

Türkiye’de sinema kültürünün değişimi ve komedi filmlerinin sinema salonlarındaki etkinliğini kaybetmesi üzerine sayısal bir değerlendirme¹

Semih Kaşıkçı*

Öz

Bu çalışma, Türkiye’de sinema kültürünün zaman içerisindeki dönüşümünü ve özellikle komedi filmlerinin sinema salonlarındaki etkisini kaybetmesini nicel verilerle incelemektedir. Gülme eyleminin bilişsel boyutu ve mizah ile ilişkisi kuramsal bir çerçevede ele alınarak Türk sinemasındaki komedi üretimlerinin tarihsel gelişimi değerlendirilmiştir. Bu gelişim sinematografin Osmanlı Devleti’ne gelişinden başlatılmış, Türk sinemasının Altın Çağı olarak nitelendirilen 1960-1975 yıllarıyla devam sürdürülmüştür. 2000’li yılların başladığı dönemde çekilen filmlerle 1960-1975 yılları arasında çekilen filmlerin hitap ettiği kitle göz önünde bulundurularak iki kitlenin değişimi irdelenmiştir. 2014–2024 yılları arasındaki sinema izleyici verileri temel alınarak, Türk sineması seyircisinin komedi filmlerine yönelik ilgisinde meydana gelen değişim istatistiki olarak analiz edilmiştir. Özellikle COVID-19 pandemisinden önceki döneme kadar Türkiye’de sinema salonlarında en çok izlenen filmlerin büyük çoğunluğunun komedi filmleri olduğu ancak pandemi sonrasında bu durumun değişerek komedi filmlerinin genel izleyici sayısındaki yüzdesinin düştüğü gözlemlenmiştir. Araştırma sonucunda, sinema salonlarının seyirci sayısında genel bir düşüş olduğu, özellikle komedi türünün izleyici nezdinde eski ilgiyi görmediği ve bu durumun ekonomik, kültürel ve sektörel çeşitli etkenlere dayandığı belirlenmiştir. Sinema seyircisinin, dijital platformların sunduğu içerik çeşitliliğini tercih ettiği ve neredeyse sinemada izlenen bir filmin bilet fiyatına bu platformlarda aylık abonelik edinebildikleri görülmüştür. Film izleme alışkanlıklarının bu gibi nedenlerle sinema salonlarından dijital platformlara kaydığı düşünülmektedir. Bu verilerin ışığında geçmişte toplumsal bir buluşma alanı olan sinema salonlarının bu özelliğini yitirdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Araştırma makalesi

Research article

Geliş - Submitted: 04.05.2025

Kabul - Accepted: 02.06.2025

Atıf – Reference: Nosyon:

Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi, 15, 103-115.

Anahtar kelimeler: Türk sineması, komedi filmleri, sinema kültürü, izleyici alışkanlıkları, sayısal analiz

The changing dynamics of cinema culture in Turkey and a quantitative evaluation of the decline in the popularity of comedy films in cinemas

Abstract

This study examines the transformation of cinema culture in Turkey over time, with a particular focus on the declining influence of comedy films in movie theaters, supported by quantitative data. The cognitive aspect of laughter and its relationship with humor are discussed within a theoretical framework, followed by an evaluation of the historical development of comedy productions in Turkish cinema. This development is traced from the arrival of the cinematograph in the Ottoman Empire through to what is widely recognized as the Golden Age of Turkish cinema, between 1960 and 1975. A comparative analysis of the films produced during the early 2000s and those from the 1960–1975 period reveals a significant shift in audience demographics. Based on cinema attendance data from 2014 to 2024, the study statistically analyzes changes in audience interest in comedy films. It was observed that before the COVID-19 pandemic, comedy films were consistently among the most-watched in Turkish theaters. However, this trend reversed in the post-pandemic period, with a noticeable decline in the genre’s share of total viewership. The findings indicate a general decrease in theater attendance and a waning interest in comedy films, attributed to economic, cultural, and industry-related factors. Audiences increasingly

¹ Bu çalışma “2000 Sonrası Türk Sinemasında Mizah Anlayışı ve Toplum Üzerindeki Etkileri” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

* Dr.Öğr. Üyesi, Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, e-posta: semihkasikci@gmail.com, ORCID-iD: 0009-0000-3023-9627

prefer digital platforms, where subscription costs often match a single movie ticket. Consequently, cinema theaters have largely lost their former role as communal social spaces.

Keywords: Turkish cinema, comedy films, cinema culture, audience behavior, quantitative analysis

Giriş

Gülmek fiziksel bir eylem gibi görünse de aslında bilişsel farkındalık sürecinin ardından ortaya çıkan bir sonuçtur. Bilişsel farkındalığı takiben ortaya çıkan gülme eylemi mizahın temelde dayandığı yapının kendisidir. Gülme üzerine günümüze kadar pek çok çalışma yapılmış, bu çalışmalarda gülme eyleminin oluşum süreci, bu süreç üzerinden felsefi çıkarımlar, çeşitli kuramsal temellendirmeler, mizahi yaratım süreçleri, bu süreçlerin gülme ile bağlantısı gibi konular irdelenmiştir.

Kuşkusuz ki insanın temel ihtiyaçlarından biri olan gülme ihtiyacının sinema sanatında da karşılık bulması şaşırtıcı değildir. Öyle ki sinematografin icadından hemen sonra mizah, sinemanın ilk konularından birisi haline gelmiştir. Bu bağlamda dünyada olduğu gibi Türk sinemasında da mizahi yaratım aracı olarak çekilen güldürü filmlerinin, bundan sonra da çekilmeye devam edecek olması son derece doğaldır. Ancak bu filmlerin çoğunlukla sinema salonları yerine dijital platformlarda yer bulması, uzun yıllar sinema salonlarında baskın bir tür olan komedinin baskınlığını kaybetmesine; sinema salonlarının seyircisini giderek kaybetmesine de neden olmaktadır.

Bu çalışma, mizah kavramını ve bu kavramın gülme eylemiyle olan ilişkisini araştırmakta, mizahi yaratım türlerini irdeleyerek bu türlerin Türk kültürü ile Türk sinemasında ne şekilde ortaya çıktığını incelemektedir. Bunun ardından Türk sineması seyircisinin güldürü / komedi filmlerine yatkınlığını ve sinemanın Osmanlı Devleti'ne gelişinden bu yana ne şekilde değiştiği incelenmiştir. Çalışmada özellikle 2014-2024 yılları arasında sinemalarda gösterime girmiş film türlerinden seyircinin komedi filmlerine yönelimi üzerine istatistiki veriler araştırılarak bu veriler üzerinden Türk sineması seyircisinin izleme alışkanlığı analiz edilmiştir. Analiz sonucuna göre özellikle son yıllarda çeşitli değişkenlerden kaynaklanan sebeplerden ötürü Türkiye'de sinema seyircisinin sayısının belirgin bir şekilde düştüğü ve komedi / güldürü filmlerinin sinemada gösterime giren diğer film türleri arasında giderek daha az seyirci çektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışma, Türkiye'de sinema kültürünün tarihsel dönüşümünü ve komedi filmlerinin sinema salonlarındaki etkinliğini sayısal veriler temelinde inceleyen nicel bir çalışmadır. Çalışma kapsamında tarihsel araştırma yöntemi kullanılarak 1960-1975 ile 2014-2024 dönemleri arasındaki Türk sineması, özellikle komedi türü ekseninde karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Dönemsel sinema salonu sayıları, kişi başına düşen sinema bileti oranları, seyirci demografisi ve yıllık gişe istatistikleri gibi veriler irdelenmiştir. Bu veriler, istatistiki analiz teknikleriyle değerlendirilmiş ve yıl bazındaki seyirci sayıları, tür bazındaki gişe başarıları ve izleyici profili gibi ölçütler üzerinden grafiksel sınıflandırmalar yapılarak, film türlerinin izleyici nezdindeki dönüşümü yorumlanmıştır.

