yeniden çekimlerinin gerçekleştirilmesi yüksek konsept üretim stratejisi ile bütünleşmektedir.

İzlenme oranları ile izleyicinin beğenisini kazanmış görünen geniş izleyici kitlesine sahip çeşitli televizyon yapımlarının televizyonda elde ettikleri başarıyı sinemaya taşıma denemeleri de dikkat çeken bir diğer durumdur. Bu durumun özellikle 2000'li yılların ardından genel bir eğilime dönüştüğü gözlenmekte olup en belirgin örneği ise *Kurtlar Vadisi: Gladio* (2010) filmidir. *Kurtlar Vadisi: Gladio* bir televizyon dizisi olan *Kurtlar Vadisi*'nin sinemaya uyarlanmış versiyonudur. *Kurtlar Vadisi* dizisinin televizyonda yayınlandığı dönemde yoğun bir izleyici kitlesine ulaşması dizi projesinin sinema filmi projesine dönüşmesi noktasında teşvik edici olmuştur. *Kurtlar Vadisi: Gladio* 876.810 seyirci sayısı ile ₺6.912.853 gişe hasılatına ulaşmıştır. *Kurtlar Vadisi: Irak* (2006), *Kurtlar Vadisi: Filistin* (2011) ve *Kurtlar Vadisi: Vatan* (2017) filmleri de aynı diziden sinemaya uyarlanmıştır. *Kurtlar Vadisi* televizyon dizisinden sinemaya uyarlanan *Kurtlar Vadisi* seri filmleri gibi *Asmalı Konak: Hayat* (2004) filmi de bir dizi projesinin sinemaya aktarılmış şeklidir. 2002-2003 yıllarında televizyon dizisi olarak yayınlanan *Asmalı Konak* belli bir hayran kitlesine ulaşmış ve yayınlandığı dönemde yoğun bir kitle tarafından beğeniyle takip edilen bir dizi projesi olmayı başarmıştır. Bu başarı dizinin finalinin bir diğer kitle iletişim mecrası olan sinemada sona erdirilmesi düşüncesinin ortaya çıkmasında etkili olmuştur (www.milliyet.com.tr, 2003). Bir diğer örnekte *Rafadan Tayfa Göbeklitepe* (2019), ve *Rafadan Tayfa Dehliz Macerası* (2019) filmleri çocuklar tarafından sevilen ve ilgiyle takip edilen animasyon çizgi filmi olan *Rafadan Tayfa*'nın sinemaya uyarlanmış versiyonlarıdır. Tematik yayın yapan TRT Çocuk kanalında 2014 yılında yayımlanmaya başlayan *Rafadan Tayfa* çizgi filmi Ankara'daki bir arkadaş grubunun arasında yaşanan maceraları konu edinmektedir (Tozduman Yaralı & Avcı, 2017, s. 453). *Rafadan Tayfa* hedef kitlesine sunduğu içerikler ile kısa süre içerisinde belli bir izleyici kitlesine ulaşmayı başarmıştır. Bu başarı *Rafadan Tayfa*'nın bir dizi olarak başlayan yayın serüvenini farklı bir noktaya taşıyarak onu sinema salonlarında seyircinin karşısına bir film projesi olarak çıkarmıştır. *Rafadan Tayfa*'nın diziden sinema filmine uzanan serüvenini başlatan