1. Gülme ve mizah

Gülme, yalnızca sosyal bir tepki değil, aynı zamanda beynin karmaşık bilişsel ve duygusal sistemlerinin ortak ürünü olan fizyolojik bir eylemdir. Mizah algısı, prefrontal korteks ve anterior cingulate cortex gibi bölgelerde bilişsel değerlendirmelerle başlar; ardından ventromedial prefrontal korteks ve nucleus accumbens gibi ödül merkezleri aktive olur. Bu süreç, mizahın hoş bir deneyim olarak algılanmasını sağlar. Gülme eyleminin kendisi ise beyinsapı ve hipotalamus gibi alanlarda düzenlenir ve istemsiz motor tepkiler şeklinde ortaya çıkar. Bu nörolojik bütünlük, mizahın insanlar arasında evrimsel olarak nasıl önemli bir sosyal bağ kurma aracı haline geldiğini de açıklar (Mobbs, vd., 2003, s. 548-550).

Gülme eylemi söz konusu olduğunda bu eylemin fizyolojik altyapısının yanı sıra psikolojik gerekliliği de son derece önemlidir. Gülme eylemi acı eşiğini yükselterek bireylerin fiziksel dayanıklılığını artırmakta ve bu etkinin temelinde endorfin salgılanması yer almaktadır. Endorfinler, hem ağrı algısını azaltan hem de mutluluk hissini pekiştiren doğal nörokimyasallardır. Özellikle Duchenne tipi sosyal gülmenin, sadece fizyolojik değil, aynı zamanda psikolojik ve sosyal düzeyde de olumlu etkiler yarattığı belirtilmektedir. Bu tür gülme, stresin azalmasına, olumsuz duyguların hafiflemesine ve grup içi bağlılığın güçlenmesine katkı sağlar (Dunbar vd., 2012, s. 1165).

Dolayısıyla, gülme yalnızca fiziksel bir tepki ya da ihtiyaç olarak değil, aynı zamanda sosyal bir canlı olan insanın psikolojik bir gereksinimi olarak da değerlendirilebilir. Tıpkı müzik, dans ve ritüeller gibi sosyal bağları güçlendiren gülme, bireyde hem ruhsal iyilik hali yaratmakta hem de toplumsal dayanışmayı destekleyen bir işlev görmektedir. Bu sayede gülme eylemi, beden ve zihin üzerinde çift yönlü iyileştirici bir etki ortaya koymaktadır. Bu fizyolojik ve psikolojik gerekliliğin sonucu olarak mizahi yaratım süreçlerinin gülme eylemi için önemli bir yer kaplaması daha net bir biçimde anlaşılabilecektir.

Mizahi yaratım süreçleri söz konusu olduğunda sonucu gülme eylemine varan süreçlerin çeşitli başlıklarda incelendiği söylenebilmektedir. Bu süreçlerden bahsedilebilmesi için temel koşullardan birisi zihnin işlem süreçlerinin aktif konumda bulunmasıdır. Yani mizahi bir yaratım sürecinde zihin, iletilen veriyi işlemeli ve bir sonuca varabilmelidir. Morreall (1997), gülme eyleminin hayvansal ve duygusal gülme olarak ikiye ayrıldığından bahsetmekte ve hayvansal gülmenin zihnin süzgecinden geçmeyen, tıpkı bebeklerdeki gıdıklanma eylemine verilen tepki gibi olduğundan söz etmektedir. Doğal olarak bu tip bir durumda mizahtan bahsetmek söz konusu olmayacaktır. Duygusal gülme meselesi ise mizahi yaratım süreci için gereken ilk yapı taşıdır. Bergson (2015), mizahi yaratım süreçlerini açıklarken denizde oluşan bir dalganın getirdiği köpükten bahsetmektedir. O'na göre bu köpük yok olduğunda ortaya suyun kendisinden daha acı bir tat çıkmaktadır. Bu köpük gülme olgusu, geriye bıraktığı acı tat ise mizahın kendisidir.

Gülme olgusu, mizahın anlamlandırılmasında temel bir kavram olarak görülmektedir. Morreall (1997), bu olguyu "gülme kuramları" başlığı altında incelemekte; Aristoteles (1987)'in de üzerinde durduğu uyumsuzluk (zıtlık) kuramı, komik unsurun uygunsuz, mantıksız ya da beklenmedik durumlara dayandığını göstermektedir. Örneğin, buzdolabında bir bowling topu görmek, mekânsal uyumsuzluk yoluyla gülme tepkisi yaratmaktadır. Bu doğrultuda, saçma ya da anlamsız mizahın bireyi öz değerlendirme sürecine sokmaksızın güldürebildiği anlaşılmaktadır.

Zıtlık kuramı, mizahın kaynağını, beklenenle karşılaşılan arasındaki uyumsuzlukta aramaktadır. Bu yaklaşıma göre, mizah, bireyin zihinsel şemalarıyla çelişen bir durumla karşılaştığında ortaya çıkmaktadır. Immanuel Kant ve Arthur Schopenhauer gibi filozofların öncülüğünde gelişen bu kuram, mizahi etkiyi yaratan unsurun, algılanan tezatlık ya da şaşırtıcı beklenmediklik olduğunu savunur. Tarihsel süreçte, bu teori farklı varyasyonlara ayrılmış; bazı araştırmacılar, zıtlığın sadece bilişsel değil, aynı zamanda estetik ya da etik boyutlara da sahip olduğunu ileri sürmüştür. Günümüzde ise zıtlık kuramı, mizah çalışmalarının en yaygın kabul gören çatılarından biri olarak değerlendirilmektedir ve mizahın bilişsel yönünü açıklamada başat rol oynamaktadır (Fedakâr, 2020, s. 56-57).

Üstünlük kuramında ise gülmenin, bireyin kendini karşısındakine üstün görme eğiliminden kaynaklandığı belirtilmektedir. Bu yaklaşım, gülmeyi bir "zafer gülüşü" olarak tanımlamakta, ancak tüm gülme biçimlerini açıklamada yetersiz kalmaktadır. Bu yaklaşıma göre, gülme eylemi, kişinin karşılaştığı bir eksiklik, hata ya da düşkünlük karşısında kendi konumunu yüceltmesinin bir dışavurumudur. Antik dönem filozoflarından başlayarak, Thomas Hobbes gibi düşünürler tarafından sistematik hale getirilen bu görüş, gülmenin özünde başkalarına yönelik bir küçümseme ve aşağılama olduğunu öne sürmektedir. Modern

dönem boyunca üstünlük kuramı, farklı teorisyenlerce geliştirilmiş ve mizahın sosyal işlevleriyle ilişkilendirilmiştir. Özellikle toplumsal normlara aykırı davranışların mizahla düzeltildiği ya da bireyler arası güç dengelerinin mizah yoluyla pekiştirildiği durumlar, bu teorinin kapsamına girmektedir (Fedakâr, 2020, s. 54-55).

Rahatlama kuramı ise gülmeyi, bastırılmış enerjinin dışavurumu olarak değerlendirmekte; Freud (1998)'a göre bu durum, bastırılan duyguların bir anda serbest bırakılmasıyla ortaya çıkmakta ve katarsis işlevi görmektedir. Tarihsel olarak, bu kuramın kökeni daha eski düşünürlere dayansa da modern anlamda Freud ve takipçileri tarafından sistemleştirilmiştir. Mizahın, bireyin toplumsal kısıtlamalara karşı geliştirdiği bir savunma mekanizması olarak işlev gördüğü bu yaklaşımda, gülmenin, psikolojik rahatlama ve ruhsal dengeyi sağlama yönündeki katkısı vurgulanmaktadır. Bu çerçevede, rahatlama kuramı, mizahı sadece sosyal değil, aynı zamanda bireysel iyilik haline hizmet eden bir araç olarak değerlendirmektedir (Fedakâr, 2020, s. 57-58).

Morreall (1997)'e göre mizah yalnızca bireysel düzeyde değil, toplumsal bağlamda da işlev görmektedir; espri yeteneği otoriter yönetimlerce dahi tam anlamıyla bastırılmamaktadır. Mizahın, kitleler üzerinde etkili olma potansiyeline sahiptir ve hoşgörü mizahın varlık koşuludur.