düşünce filmin sinema salonlarına dizinin hazır kitlesini çekebilecek olduğu düşüncesidir. Benzer şekilde *Kral Şakir Korsanlar Diyarı* (2019) filmi de bir televizyon projesi olan *Kral Şakir*'in sinemaya aktarılmış versiyonudur. Benzer şekilde 2022 yılında da uyarlama filmlerin bir üretim yoğunluğu kazandığı görülmektedir. TRT Çocuk televizyon kanalında yayınlanan ve seyirci kitlesinin beğenisini kazanan çizgi film karakterlerinin hikayeleri filme uyarlanmıştır. *Aslan Hürkuş Kayıp Elmas* (2022), *Aslan Hürkuş Görevimiz Gökbe* (2022), *Nasreddin Hoca: Zaman Yolcusu* (2022) ve *Niloya* (2022) bu uyarlamaların öne çıkan örnekleri arasındadır. Bu anlamda televizyon projeleri olan *Rafadan Tayfa*, *Kral Şakir*, *Aslan*, *Nasrettin Hoca* ve *Niloya* animasyon dizilerinin sinema filmi projesine dönüştürülmesinin arkasında yatan temel motivasyon bu animasyonları ilgiyle takip eden kitlenin sinema salonlarına çekilmesidir. Animasyonların sinema filmi projesine dönüştürülmesinde gişede elde edilecek başarının büyük oranda garanti altına alınacağı düşüncesi hakimdir. Bu noktada William Miller'ın uyarlama filmler ile ilgili görüşü uyarlama filmlerin üretim mantığını şu şekilde ortaya koymaktadır (2016, s. 245-246):

Uyarlamaların tutulma nedeni oldukça mantıklıdır. Uyarlama için kullanılan malzemelerin çoğunluğu seyircinin beğenisini kazanan ve olumlu eleştiriler alan eserlerdir. Bunlar daha önceden piyasaya sunulmuş ve başarı kazanmış roman ya da tiyatro oyunu olmaları nedeniyle yapılan filmlerde seyircinin ilgisini çekmektedir.

Miller bu ifadesiyle uyarlama veya yeniden çekim filmlerin sinema seyircisi açısından beğeni ile karşılanmasının, tutulmasının aslında beklenen bir sonuç olduğunu ortaya koymaktadır. Beğenilen ve çok satan bir romandan uyarlamak, bir dizi projesini sinemaya taşımak, daha önce farklı bir ülke tarafından üretilen ve gişe başarısı elde eden bir filmin farklı bir ülkede yeniden çekmek geldiği noktada yapımcının gişe kazancını riske ettirmeyecek bir garanti sağlamaktadır. Bu anlamıyla özellikle 2000 yılı sonrası genel bir eğilim olarak ortaya çıkan bu durum yüksek konsept olarak kavramsallaştırılan gişe başarısı odaklı üretim anlayışının ana akım Türk sinemasında da etkisinin görüldüğünü açıkça ortaya koymaktadır.

Yüksek konsept üretim anlayışının son dönem ana akım Türk sinemasındaki film üretimine bir diğer yansıma alanı biyografik/tarihi filmlerdir. Zaman zaman özgün hikayelerin ortaya çıkmasının yanı sıra sinema bu ihtiyacını konusunu tarihten veya gerçekte yaşamış, toplumda iz bırakmış tanınmış bir kişinin yaşam hikayesinden almak suretiyle yararlanabilmektedir. Bu bağlamda tarihte geçen bir olayın veya toplumca tanınmış bir kişinin biyografisinin filme uyarlanması sinema için hazır bir içerik sunmaktadır. Hazır bir içerik sunmanın yanı sıra tarihi ve biyografik filmler sinema salonuna daha fazla sayıda seyirci çekebilme noktasında yapımcılar için elde edecekleri gişe gelirini riske atmamak için güvenli

bir liman niteliği taşımaktadır (Cartmell & Polasek, 2020, s. 1-2). Yaşam öyküsü filme uyarlanan tanınmış kişinin hayran kitlesinin veya bu yaşam öyküsüne karşı merak besleyen kitlenin sinema salonuna çekilebilmesi temel motivasyon olarak karşımıza çıkmaktadır. Türk sinemasında, toplumca tanınan sanatçıların veya sporcuların yaşam öykülerinin işlenmesi ya da tarihi olayların sinemanın olanaklarıyla beyaz perdeye aktarılması, son dönemde giderek artan bir eğilim göstermektedir. Yüksek konsept üretim stratejisinin bir parçası olarak son dönem ana akım Türk sinemasında *Müslüm* (2019) filminde arabesk sanatçısı Müslüm Gürses'in, *Bizim İçin Şampiyon* (2019) filminde Türk jokey Halis Karataş'ın, *Cep Herkülü: Naim Süleymanoğlu* (2019) filminde dünyaca ünlü halterci Naim Süleymanoğlu'nun, *Allah'ın Sadık Kulu: Barla* (2013) filminde dini müfessir ve yazar Said Nursî'nin, *Kelebeğin Rüyası* (2013) filminde şairler Rüştü Onur ve Muzaffer Tayyip Uslu'nun, *Bergen* (2022) filminde şarkıcı Bergen'in, *Dilberay* (2022) filmi şarkıcı Dilberay'ın ve *Barış Akarsu 'Merhaba'* (2022) filminde şarkıcı Barış Akarsu'nun yaşam öyküleri sunulmaktadır. *Müslüm* (2019) filmi 6.480.563 seyirci sayısı ile ₺84.601.438; *Bizim İçin Şampiyon* (2019) filmi 2.578.074 seyirci sayısı ile ₺34.229.850; *Cep Herkülü: Naim Süleymanoğlu* (2019) filmi 1.880.959 seyirci sayısı ile ₺31.745.617; *Allah'ın Sadık Kulu: Barla* (2013) filmi 2.227.113 seyirci sayısı ile ₺15.669.214; *Kelebeğin Rüyası* (2013) filmi 2.167.456 seyirci sayısı ile ₺20.898.864; *Bergen* (2022) filmi 5.484.798 seyirci sayısı ile ₺160.057.802; *Dilberay* (2022) filmi 686.495 seyirci sayısı ile ₺18.555.172; *Barış Akarsu 'Merhaba'* (2022) filmi ise 367.006 seyirci sayısı ile ₺19.775.689 gişe hasılatı elde etmiştir. 1997-2023 yılları arasında örneklem dahilinde yer alan yıllar üzerinden yapılan analiz ile elde edilen verilerde konusunu tarihten, tarihte yaşanmış gerçek olaylardan alan filmlerin de son dönem ana akım Türk sinemasında ağırlıkla yer aldığı ortaya çıkmaktadır. Bu filmlere 197.175 seyirci sayısı ile ₺3.465.631 gişe geliri elde eden *Malazgirt 1071* (2022); 154.773 seyirci sayısı ile ₺7.333.546 gişe geliri elde eden *Bandırma Füze Kulübü* (2022); 670.925 seyirci sayısı ile ₺5.372.309 gişe geliri elde eden *Çanakkale: Yolun Sonu* (2013); 1.044.916 seyirci sayısı ile ₺5.074.082 gişe geliri elde eden *120* (2013); 200.397 seyirci sayısı ile ₺1.736.853 gişe geliri elde eden *Çanakkale Çocukları* (2013); 918.181 seyirci sayısı ile ₺7.607.756 gişe geliri elde eden *Çanakkale 1915* (2013); 44.135 seyirci sayısı ile ₺432.401 gişe geliri elde eden *Eve Dönüş: Sarıkamış 1915* (2013) ve 678.372 seyirci sayısı ile ₺3.588.344 gişe geliri elde eden *Gelibolu* (2007) örnek olarak gösterilebilir. Bu bağlamda sinemanın konusunu tarihi olaylardan veya toplum tarafından tanınan bir kişinin yaşam öyküsünden alması Erus'un da belirttiği gibi filmlerin yeni bir fikirden değil, seyircinin zihninde yer alan herhangi bir fikirden yola çıkılarak kurgulanması ve yeniden üretilmesi ile