Mizahi üretim süreçlerinden bahsedilirken önemli bir zemin de toplumun ekonomik, kültürel, sosyal vb. durumlarıdır. Ortaya çıkan sonuç hem mizahi üretim süreçlerini gerçekleştirenler hem de mizahın sunulduğu kitle için ortak bir paydada buluşmayı gerektirir. Yani aslında mizahi üretim sürecinde etkileşimin sağlıklı olması son derece önemlidir. Kültürel farklılıklardan kaynaklanan ayrımlar, önceden bahsedilen bilişsel sürecin düzgün biçimde işletilememesine neden olabilmektedir. Mizahın anlamlı hale gelebilmesi için bu süreci sağlıklı işletebilecek bir alıcıya ihtiyaç vardır. Kısacası bir anlam çıkarabilmek için bahsedilen konuya vakıf olmak, bu bilişsel sürecin sağlıklı biçimde işletilmesi için ön koşullardan birisidir. Kişinin farkında olmadığı bir gerçeklik üzerine mizahi bir anlam kurgulanmaya çalışılması başarısız bir girişim olarak kalacaktır.

2. Türk sinemasının doğuşu ve ilk komedi filmlerinden 2000'li yıllara kadar komedi filmlerinin kısa bir tarihi

Mizahın Türk kültüründe önemli bir yerinin olduğu Karagöz-Hacivat, Ortaoyunu, Köy Seyirlik Oyunu, Meddah gibi çeşitli eğlencelere gösterilen ilgiden bilinmekle beraber, bu mizah anlayışı, önceki bölümde de söz edildiği üzere otoriter yönetime karşı da kullanıldığı görülmektedir. Kutay (2013), Osmanlı döneminde devletin ileri gelenlerinin pek çok karikatürde hicvedildiğinden bahsetmektedir. Bu örnekler arasında en bilinenlerinden olarak Şeyhülislam Musa Kâzım Efendi, Sadrazam İbrahim Hakkı Paşa ve Sadrazam Mahmud Şevket Paşa'nın kafalarının çeşitli sebzelerden dönüşerek ortaya çıktığı karikatür gösterilebilir. Bu karikatürün altında ise "Beldemizin Mahsülleri" yazmaktadır. Hiciv, mizahın bir türüdür. Halkın mecmualarda bu tarz karikatürleri görmesi ve bununla eğlenebilmesi son derece önemlidir.

1908'de İkinci Meşrutiyet'in ilanı ile birlikte, aynı yıl açılan ilk sinema salonu ve ardından gelen yeni salonlarla sinema, Osmanlı'da bağımsız bir eğlence aracı olarak yer edinmeye başlamıştır (Akgün Çomak, 2012, s. 300). 1914'e kadar film gösterimleri yaygınlaşmış, seanslar dolacak uzunlukta yapımlar sunulmuştur. Her ne kadar sinema Osmanlı topraklarına icadına yakın bir tarihte ulaşmış olsa da sektörün gelişimini destekleyecek ortam ancak ilerleyen yıllarda oluşabilmiştir. Sinemanın ülkemizdeki asıl gelişimi, Birinci Dünya Savaşı yıllarında başlamıştır. Savaş süresince Osmanlı Devleti yedi cephede mücadele vermiş, yalnızca Çanakkale Cephesi'nde zafer kazanmış, savaşın sonunda ise işgale uğramıştır.

Savaşlar genellikle gelişimi sekteye uğratsa da kimi zaman da yeni alanların doğmasına zemin hazırlamıştır. Nitekim, 1915'te kurulan Merkez Ordu Sinema Dairesi (MOSD), cephedeki askerleri, önemli olayları ve askeri faaliyetleri belgelemek amacıyla faaliyet göstermiştir. Alman ordusunda sinemanın propaganda aracı olarak kullanılmasından etkilenen Enver Paşa'nın girişimiyle, benzer bir yapılanma Osmanlı'da da oluşturulmuştur. Her ne kadar bu süreçteki gelişmeler tam anlamıyla belgelenmemiş olsa da MOSD'un çalışmaları sinemanın teknik olarak daha görünür ve uygulanabilir bir alana dönüşmesini sağlamıştır. Bu kurum, 1918'e kadar birçok belge film çekmiştir (Odabaş, 2012, s. 207). Aynı dönemde, Müdafaa-i Milliye Cemiyeti ve Donanma Cemiyeti de sinema üretimine adım atmıştır (Liman, 2011, s. 45). Ancak, Mondros Ateşkes Antlaşması'yla bu kurumlar tasfiye edilmiş, mevcut ekipmanlar ise Malul Gaziler Cemiyeti'ne devredilmiştir.

1914'ten itibaren savaşın gölgesinde sinema, Osmanlı'da hem dışarıdan gelen filmlerle hem de ilk yerli yapımlarla varlık göstermeye başlamıştır. Sinemanın Osmanlı'da yayılmasında etkili olan Sigmund Weinberg, Himmet Ağa'nın İzdivacı ve Leblebici Horhor filmleriyle denemeler yapmış, ancak tamamlayamamıştır; Leblebici Horhor'u yönetmen Fuat Uzkınay tamamlamıştır (Kaşıkçı, 2016 s. 14). Bunun yanında, Sedat Simavi'nin Pençe ve Casus, Ahmet Fehim Efendi'nin Mürebbiye ve Binnaz adlı yapımları, dönemin ilk film denemeleri arasında yer alır.

1910 yılında bir ramazan eğlencesi sonrasındaki film gösterimine ait afişte beş adet film denemesi karşısında "komik" ibaresi yer almaktadır (Özön, 2013, s. 42-43). Bu durum oldukça dikkat çekici olmasına rağmen Türk kültüründen gelen mizah sevgisi nedeniyle şaşırtıcı değildir.

Türk sinema tarihinde ilk komedi filmi girişimi, Donanma Cemiyeti'nin sahnelediği Tombul Aşığın Dört Sevgilisi adlı tiyatro eserinin sinemaya uyarlanmasıyla gerçekleşmiştir. Başrolde, dönemin önemli tiyatro sanatçılarından İsmet Fahri Gülünç'ün yer alması planlanmış, film çekimleri için Malul Gaziler Cemiyeti'nden kamera temin edilmiştir. Ancak iki kurum arasında yaşanan anlaşmazlık nedeniyle proje tamamlanamamış ve film yarım kalmıştır (Kaşıkçı, 2016, s. 15).

Türk sinemasının ilk tamamlanmış yerli komedi filmi ise 1921 tarihli Bican Efendi Vekilharç olarak kayıtlara geçmiştir. Bu film, İbnürrefik Ahmet Nuri Sekizinci'nin, Daniel Riche'in *Le prétexte* adlı Fransız oyunundan yaptığı uyarlamaya dayanmaktadır. Söz konusu eserde Bican Efendi karakteri aslında yan bir figürken, Şadi Fikret Karagözoğlu'nun başarılı performansı sayesinde halkın büyük beğenisini kazanmış ve bu ilgi filmin çekilmesinin önünü açmıştır.

Karagözoğlu'nun canlandığı Bican Efendi karakteri, sakarlığı ve beceriksizliğiyle tanınan, bir konakta vekilharç olarak görev yapan bir figürdür. Konağın beyi tarafından düzenlenecek eğlence için görevlendirilen Bican Efendi, hazırlık sürecinde yaptığı hatalar ve işgüzarlıklarıyla çevresindekilerin alay konusu olur. Satın aldığı bayat malzemeler nedeniyle aşçıyla tartışır; aşçı tarafından balıkla dövülür. Hazırlıkların başarısızlıkla sonuçlanmasının ardından, konaktakilere ders vermek amacıyla bir plan yapar: Saz ekibini ve dansözleri konağa davet eder; yasak olmasına rağmen eğlencenin başlamasını sağlar. Ancak planı beklediği gibi işlemez; konağı ihbar etmek için karakola giden Bican Efendi, sonunda kendisini suçlu durumda bulur ve karakoldan dayak yiyerek kovulur.

Bican Efendi tiplemesi, biçimsel olarak dönemin Avrupa sinemasında büyük yankı uyandıran Charlie Chaplin'in "Şarlo" karakteriyle benzerlikler taşır. Şarlo'nun şapkası yerini Bican Efendi'nin fesine, bastonu ise şemsiyeye bırakır. Her iki karakter de sakar ve beceriksizdir; ancak Şarlo'nun kurnaz yapısının aksine Bican Efendi, daha saf bir mizahi anlayışı temsil eder. Dolayısıyla bu iki karakter, mizahın işleniş biçimi açısından birbirinden ayrılır.

Dönemin önemli tanıklarından tiyatro ve sinema sanatçısı Vasfi Rıza Zobu da filmdeki deneyimlerini aktararak Bican Efendi karakterinin halk arasında ne denli meşhur olduğunu ifade etmiştir. Ona göre, Karagözoğlu'nun sahne performansı izleyicilerde derin bir iz bırakmış, tiplere adeta oyuncunun kimliğiyle özdeşleşmiş, Bican Efendi karakterine hayat veren Karagözoğlu, bu şöhreti kartvizitlerine "Bican Efendi" adını bastırarak uzun yıllar sürdürmüştür (Şekeroğlu, 1986).

Film, teatral öğelerin yanı sıra sinemaya özgü bu anlatım biçimleriyle de dikkat çeker. Savaş koşullarının zorluğu içinde dahi izleyicilerin ilgisini çeken bu yapımlar, devam filmleriyle bir seri haline gelmiştir. Bican Efendi serileri, yalnızca Türk sinemasının ilk komedi filmleri olarak değil, aynı zamanda ülkemizdeki ilk film serisi örneği olarak da değerlendirilmektedir. Ne var ki, sinemamızın bu erken dönemde ürettiği eserler, dönemin sosyal ve ekonomik şartları nedeniyle Batı sinemasındaki endüstriyel gelişimin gerisinde kalmıştır (Kaşıkçı, 2016, s. 20).

1917'den 1952'ye kadar uzanan dönemde, sinemamızda tiyatro kökenli isimlerin etkinliğinin ön planda olduğu görülür. Özellikle 1923 ile 1939 yılları arasında, yönetmen koltuğunda yalnızca Muhsin Ertuğrul'un oturduğu dikkat çeker. Tiyatro sahnesinde önemli bir yere sahip olan Ertuğrul'un sinemadaki bu dönemi, birçok ilke sahne olmuştur. Ülkemizin ilk özel film yapım firması olan Kemal Film, çalışmalarına Muhsin Ertuğrul'un katkılarıyla başlamıştır. Aynı zamanda, teknik donanımların Türkiye'ye kazandırılması da bu yılların önemli kazanımları arasındadır. İlk film stüdyosunun faaliyete geçmesi, dublaj uygulamalarının başlaması, renkli ve sesli film girişimlerinin ortaya çıkması gibi gelişmeler, ya doğrudan Ertuğrul'un elinden çıkmış ya da onun öncülüğünde hayata geçirilmiştir. Ertuğrul'un çektiği 29 filmin büyük çoğunluğu tiyatrodan veya yabancı filmlerden uyarılma olup bunların yarıya yakını komedi filmidir.

1950'li yıllarla birlikte sinemamızda bir anlatım dili oluşmuş, seyirci de Türk sinemasını sahiplenmeye başlamıştır. Bu dönemde çok fazla komedi filmi çekilmese de önemli bir gelişme olarak mizaha farklı bir bakış açısı getiren Atıf Yılmaz, 1957 yılında çektiği "Gelinin Muradı" filmiyle Türk sinemasına kasaba güldürüsünü getirmiştir. Yılmaz da bu türde kendisini başarılı bulduğunu belirtmektedir (Kotan, 2015, s. 41).

Türk sinemasının altın çağı olarak nitelendirilen 1960-1975 yılları arasında mizahın en karamsar konuları anlatan filmlerde bile kullanıldığı görülmektedir. Aile güldürüleri olarak adlandırılan filmlerin de bu dönemde çekildiği görülmektedir. Bu yıllarda üretilmiş olan filmlerin konularının halkın kendisinden gelmesi sonucunda mizahın da oldukça önemli bir yere sahip olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. 1970'li yıllara girildiğinde ülkenin içinde bulunduğu ekonomik kriz, ideolojik çatışmalar ve televizyonun yaygınlaşması gibi sebeplerle büyük bir erotik film furysı başlamıştır. İlginç olan konulardan biri bu erotik filmlerin büyük çoğunluğunun seks güldürüsü olmasıdır. Bu gelişmelerin yanı sıra 1970'li yıllarda Ertem Eğilmez de aile güldürüleri çekmiş, dramı ve güldürüyü aynı potada başarıyla eritmeyi başararak günümüzde bile tekrar tekrar izlenen filmleri Türk sinemasına kazandırmıştır.

1980'li yıllara girildiğinde ülkenin içinde bulunduğu toplumsal şartları hicveden, mizahi yönü kuvvetli filmlerin çekildiği görülmektedir. 1970'lerin ortalarında sektöre senaryo yazarı olarak giren Yavuz Turgul'un 1980'lerde önemli hiciv filmlerinin de senaristi olduğu görülmektedir. Bu filmler arasında *Banker Bilo* (Ertem Eğilmez, 1980), *Davaro* (Kartal Tibet, 1981), *Hababam Sınıfı Güle Güle* (Ertem Eğilmez, 1981), *Çiçek Abbas* (Sinan Çetin, 1982), *Şekerpare* (Kartal Tibet, 1983), *Züğürt Ağa* (Nesli Çölgeçen, 1985) gibi filmler vardır. Yine yönetmenliğini Yavuz Turgul'un yaptığı *Muhsin Bey* de toplumdaki arabesk yozlaşmasını hicveden bir film olarak başarılı bir örnektir. 1970'li "İnek Şaban" karakterini oynayan Kemal Sunal'ın 1980'lerde "Şaban" karakterini bu sefer dönemin siyasi olaylarına gönderme yaparak *Orta Direk Şaban*, *Katma Değer Şaban* gibi filmlerde yeniden canlandığı görülmektedir.

1990'lardan itibaren özel televizyonların yaygınlaşmasıyla birlikte, geçmiş yılların Türk komedi filmleri bu kanallarda sıklıkla yayınlanmıştır. Özel televizyonların etkisiyle birlikte sinemalara giden seyirci sayısında ciddi bir düşüş yaşanmış, sinema salonlarının sayısı da oldukça azalmıştır. Türkiye'deki sinema salonu sayısı 1980'de 941 iken 1990 yılına gelindiğinde bu rakamın 354'e gerilediği görülmektedir. 2000 yılına kadar sinema salonu sayısı ancak 606'ya ulaşabilmiş, geçen 20 yılda 1980 yılındaki mevcut sinema salonu sayısına yaklaşamamıştır (Kaşıkçı, 2016, s.49).

3. Türk sinemasında 1960 – 1975 yılları arası ile 2015 yılının sayısal verilerle kısa bir analizi

Konda (2012) şirketinin yapmış olduğu “Türkiye Aile Yapısı” çalışmasına göre araştırmaya katılanların %53,7'si henüz ailecek sinemaya veya tiyatroya gitmemiştir. Türk Sinemasının altın çağı olarak kabul edilen 1960-1975 yıllarında üretilen filmler için o dönemin önemli senaristlerinden Bülent Oran şunları aktarmaktadır: “O dönem seyircisi aile seyircisi olarak tabir ediliyor. Yani ailece çoluk çocuk beraber izleyip anlayıp çıkabileceği filmler yapılıyor. Ne sadece ev hanımlarına, ne sosyetik hanımlara... Ortalama bir beğeni. Ama en ön planda kadın, ilk planda ana seyircimiz kadın. Sonra çocuk” (Türk, 2004 s. 200).