ilişkilidir (Erus, 2010, s. 128-129). Bu noktada tarihi olaylar ve tanınmış bir kişinin yaşam öyküsü filme kolay iletilebilme, seyirci tarafından kolay alımlanabilme özelliği kazandırmaktadır. Bu özelliğin ana akım Türk sinemasında bir üretim stratejisi olarak değer kazandığı ve filmin daha fazla seyirci çekebilmesi üzerine geliştirilen yüksek konsept üretim anlayışının bir parçası olarak son dönem ana akım Türk sinemasında da karşılık bulduğu görülmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Sinemada bir üretim biçimi olarak bağımsız sinemanın karşısında konumlanan ve yüksek oranda popüler içerikler üreten ana akım sinema içerisinde türlere göre hâkim bir yönelimin olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu eğilim son dönem ana akım Türk sinemasında devam filmlerinin, komedi filmlerinin, biyografik/tarihi filmlerin üretim sayısının aile, romantik, korku, gerilim, dram, aksiyon, bilimkurgu ve fantastik film türlerine göre ağırlıkta olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Yüksek konsept adıyla kavramsallaştırılan üretim anlayışı ortaya çıktığı dönemde televizyon yapımları için kullanılan bir kavram olma özelliği taşımıştır. 1970'li yıllardan itibaren, Sony Pictures'a başkanlık eden Peter Guber ve Walt Disney'e başkanlık eden Jeffrey Katzenberg gibi yapımcılar aracılığıyla, 'yüksek konsept' adı verilen kavram, sinemada film üretiminde de kullanılan bir terim haline gelmiştir. Yüksek konsept sinemada ana akım sinemanın yüksek gişe hasılatı beklentisi ile büyük bütçeli film üretimini ifade ediyorken; daha geniş manada bu beklentinin karşılanabilmesi noktasında çeşitli stratejiler geliştirilmesini içermektedir. Ana akım sinemada filmin kolay iletilebilen ve kolay anlaşılabilen bir içeriğe sahip olması, taşıdığı kolay iletilebilme ve kolay anlaşılabilme özellikleri ile geniş bir seyirci kitlesini hedefleyen komedi türüne ağırlık verilmesi, gişe başarısı gösteren filmlerin devam serilerinin çekilmesi, filmin yaslandığı temaların tarihi olaylardan ve tanınmış kişilerin biyografilerinden seçilmesi gibi stratejilerle filmlerin ticari başarı şansının artırılması hedeflenmektedir. Hollywood'un film üretimine yön veren yüksek konseptin içerdiği temel formüllerin günümüz Türk sinemasında da genel bir eğilim olarak yükseldiği ortaya çıkmaktadır. Box Office Türkiye verileri üzerinden ana akım Türk sinemasının 1997-2023 yılları arasındaki üretim grafiğine bakıldığında komedi filmlerinin, devam filmlerinin, biyografik/tarihi filmlerin ve uyarlama filmlerin üretilen tüm filmler içerisindeki payının diğer türlere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. 1997-2023 yılları arasında türlerine göre üretilen ana akım Türk filmlerinin sayısı, ulaştığı toplam seyirci sayısı ve toplam hasılatı içerisinde yüksek konseptli filmlerin elde

ettiği oranların belirgin biçimde diğer türlerden fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Küresel film endüstrisinin hâkimi konumundaki Hollywood sinemasının ticari kaygı ve beklenti odaklı film üretim anlayışının karşılığı olan yüksek konseptin izlerinin ana akım Türk sinemasında da özellikle son dönemde üretilen ve gişe başarısı elde eden filmlere bakıldığında anlamlı bir biçimde görünürlük kazandığı ortaya çıkmaktadır. Çalışmada ana akım sinemanın en tipik örneği olan Hollywood'da film yapım pratiğini etkisi altına alan yüksek konsept Türk sinemasında üretilen içeriklerin de paralel biçimde ağırlıklı olarak komedi, devam, biyografik/tarihi ve uyarlama film türleri olarak belirlenmesi dolayısıyla temel bir strateji olarak başvurulduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Hollywood sinemasının daha yüksek sayıda seyirci sayısına ulaşmak üzere bir film üretim stratejisi olarak başvurduğu yüksek konseptin son dönem ana akım Türk sinemasında da ticari kaygılar ile yoğunlukla başvuru bir strateji olduğu anlaşılmaktadır. Seyirci sayıları ve gişe hasılatına ilişkin sayısal veriler göz önünde bulundurulduğunda yüksek konseptin son dönem Türk sinemasında ana akım film üretiminde yapımcıya ticari bir avantaj sağladığı ortaya çıkmaktadır. Bu ticari avantajın ana akım Türk sinemasında komedi filmlerinin, devam filmlerinin, biyografik/tarihi filmlerin ve uyarlama filmlerin ağırlıklı olarak üretilmesi ve bu üretimin devamlılık göstermesi ile sağlandığı görülmektedir. Öte yandan son dönem ana akım Türk sinemasında ticari kaygılarla belli tür filmlerin üretiminin yoğunluk kazanması Türk sinemasında özgün içerik üretimini menfi anlamda etkilemektedir. Çalışma kapsamında incelenen filmlerin anlatı yapısının ve estetiğinin birbiri ile benzerlik göstermesi bir ulusal sinema olarak Türk sinemasında biçim ve içerik üzerine bir özgünlük sorununu beraberinde getirdiğine ilişkin kanaat oluşturmaktadır. Wyatt'ın Hollywood sineması üzerine geliştirdiği yüksek konseptin orijinal projeler hazırlamak yerine daha önce ticari başarı elde edilen projeler üreterek veya bu projeleri devam ettirerek film üretiminde yaratıcılığın kaybolmasına ve yeni fikirlerin gelişmemesine neden olduğu düşüncesinin bu noktada Türk sineması için de geçerlilik kazandığı görülmektedir. Yüksek konsept stratejisi ile üretilen filmler yapımcıya kazandırdığı gişe geliri ile ticari avantaj sağlarken bir ülke sinemasının gelişimine belirgin bir katkı sunmamaktadır.