2013 yılında Türkiye'nin en geniş sinema salonu ağına sahip olan Mars Entertainment Group tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, sinema izleyicilerinin %61'inin AB gelir grubunda yer aldığı tespit edilmiştir. Bu bulgu, sinema izleme alışkanlığının daha çok yüksek gelir düzeyine sahip bireyler arasında yaygınlaştığını ortaya koymaktadır. Aynı raporda, sinema seyircilerinin %77'sini 15-29 yaş aralığındaki gençlerin oluşturduğu vurgulanmıştır. Öte yandan, şirketin 2012 yılına ait verileri, sinema izleyicilerinin %57'sinin erkeklerden meydana geldiğini, ev kadınlarının ise yalnızca %4'lük bir oranla sinema salonlarına katılım sağladığını göstermektedir (Kaşıkçı, 2016, s. 48).

Türkiye'nin nüfusu 1970 yılında 35.605.176 olarak tespit edilmiştir (TÜİK, 2014, s. 5). Bununla birlikte aynı yılda Türkiye'deki sinema salonu sayısı 2424 ve bu salonlardaki toplam sinema koltuğu sayısı 1.164.769 olarak belirtilmiştir (Devlet İstatistik Enstitüsü, 1970). Bu verilere dayanarak 1970 yılında Türkiye'de kişi başına düşen sinema koltuğu sayısı 30'dur. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK, 2016a) haber bültenine göre Türkiye'nin 2015 yılındaki nüfusu 78.741.053'tür. Aynı yılda sinema salonu sayısı 2356, sinema koltuğu sayısı ise 297.610'dur (TÜİK, 2016b). 2015 yılında kişi başına düşen sinema koltuğu sayısı yaklaşık olarak 264'tür. Bu noktada belirtmek gerekir ki 2015 yılında kişi başına düşen sinema koltuğu sayısının artması sinemalardaki filmlerin çok fazla izlendiği gibi bir algı oluşturmaktadır.

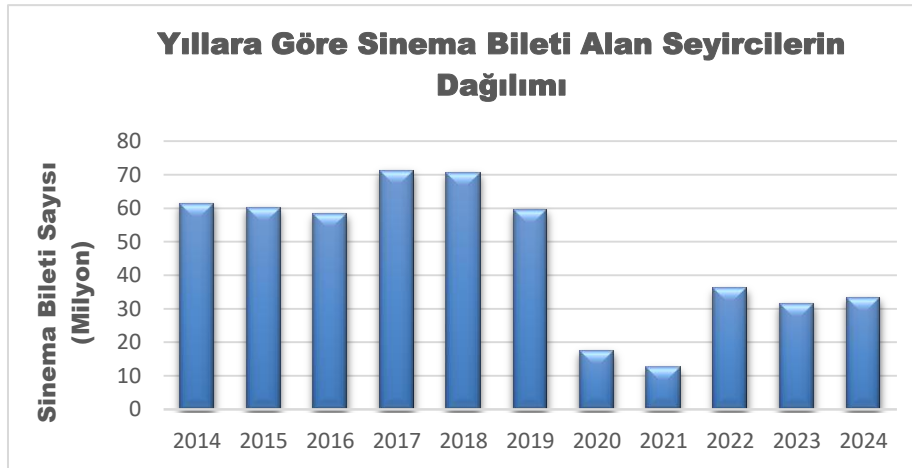
1970 yılından 2015 yılına kadar Türkiye'nin nüfusu yaklaşık olarak iki katına çıkmıştır. Ancak bu nüfus artışına paralel olarak, sinema salonlarını ziyaret eden seyirci sayısında önemli bir düşüş gözlemlenmiştir. Örneğin, 1969 yılında İstanbul'da toplamda 298 sinema salonu bulunmakta olup, bunlardan 110'u kapalı, 188'i ise açık hava sinemasıdır. Aynı dönemde, İstanbul'da bir yıl içerisinde satılan bilet sayısının 50 milyonun üzerinde olduğu kaydedilmiştir (Coş, 1969). 1965 yılında İstanbul'un nüfusunun 1.750.642, sadece İstanbul'da sinemaya giden kişi sayısının 41.417.000 olduğu göz önünde bulundurulduğunda, o yıl kişi başına düşen sinema bileti sayısının 23,6 olduğu tespit edilebilecektir. Bu durum, İstanbul'daki her bireyin yılda yaklaşık 23-24 kez, yani her ay ortalama iki defa sinemaya gitmiş olduğunu göstermektedir (Kaşıkçı, 2016, s. 52). Konda (2012) şirketinin “Türkiye Aile Yapısı” araştırmasında katılımcıların %53,7'sinin henüz ailecek sinemaya, tiyatroya gitmediği verisiyle 1960-1975 yılları arasında üretilen filmlerin aile için yapıldığı verisi birleştirildiğinde 2000'li yıllardan itibaren sinemada gösterilen filmlerin aslında “seyirci rekoru” kırdığı yönündeki düşüncenin son derece yanlış olduğu ortaya çıkacaktır.

1960-1975 yılları arasında Türkiye'de sinema, hem devletin hem de özel sektörün desteklerinden yoksun kalmıştır. Sinemanın devletin politikalarında yer almaması, aynı

zamanda sansürle karşı karşıya kalınmasına neden olmuştur. Sinemacılar, filmlerinin sansür kuruluna takılmaması adına senaryo aşamasında oto-sansür uygulamış ve “sansür senaryosu” hazırlatarak filmlerini denetimden geçirmeye çalışmışlardır. Ayrıca, ithalat kısıtlamaları nedeniyle teknik ekipman temini güçleşmiş, ham film kotaları ve maddi yetersizlikler gibi engeller de sinemacılar için büyük zorluklar oluşturmuştur. Ancak günümüzde, dijital teknolojilerin gelişimiyle birlikte ham filme olan ihtiyaç ortadan kalkmış, laboratuvar işlemleri büyük ölçüde azalmış ve devlet ile özel sektör destekleri sayesinde sinema üretimi daha erişilebilir hale gelmiştir. Teknik ekipmanlara erişim kolaylaşmış, teknoloji sayesinde daha önce zor olan çekimler artık daha hızlı ve kolay yapılabilmektedir. Bununla birlikte, 2015 yılında vizyona giren film sayısının, 1960-1975 yılları arasındaki ortalama ile karşılaştırıldığında çok daha düşük olduğu görülmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre, 1970 yılında satılan sinema bileti sayısı 246 milyon 662 bin 310 olarak kaydedilmişken, 2015 yılında bu rakam 57 milyon 148 bin 11’e gerilemiştir. 2015 yılında Türkiye’de kişi başına düşen sinema bileti sayısı 0,7, 1970 yılında ise bu sayı 6,9 olarak tespit edilmiştir (Kaşıkçı, 2016, s. 55-56).

4. 2014-2024 yılları arasında türk sinemasında komedi filmlerine ait bazı sayısal veriler ve bu verilerin analizi

Önceki bölümde Türk sinemasının 1960-1975 yılları ile 2015 yılına ait 55 yıllık geçmişi değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeye sinema seyircisine, sinema salonlarına, sinema biletlerine, sinemalardaki koltuk sayılarına ait bazı sayısal veriler analiz edilmiştir. Bu veriler ışığında sinema seyircisinin önceki yıllardan oldukça düşük bir seviyede olduğu, salon sayılarındaki ve sinema koltuğu sayılarındaki artışın aslında suni bir artış olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu bölümde ise 2014-2024 yılları arasında sinemalarda gösterime girerek en çok seyirciyi çeken filmlerin türleri, satılan film biletleri, komedi filmlerinin genel sinema izleyicisi arasındaki yüzdelik dilimleri, geçen yıllarda sinemalarda gösterilen filmlerin türlerindeki değişim ve komedi filmlerinin seyirci sayıları incelenecektir.



Tablo 1. 2014 – 2024 yılları arasında satılan sinema bileti sayısı

Yıl	Toplam seyirci sayısı	İlk 10'daki komedi filmi sayısı	İlk 10'daki komedi filmlerinin seyirci sayısı	İlk 10'daki diğer film türlerinin seyirci sayısı	İlk 10'daki filmlerin toplam seyirci sayısı	İlk 10'da yer bulan komedi filmlerinin seyirci sayılarının diğer türlere oranı (%)
2014	61.245.258	7	24.629.067	4.688.547	29.317.614	84,0%
2015	60.228.409	5	12.423.961	11.073.659	23.497.620	52,9%
2016	58.287.772	7	10.811.383	6.435.262	17.246.645	62,7%
2017	71.188.594	6	20.510.382	11.113.127	31.623.509	64,9%
2018	70.409.779	7	22.102.373	10.192.869	32.295.242	68,4%
2019	59.556.020	2	7.524.226	18.354.480	25.878.706	29,1%
2020	17.415.304	5	7.363.074	6.029.632	13.392.706	55,0%
2021	12.488.382	1	930.822	7.378.715	8.309.537	11,2%
2022	36.198.982	0	0	20.527.670	20.527.670	0,0%
2023	31.542.707	2	2.803.596	13.727.130	16.530.726	17,0%
2024	33.150.534	2	4.244.239	11.202.052	15.446.291	27,5%

Tablo 2. 2014 – 2024 yılları arasında sinemada en çok izlenen ilk on filme ait sayısal veriler

2014 yılında en çok izlenen ilk on filmde 7'si komedi filmi ve bu filmlerin toplam seyirci sayısı 24.629.067'dir (URL1). İlk 10'a giren filmlerden komedi türü dışında olan 3 film bulunmakla beraber bu filmlere giden seyirci sayısı 4.688.547 olarak görülmektedir. Bu bağlamda ilk 10'da komedi filmlerini seçenlerin sayısı ilk 10'a giren tüm filmlerin seyirci sayılarının %84'ünü oluşturmaktadır.

2015 yılında en çok izlenen ilk on filmde 5'i komedi filmi ve bu filmlerin toplam seyirci sayısı 12.423.961'dir (URL 2). İlk 10'a giren filmlerden komedi türü dışında olan 5 film bulunmakta ve bu filmlere giden seyirci sayısı 11.073.659 olarak görülmektedir. Bu bağlamda, ilk 10'da komedi filmlerini seçenlerin sayısı ilk 10'a giren tüm filmlerin seyirci sayılarının %52,9'unu oluşturmaktadır.

2016 yılında en çok izlenen ilk on filmde 7'si komedi filmi ve bu filmlerin toplam seyirci sayısı 10.811.383'tür (URL 3). İlk 10'a giren filmlerden komedi türü dışında olan 3 film bulunmakta ve bu filmlere giden seyirci sayısı 6.435.262 olarak görülmektedir. Bu bağlamda, ilk 10'da komedi filmlerini seçenlerin sayısı ilk 10'a giren tüm filmlerin seyirci sayılarının %62,7'sini oluşturmaktadır.

2017 yılında en çok izlenen ilk on filmde 6'sı komedi filmi ve bu filmlerin toplam seyirci sayısı 20.510.382'dir (URL 4). İlk 10'a giren filmlerden komedi türü dışında olan 4 film bulunmakta ve bu filmlere giden seyirci sayısı 11.113.127 olarak görülmektedir. Bu bağlamda, ilk 10'da komedi filmlerini seçenlerin sayısı ilk 10'a giren tüm filmlerin seyirci sayılarının %64,9'unu oluşturmaktadır.

2018 yılında en çok izlenen ilk on filmde 7'si komedi filmi ve bu filmlerin toplam seyirci sayısı 22.102.373'tür (URL 5). İlk 10'a giren filmlerden komedi türü dışında olan 3 film bulunmakta ve bu filmlere giden seyirci sayısı 10.192.869 olarak görülmektedir. Bu bağlamda, ilk 10'da komedi filmlerini seçenlerin sayısı ilk 10'a giren tüm filmlerin seyirci sayılarının %68,4'ünü oluşturmaktadır.

2019 yılında en çok izlenen ilk on filmde 2'si komedi filmi ve bu filmlerin toplam seyirci sayısı 7.524.226'dır (URL 6). İlk 10'a giren filmlerden komedi türü dışında olan 8 film bulunmakta ve bu filmlere giden seyirci sayısı 18.354.480 olarak görülmektedir. Bu bağlamda, ilk 10'da komedi filmlerini seçenlerin sayısı ilk 10'a giren tüm filmlerin seyirci sayılarının %29,1'ini oluşturmaktadır.

2020 yılında en çok izlenen ilk on filmde 5'i komedi filmi ve bu filmlerin toplam seyirci sayısı 7.363.074'tür (URL 7). İlk 10'a giren filmlerden komedi türü dışında olan 5 film bulunmakta ve bu filmlere giden seyirci sayısı 6.029.632 olarak görülmektedir. Bu bağlamda,

ilk 10'da komedi filmlerini seçenlerin sayısı ilk 10'a giren tüm filmlerin seyirci sayılarının %55'ini oluşturmaktadır.

2021 yılında en çok izlenen ilk on filmde 1'i komedi filmi ve bu filmin seyirci sayısı 930.822'dir (URL 8). İlk 10'a giren filmlerden komedi türü dışında olan 9 film bulunmakta ve bu filmlere giden seyirci sayısı 7.378.715 olarak görülmektedir. Bu bağlamda, ilk 10'da komedi filmini seçenlerin sayısı ilk 10'a giren tüm filmlerin seyirci sayılarının %11,2'sini oluşturmaktadır.

2022 yılında en çok izlenen ilk on filmde hiçbir komedi türünde değildir. İlk 10'a giren filmlerden tamamı komedi türü dışında yer almakta ve bu filmlere giden seyirci sayısı 20.527.670 olarak görülmektedir (URL 9). Bu bağlamda, ilk 10'da komedi filmlerini seçenlerin oranı %0,0 olarak kaydedilmektedir.

2023 yılında en çok izlenen ilk on filmde 2'si komedi filmi ve bu filmlerin toplam seyirci sayısı 2.803.596'dır (URL 10). İlk 10'a giren filmlerden komedi türü dışında olan 8 film bulunmakta ve bu filmlere giden seyirci sayısı 13.727.130 olarak görülmektedir. Bu bağlamda, ilk 10'da komedi filmlerini seçenlerin sayısı ilk 10'a giren tüm filmlerin seyirci sayılarının %17'sini oluşturmaktadır.

2024 yılında en çok izlenen ilk on filmde 2'si komedi filmi ve bu filmlerin toplam seyirci sayısı 4.244.239'dur (URL 11). İlk 10'a giren filmlerden komedi türü dışında olan 8 film bulunmakta ve bu filmlere giden seyirci sayısı 11.202.052 olarak görülmektedir. Bu bağlamda, ilk 10'da komedi filmlerini seçenlerin sayısı ilk 10'a giren tüm filmlerin seyirci sayılarının %27,5'ini oluşturmaktadır. Özellikle 2024 yılında animasyon filmlerinin belirgin bir baskınlığı olduğu görülmektedir. İlk 10'a giren filmlerden 5 tanesi animasyon filmidir.

Genel bir değerlendirme yapıldığında 2014-2018 yılları arasında Türkiye'de sinema seyircisi tercihlerinde komedi türünün baskın olduğu görülmektedir. Bu dönemde ilk 10'a giren filmler arasında komedinin payı %52,9 ile %84 arasında değişmiş, en yüksek seviyesine ise 2014 yılında ulaşmıştır. Ancak 2019 yılı itibarıyla bu oran keskin bir düşüş göstermiş, komedinin ilk 10'daki payı %29,1'e gerilemiştir. 2022 yılında ise komedi türü, ilk 10'a giren filmler arasında yer bulamamış, oran sıfırlanmıştır. 2023 ve 2024 yıllarında %17 ve %27,5'lik kısmi bir toparlanma gözlenmekle birlikte komedi filmlerinin eski hâkimiyetinden uzak bir tablo ortaya çıkmıştır. Son yıllarda ise özellikle animasyon türündeki filmlerin ilk 10 sıralamasında belirgin bir artış gösterdiği gözlemlenmektedir.