Yüksek konsept son dönem ana akım Türk sinemasında film üretim sürecine yön vererek ana akım Türk sinemasında bir dil yaratmanın, estetik bir yapı inşa etmenin, sinema tekniklerinin etkin kullanımının ve özgün bir sinemasal anlatı kurmanın önünde bir engel olarak bulunmaktadır. Son dönemde ana akım Türk sinemasının yüksek konsept stratejisi ile film üretimine devam etmesi, bir ulusal

sinema olarak Türk sinemasının köklerinden ve kültüründen beslenen özgün bir dil yaratmasını ve bu dili sürdürülebilir kılmasını güçleştirmektedir. Yüksek konsept üretim anlayışı ile Türk sineması özgün bir değer ortaya koymaktan uzak; ortaya koyduğu anlatı ve estetik yapı ile daha fazla Hollywood sinemasına öykünen ve benzeyen bir görüntü ortaya koymaktadır. Bu görüntüden uzaklaşmak öncelikli olarak ana akım Türk sinemasında özgün bir dil yaratma arayışı ile kültürel öğelere, yerel motiflere, ulusal değerlere daha fazla alan açarak gerçekleştirilebilecektir.

EXTENDED ABSTRACT

In mainstream cinema, which is positioned opposite to independent cinema as a mode of film production and produces highly popular content, there is a dominant tendency in terms of genres. This tendency reveals that the number of sequels, comedy films, biographical/historical films in the recent mainstream Turkish cinema has been dominated by family, romantic, horror, thriller, drama, action, science fiction and fantasy film genres.

Mainstream cinema's commercial success-oriented film production approach has led to the development of various production strategies. This commercial success-oriented production approach has led filmmakers to develop various formulas to maximize box office revenues. Various formulas such as producing comedy films with entertainment content in anticipation of box office, continuing the story of a film that is a box office success through sequels, adapting a work of literature (novel, story, story, etc.) that is widely read around the world to cinema, producing biographical films based on the life stories of well-known people, or featuring star actors in the film emerge as part of the strategy developed to achieve commercial success. It is also noteworthy that this situation has turned into a general trend shaping mainstream cinema.