2015 yılında kurulan Blu TV, Türkiye'nin ilk yerli dijital platformu olarak içerik üretmeye başlamış, günümüzde Max adı altında hizmetine devam etmektedir. Türkiye'de dijital platformların yaygınlaşması, 2016 yılında Netflix'in ülkeye girmesiyle hız kazanmıştır. Puhu TV, 2016 yılında reklam destekli yayınlar sunmaya başlamış; 2020 yılında kurulan GAİN, mobil cihazlar üzerinden izlenebilecek kısa diziler üreterek, dijital platform pazarında kendine yer edinmiştir. 2021 yılında kurulan EXXEN ise, komedi türündeki içeriklerle hızla abone kitlesi oluşturmuş ve Türkiye dijital platform pazarına giriş yapmıştır (Kocagür, 2022, s. 75-76).

Türkiye'de dijital platformların yükselişi hem yayıncılık sektöründe hem de izleyici alışkanlıklarında önemli değişimlere yol açmaktadır. Yapımcılar dijital platformlarla iş birliğini artırırken, izleyiciler de esnek, reklamsız ve içerik çeşitliliği sunan bu platformlara yönelmektedir. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların %43,89'u günde 1-3 saat Netflix izlerken, geleneksel televizyon izleyenlerin oranı %26,23'te kalmıştır. Haftalık verilerde de benzer şekilde dijital platformlara kayda değer bir yönelim gözlemlenmiştir (Sarı, Ü., & Türker, H, 2021, s. 73).

Görüldüğü gibi 2015 yılından itibaren Türkiye'de dijital içerik sağlayıcıları yoğun olarak sektöre giriş yapmış, sinema ve televizyon seyircisi de bu platformları tercih etmeye başlamıştır. 2019 yılının sonunda ortaya çıkan COVID-19 pandemisinin sonucunda tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de pek çok sektör gibi sinema sektörü de durma noktasına

gelmiş, 2020 yılının sinema seyircisi bir önceki yıla göre %70,8 oranında azalırken sinema filmlerinin elde ettiği hasılat da bir önceki yıla göre %69,4 oranında azalmıştır. Dijital platformlar COVID-19 pandemisi süresince eve kapanan insanlar için önemli bir alternatif olmuştur. Bu platformların sunduğu içerik çeşitliliği ve bu içeriklere ulaşımın izleyici açısından kolaylığı bu oranlardaki değişimin başlıca sebeplerinden biri olarak düşünülebilir. Türk sinemasında komedi filmlerinin belli başlı isimlerin filmleriyle sürdürülmesi ancak bahsi geçen sebeplerden ötürü bu isimlerin üretimlerini dijital platformlarda yayınlamaya başlamaları, seyircinin sinemada komedi filmi izlemek yerine bu platformlarda izlemeyi tercih ettiğine kanıt olarak sunulabilir. Bununla birlikte 2015 yılında ortalama sinema bileti fiyatı 11,27 TL’yken 2024 yılında bu fiyat ortalama 150,64 TL bandına yükselmiştir (URL 12). Dijital içerik platformlarından Netflix’in aylık üyelik fiyatı 149,99 TL’den başlamaktadır (URL 13). Diğer bir dijital içerik platformu olan Max’in yıllık abonelik fiyatı 2299 TL’dir (URL 14) bu plan aylık olarak hesaplanınca yaklaşık 191,5 TL’ye denk gelmektedir. Başka bir dijital içerik platformu olan Gain’in aylık abonelik ücreti ise 149 TL’dir (URL 15). Dijital içerik platformlarının özellikle uzun vadeli plan politikalarının kullanıcılar için avantajları göz önünde bulundurulunca sinema bileti fiyatlarındaki artışın da sinemaların seyirci kaybındaki önemli etkenlerden biri olduğu düşünülmektedir.

Sonuç

Türk sinemasının tarihsel gelişim süreci, yalnızca sanatsal üretim biçimlerinin değil, aynı zamanda toplumsal eğilimlerin, seyirci davranışlarının ve kültürel tüketim alışkanlıklarının da değişimine ışık tutmaktadır. Bu çalışmada, 1960–1975 dönemi ile 2014–2024 arası Türk sinemasına ait sayısal veriler karşılaştırmalı olarak incelenmiş, özellikle komedi türü üzerinden seyircinin sinema ile kurduğu ilişki irdelenmiştir.

1960–1975 yılları arası Türk sinemasında, özellikle de Yeşilçam döneminde, sinema toplumsal hayatın önemli bir parçası olduğu görülmüştür. Bu dönemdeki yapımlar, toplumun geniş kesimlerine hitap eden, ailece izlenebilecek filmler olarak öne çıkmış; senaryolar “ortalama beğeni” ye göre şekillenmiş ve izleyicilerin büyük bir kısmı kadınlar ve çocuklar olarak belirlenmiştir. Bu sinema anlayışı, halkın günlük hayatındaki problemleri yansıtan, umut, aşk, acı ve özellikle “gülme” duygusunu barındıran hikâyelerle sinemayı bir toplumsal eğlence alanına dönüştürmüştür. Seyircinin yoğun ilgisi, dönemin salon sayılarında, koltuk kapasitelerinde ve bilet satışlarında açıkça görülmektedir. Örneğin, 1970 yılında kişi başına düşen sinema bileti sayısının 6,9 olması, sinema kültürünün yaygın ve içselleştirilmiş olduğunun göstergesidir.

Buna karşılık, 2015 yılına gelindiğinde sinema salonlarının sayısında ve teknolojik donanımında belirgin bir artış yaşanmasına rağmen, seyirci sayısı ve sinema kültürü önceki dönemle kıyaslandığında belirgin biçimde gerilemiştir. 2015’te kişi başına düşen sinema bileti sayısının yalnızca 0,7 olması, sinemanın artık kitlelerin ortak sosyalleşme alanı olmaktan uzaklaştığını göstermektedir. Ayrıca, ev kadınlarının sinema izleyicileri içindeki payının yalnızca %4 olması, sinemanın toplumun tüm kesimlerine hitap etme niteliğini büyük ölçüde kaybettiğine işaret etmektedir. Mars Entertainment Group’un 2013 verilerine göre sinema izleyicilerinin çoğunluğunu (%61) AB gelir grubuna mensup bireylerin oluşturması da sinema izleyicisinin giderek daha seçkin ve dar bir sosyoekonomik profile sıkıştığını göstermektedir.

2014–2024 yılları arasında komedi türünün seyirci nezdinde nasıl bir değişim geçirdiği ise bu çözülmeyle daha da görünür kılınmaktadır. 2014–2018 arasında komedi filmleri gişede baskın tür olarak öne çıkmış ve en çok izlenen ilk 10 film listelerinde büyük pay almıştır. Ancak bu eğilim 2019’dan sonra kırılmış; 2022 yılında ilk 10 film arasında hiçbir komedi filmi yer almamıştır. 2023 ve 2024 yıllarında kısmi bir toparlanma gözlense de komedi filmlerinin toplam seyirci içerisindeki oranı %17–27 bandında kalmıştır. Bu dramatik düşüş,

gölme ihtiyacının artık sinema salonlarında değil, başka mecralarda giderilmeye başlandığını düşündürmektedir. Bu durum, Türk sinemasının geleneksel işlevlerinden biri olan “toplumsal rahatlatma ve ortak gülme” alanı oluşturma özelliğini büyük ölçüde yitirdiğini göstermektedir.

Komedi türündeki bu gerilemenin birkaç temel nedeni gözlemlenmektedir. İlk olarak, belirli başlı komedi yapımcılarının sinema yerine başka mecralara yönelmesi, türün sinema salonlarındaki temsilini zayıflatmıştır. İkinci olarak, COVID-19 pandemisinin tüm sektörlerde olduğu gibi sinema sektöründe de büyük bir negatif etki bırakması, sinema salonlarının uzun süreler kapalı kalması tüm film türlerinde olduğu gibi komedi filmlerine olan ilgiyi de azaltmıştır. Üçüncü olarak, artan sinema bileti fiyatları sinema salonlarına erişimi ekonomik açıdan sınırlandırmış, özellikle alt ve orta gelir gruplarının sinemaya gitme sıklığını azaltmıştır. Bilet fiyatlarındaki artışla dijital içerik platformlarındaki aylık üyelik fiyatları göz önünde bulundurulunca dijital içerik platformlarının seyirci açısından daha cazip olduğu gözlemlenmektedir.

Tüm bu veriler, Türk sinemasının tarihsel olarak sahip olduğu toplumsal kapsayıcılığı zamanla yitirdiğini, seyirci profilinin daraldığını ve komedi gibi kitlesel türlerin eski gücünü kaybettiğini ortaya koymaktadır. Bu durum yalnızca sinema endüstrisinin değil, aynı zamanda seyirci kimliğinin de dönüşümde olduğunu göstermektedir. 1960’lı ve 1970’li yıllarda halkın “gölmek” ve “birlikte vakit geçirmek” amacıyla doldurduğu sinema salonları, günümüzde yerini daha bireysel ve seçici izleme biçimlerine bırakmış; sinema giderek toplumun dar bir kesiminin tükettiği bir alan haline gelmiştir.

Kaynakça

- Akgün Çomak, N. (2012). Türk sinemasında ordu-merkezli sinema dairesinin önemi ve yeri: sinemanın doğuşu ve ülkemize girişi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7, 297-304.
- Aristoteles. (1987). *Poetika* (İ. Tunalı, Çev.). Remzi Kitabevi.
- Bergson, H. (2015). *Gölme: Komiğin anlamı üstüne deneme* (Y. Avunç, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Coş, N. (1969). İstanbul’un sinemaları. *AS Akademik Sinema-Aylık Filmcilik ve Sinemacılık Dergisi*, 4, 11-20.
- Devlet İstatistik Enstitüsü (1973). Kültür ve eğlence yerleri istatistikleri 1970. DİE.
- Dunbar, R. I. M., Baron, R., Frangou, A., Pearce, E., Van Leeuwen, E. J. C., Stow, J., ... & Van Vugt, M. (2012). Social laughter is correlated with an elevated pain threshold. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, 279(1731), 1161-1167.
- Fedakâr, S. (2020). An evaluation on classification of humor theories. *Millî Folklor*, 32(126), 52-62.
- Freud, S. (1998). *Espriler ve bilinçdışı ile ilişkileri* (E. Kapkın, Çev.). Payel Yayınları.
- Kaşıkcı, S. (2016). 2000 sonrası Türk sinemasında mizah anlayışı ve toplum üzerindeki etkileri (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- Kocagür, S. C. (2022). Türkiye’deki dijital platformlar ve değişen içerik biçimi: tek sezonluk diziler. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 20, 70-91.
- Konda. (2012). Türkiye aile yapısı: Ocak 2012 araştırma raporu. Erişim adresi (12 Ocak 2025): <https://konda.com.tr/uploads/konda-1201-turkiye-aile-yapisi-93a9aeea385aabffd0ff8b4476e139762a0820b453fd706dc15b497ce4335baa.pdf>
- Kotan, S. (2015). Atıf Yılmaz filmlerinde kadının temsili (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Kutay, C. (2013). *Osmanlı’da mizah*. Acar Bilgi Merkezi Yayınları.
- Liman, A. S. (2011). Türk sinemasının ilk yıllarında çekim sonrası üretim ve teknik altyapı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 40, 37-52.

- Mobbs, D., Greicius, M. D., Abdel-Azim, E., Menon, V. ve Reiss, A. L. (2003). Laughter, humor and the brain. *Trends in Cognitive Sciences*, 7(12), 548–555.
- Morreall, J. (1997). *Gülmeyi ciddiye almak* (K. Aysevener & Ş. Soyer, Çev.). İris Yayıncılık.
- Odabaş, B. (2012). Türk sinemasının kuruluşunda ordunun rolü, belgesel film ve kurtuluş savaşı filmleri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 24, 205-212.
- Özön, N. (2013). *Türk sineması tarihi 1896-1960*. Doruk Yayıncılık.
- Sarı, Ü., & Türker, H. (2021). Dijital platform kullanıcılarının izleme alışkanlıklarına yönelik bir araştırma: Netflix örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 59-80.
- Şekeroğlu, S. (Yönetmen). (1986). Türk Sineması Sözlü Tarih Araştırma Projesi Kayıtları: Türk Sinema Tarihi Belgeseli 2 [Belgesel film]. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sinema-TV Merkezi.
- Türk, İ. (2004). *Senaryo Bülent Oran*. Dergah Yayınları.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2014). İstatistik göstergeler (Yayın No. 4361). <http://www.tuik.gov.tr>
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2016a, 28 Ocak). Haber bülteni (Sayı: 21507). <https://www.tuik.gov.tr>
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2016b, 29 Haziran). Haber bülteni (Sayı: 21542). <https://www.tuik.gov.tr>
- URL1. Box Office Türkiye. 2014 yılı tüm filmler. Erişim adresi (5 Ocak 2025): <https://boxofficeturkiye.com/yillik/2014/tum-filmler>
- URL 2. Box Office Türkiye. 2015 yılı tüm filmler. Erişim adresi (5 Ocak 2025): <https://boxofficeturkiye.com/yillik/2015/tum-filmler>
- URL 3. Box Office Türkiye. 2016 yılı tüm filmler. yılı tüm filmler. Erişim adresi (5 Ocak 2025): <https://boxofficeturkiye.com/yillik/2016/tum-filmler>
- URL 4. Box Office Türkiye. 2017 yılı tüm filmler. yılı tüm filmler. Erişim adresi (5 Ocak 2025): <https://boxofficeturkiye.com/yillik/2017/tum-filmler>
- URL 5. Box Office Türkiye. 2018 yılı tüm filmler. yılı tüm filmler. Erişim adresi (5 Ocak 2025): <https://boxofficeturkiye.com/yillik/2018/tum-filmler>
- URL 6. Box Office Türkiye. 2019 yılı tüm filmler. yılı tüm filmler. Erişim adresi (5 Ocak 2025): <https://boxofficeturkiye.com/yillik/2019/tum-filmler>
- URL 7. Box Office Türkiye. 2020 yılı tüm filmler. yılı tüm filmler. Erişim adresi (5 Ocak 2025): <https://boxofficeturkiye.com/yillik/2020/tum-filmler>
- URL 8. Box Office Türkiye. 2021 yılı tüm filmler. yılı tüm filmler. Erişim adresi (5 Ocak 2025): <https://boxofficeturkiye.com/yillik/2021/tum-filmler>
- URL 9. Box Office Türkiye. 2022 yılı tüm filmler. yılı tüm filmler. Erişim adresi (5 Ocak 2025): <https://boxofficeturkiye.com/yillik/2022/tum-filmler>
- URL 10. Box Office Türkiye. 2023 yılı tüm filmler. yılı tüm filmler. Erişim adresi (5 Ocak 2025): <https://boxofficeturkiye.com/yillik/2023/tum-filmler>
- URL 11. Box Office Türkiye. 2024 yılı tüm filmler. yılı tüm filmler. Erişim adresi (12 Şubat 2025): <https://boxofficeturkiye.com/yillik/2024/tum-filmler>
- URL 12. Box Office Türkiye. Erişim adresi (12 Şubat 2025): <https://boxofficeturkiye.com/yillik>
- URL 13. Netflix. Üyelik Planı. Erişim adresi (3 Mayıs 2025): <https://help.netflix.com/tr/node/24926?locale=tr-TR>
- URL 14. Max. Üyelik planı. Erişim adresi (3 Mayıs 2025): <https://www.max.com/tr/tr>
- URL 15. Gain. abonelik sözleşmesi. Erişim adresi (3 Mayıs 2025): <https://www.gain.tv/yasal/abonelik-sozlesmesi>