It is seen that the high concept, which emerged as a film production strategy in mainstream cinema centered on Hollywood, has gained weight as a result of the production of films in other countries' cinemas. In this sense, the aim of this study is to reveal how the high concept production strategy has affected Turkish cinema and how this production approach has shaped Turkish cinema as a production orientation. For this purpose, the mainstream Turkish films produced between 1997 and 2023 on the Box Office Turkey website were revealed using the document analysis method. When the numerical data for the years selected within the sample are analyzed, the ratio of films produced with

high concept constitutes 55% of all films, while other genres constitute 45% of the production within this sample. However, the number of audience for comedy films, sequels, biographical/historical films and adaptation films produced with a high concept production approach in the years included in the sample of the study constitutes 77.63% of the total number of audience reached in these years. On the other hand, the number of audience for other genres of films produced in these years corresponds to 22.66% of the total number of moviegoers who watched movies in the movie theaters during these years. On the other hand, the total box office revenue of high concept comedy, sequel, biographical/historical and adaptation films produced in these years was ₺ 1,896,932,128. The share of the box office revenues of high concept films in the total box office revenues of all films in these years is 80.42%. The share of other genres in total box office revenues was 19.57%.

The production concept conceptualized as high concept was used for television productions at the time of its emergence. From the 1970s onwards, it became a concept used for film production in cinema through producers such as Peter Guber, who headed Sony Pictures, and Jeffrey Katzenberg, who headed Walt Disney. While high concept refers to the production of big budget films with the expectation of high box office revenues in mainstream cinema, in a broader sense, it involves the development of various strategies to meet this expectation. In mainstream cinema, it is aimed to increase the chances of commercial success by developing formulas such as having a content that can be easily communicated and easily understood, focusing on the comedy genre that targets a wide audience with its easy-to-communicate and easy-to-understand features, shooting sequels of films that are box office successes, and choosing the themes on which the film is based from historical events and biographies of well-known people. It is evident that the basic formulas contained in the high concept that guides Hollywood's film production are also rising as a general trend in today's Turkish cinema. Looking at the production graph of mainstream Turkish cinema between 1997 and 2023 based on Box Office Turkey data, it is seen that the share of comedy films, sequels, biographical/historical films and adaptation films in all films produced is higher than other genres. The number of mainstream Turkish films produced by genre between 1997 and 2023, the total number of audiences they reached and the proportion of high-concept films in their total revenue are significantly higher than other genres. The traces of the high concept, which is the counterpart of the commercial concerns and expectation-oriented film production approach of Hollywood cinema, which dominates the global film industry, have gained a significant

visibility in mainstream Turkish cinema, especially when we look at the films that have been produced recently and have achieved box office success. The study concludes that the high concept, which influences the practice of filmmaking in Hollywood, the most typical example of mainstream cinema, is used as a basic strategy since the content produced in Turkish cinema is predominantly comedy, sequel, biographical/historical and adaptation film genres.

Çıkar Çatışması/Conflict of Interest

Yazar çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir. /The author declares that there is no conflict of interest.

Yazarların Katkıları/Author Contributions

Makale tek yazarlıdır. /The article has a single author.

This work is licensed under **Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License** (CC BY-NC 4.0). 

KAYNAKÇA

- Abisel, N. (1995). *Popüler sinema ve türler*. Alan Yayıncılık.
- Atam, Z. (2012). Kültürel emperyalizm mi küreselleşme mi? Yeni dünya düzeni ve kültür. T. Miller içinde, *Küresel Hollywood* (s. 9-23). Doruk Yayınları.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Box Office Türkiye. (2024). Tüm zamanlar seyirci rekorları - Tüm filmler. 15 Nisan 2024 tarihinde <https://boxofficeturkiye.com/tum-zamanlar/seyirci-rekorlari/tum-filmler> adresinden alındı.
- Büyükyıldırım, E. (2005). *Çağdaş Hollywood sinemasında Avrupa filmlerinin yeniden çevrimi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cartmell, D., & Polasek, A. (2020). Introduction. D. Cartmell & A. Polasek içinde, *A companion to the biopic* (s. 1-11). John Wiley & Sons.
- Decherney, P. (2019). *Hollywood*. Dost Kitabevi.
- Erdoğan, N. (2001). Üç seyirci: Popüler eğlence biçimlerinin alımlanması üzerine notlar. Ö. Gökçe içinde, *Türk film araştırmalarında yeni yönelimler 2*. Bağlam Yayınları.
- Erkılıç, H., Erkılıç, S. D., & Değirmen, S. (2021). Covid-19 pandemisi ve sinema sektöründe kriz: Yapısal sorunlarla yüzleşme fırsatı. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 61, 91-125.
- Erus, Z. Ç. (2010). Amerikan sinemasında pazarlama: 'Ürün' geliştirme, fiyatlama, tutundurma ve dağıtım. *Marmara İletişim Dergisi*, 17(17), 126-145.
- Gunter, B. (2018). *Predicting movie success at the box office*. Palgrave Macmillan.
- Gündel, N. (2021). Zamanın ve mekânın dönüşümüyle Güney Kore sinemasından Türk sinemasına yeniden çevrim: *Miracle in Cell No. 7* (2013) ve *7. Koğuştaki Mucize* (2019) filmleri. *Selçuk İletişim*, 14(4), 1696-1726. <https://doi.org/10.18094/josc.942945>
- Gürkan, H. (2014). *1990 sonrası dönemde Peter Wollen'in karşı sinema anlatısının Hollywood sinemasında değişimi* [Yayımlanmamış doktora tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hunt, R. E., Marland, J., & Rawle, S. (2015). *Film dili*. Literatür Yayınları.
- Kapıcı, E. P., & Uğur, U. (2019). 2000 sonrası Türk güldürü sinemasında devam filmleri. M. Yılmaz (Dü.), *Erasmus eğitim ve sosyal bilimlerde uluslararası akademik çalışmalar sempozyumu tam metin bildiri kitabı* içinde (s. 59-69). Asos Yayınevi.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kılıç, S. (2013). Örnekleme yöntemleri. *Journal of Mood Disorders*, 3(1), 44-46. <https://doi.org/10.5455/jmood.20130325011730>
- King, G. (2002). *Film comedy*. Wallflower Press.

- Kirel, S. (2006). Küresel seyircilik, Hollywood ve "öteki" sinemalar bağlamında İran filmlerinin konumlandırılması. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*(4), 51-69.
- Miller, W. (2016). *Senaryo yazımı: Sinema ve televizyon için*. Hayalperest Yayınevi.
- Miyamoto, K. (2024, Mart 27). What Hollywood wants (and how to give it to them): High concept comedy. 11 Mayıs 2024 tarihinde *ScreenCraft* sitesinden alındı. <https://screencraft.org/blog/what-hollywood-wants-and-how-to-write-them-high-concept-comedy/>
- Onaran, A. Ş. (1994). *Türk sineması (Cilt 1)*. Kitle Yayınları.
- Sak, R., Şahin Sak, İ. T., Öneren Şendil, Ç., & Nas, E. (2021). Bir araştırma yöntemi olarak doküman analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-250. <https://doi.org/10.33400/kuje.843306>
- Sivas, A. (2005). Popüler roman popüler sinema ilişkisi çerçevesinde bir uyarlama örneği: *Bridget Jones'un Günlüğü*. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 41-58.
- Sunal, K. (2001). *TV ve sinemada Kemal Sunal güldürüsü*. Om Yayınevi.
- Suner, A. (2006). *Hayalet ev: Yeni Türk sinemasında aidiyet, kimlik ve bellek*. Metis Yayınları.
- Tobin, R. (2000). *How to write high structure, high concept movies*. Xlibris Corp.
- Tosun, A. F. (2023). Bir melez alt tür olarak yol komedileri: *Sağ Salim* film örneği. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 104-122. <https://doi.org/10.32955/neuissar202321680>
- Tozduman Yaralı, K., & Avcı, N. (2017). Bir çizgi filmin popüler kültür açısından incelenmesi: *Rafadan Tayfa*. *Gümüşhane İletişim Dergisi*, 5(1), 449-470. <https://doi.org/10.19145/gumuscomm.275465>
- Milliyet. (2003, Ekim 17). İşte Konakta beklenen final. 18 Nisan 2014 tarihinde <https://www.milliyet.com.tr/cadde/iste-konakta-beklenen-final-959113> adresinden alındı.
- Wyatt, J. (1994). *High concept: Movies and marketing in Hollywood*. University of Texas Press.