

Sinema, Yeni Seyir Deneyimleri ve Çocuk İzleyici

AYDAN ÖZSOY

Öz

Çalışma, sinemanın filmler yoluyla seyircisiyle kurduğu ilişkiye odaklanırken, kentli çocuk izleyici ölçeğinde günümüz sinema-izleyici ilişkisini anlamayı ve tartışmayı amaçlamaktadır. Sinema deneyimimizin ilk olarak gerçekleştiği ve şekillendiği yılların çocukluk dönemi olduğu, bu deneyimin bireyin gelecekte kuracağı izleyici/seyirci kimliğini şekillendireceği düşüncesinden hareketle, çocuk izleyici üzerine çalışmanın gerekliliğine inanılmaktadır. Filmin tamamlayıcı olarak izleyici, bu çalışmada merkezî bir konumda ele alınmaktadır. Çalışma, seyircinin film izleme deneyimlerinin tarihsel olarak toplumsal, ekonomik, kültürel ve teknolojik gelişmeler sonucu farklılaştığını vurgular. Bu çerçeveden hareketle çalışma, yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu olanaklar ve kanallar sayesinde sinema-izleyici ilişkisinin değiştiğini; kent yaşamının izleyicisine farklı olanaklar, alternatifler sunarak izleme deneyimlerini zenginleştirdiğini ve yeni seyir biçimlerinin; dijital/sayısal tabanlı sinema deneyimlerinin ortaya çıktığını savlamaktadır. Tüm bu dönüşümlere paralel olarak küresel ve yerel özelliklere sahip olan sinema kültürümüz içinde izleyici ve deneyimleri de değişmektedir. Çalışma bu çok yönlü değişimlerin izlerini, belirli sınırlar içinde kalarak çocuk izleyici deneyimleri üzerinden sorgulamayı hedefler. Çalışma, Ankara şehrinde yaşayan ilk ve ortaokul çağında, 7-14 yaş aralığındaki çocukların film izleme deneyimleri, algıları ve anlam üretme biçimleri üzerinden çözümler yapar. İngiliz Kültürel Çalışmalar geleneğinden yararlanan çalışma, izleyici deneyimlerinin ve anlamın sosyokültürel koşullar içinde inşa edildiği ve koşullara bağlı olarak değişebildiği fikrini benimsemektedir. Çalışmanın veri toplama aşamasında gözlem ve derinlemesine görüşme teknikleri bir arada kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sinema, Çocuk İzleyici, Anlamlandırma, Filmler, İzleyici Etnografisi

Makale Geliş Tarihi : 29.05.2017

Makale Kabul Tarihi : 30.06.2017

Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, Polatlı Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, Ankara, Türkiye

Cinema, New Viewing Experiences and Children's Spectator

AYDAN ÖZSOY

Abstract

The aim of the study is to understand and discuss today's cinema-viewer relationship in children's spectator scale, while cinema focuses on the relationship established with the viewer through films. It is believed that it is necessary to work on children's spectators, as the experience of the first time that our cinematic experience is formed and shaped is childhood, and the idea of this experience will shape the future viewer identity. As a complement to films, the viewer is treated in a central location in this study. The study emphasizes that the spectators experience of watching movies is historically different from that of social, economic, cultural and technological developments. This frame-by-motion study shows that the cinema spectator relationship has changed with the opportunities and channels offered by new communication technologies; That urban life enriches the viewing experience by offering different possibilities and alternatives to the spectator, and that new forms of navigation; digital cinema experiences. Parallel to all these transformations, the spectator and experiences has changed in our cinema culture, which has global and local characteristics. The study seeks to question the traces of these multifaceted changes through their child's spectator experiences, staying within certain boundaries. In the first and middle school age children living in Ankara, children in the age group of 7-14 responded to their experiences of film watching, their perceptions and ways of producing meaning. The study, which is based on the tradition of British Cultural Studies, embraces the idea that spectator experience and meaning can be built up in socio-cultural conditions and change depending on circumstances. Observation and in-depth interview techniques are used together in the data collection phase of the study.

Keywords: Cinema, Children Spectator, Signification, Movies, Ethnography of the Audience

1. Giriş ¹

Sinema, üretim, dağıtım, gösterim ve seyir olarak ifade edebileceğimiz farklı alanların toplamında var olan bir sanat ve bilim dalıdır. Aynı zamanda Serpil Kirel'in (2010:14) ifadesiyle önemli bir kent eğlencesidir ve sosyal yaşamın ayrılmaz bir parçasıdır. Bu alanlar içinde önemli bir yere sahip olan izleyici/seyirci üzerine süren tartışmalar sinemanın ilk yıllarına kadar uzansa da araştırmalar görece daha yenidir.

Sinema-izleyici ilişkisi çok boyutlu ve karmaşık yapıları, süreçleri içermektedir. Bu çerçevede seyircinin filmin tamamlayıcı olmasının yanında, başlı başına inceleme konusu olması, sorunsallaştırılması 1980'lerden sonraya rastlamaktadır. Kitle iletişim araçlarının etkilerini ölçmeye yönelik duyulan ihtiyaç ve merak, izleyici araştırmalarının 1940'lardan başlayarak gelişmesine neden olur. Radyo ve televizyonun yanında sinema alanında ise izleyici çalışmaları 1980'lerden sonra hızlanır.

Judith Mayne (1993:1; Akbulut, 2014: 23), seyirciliği (spectatorship); sinemaya gitmeyi, filmleri ve filmlerdeki mitleri tüketmeyi içeren sembolik faaliyetler ve kültürel açıdan anlamlı etkinlikler olarak bu eylemlerin önemini vurgulayan bir kavram olarak tanımlamaktadır. Bu çerçevede seyirciliğin sadece bir seyretme eyleminden öte, eğlenme ve boş zaman aktivitelerini de içeren bir deneyimler bütünü olduğuna dikkat çekmektedir. Mayne (1993: 42, 43; Karabağ Sarı, 2013: 15-16), bugün yapılan izleyici çalışmalarının yararlandığı modelleri üç grupta sınıflandırır: İlki, 'Ampirik Modeller'dir. Bu modellerin altında, bilişsel model ve etnografik model yer alır. İkincisi 'Tarihsel Modeller' ve üçüncüsü ise 'Feminizm'dir.

Günümüz çocuk izleyicisinin sinema ve filmlerle olan ilişkisini anlamaya, tartışmaya yönelik bu çalışmada, etnografik model (izleyici etnografisi) ve tarihsel model bir arada kullanılmaktadır. Çalışmada, etnografik modelin önerdiği; gerçek izleyicilerin filmleri farklı okuma ve anlamlandırma pratiklerine ve bu okuma süreci bağlamında kurduğu çocuk izleyici/seyirci kimliğinin özelliklerine odaklanılmaktadır. Yanı sıra tarihsel modelin önerdiği; özne olarak kabul edilen izleyicilerin, tarihsel ve kültürel olarak değiştiği yaklaşımından hareketle, bugünün kentli çocuk izleyicisinin filmlerle kurduğu ilişkiyi anlamaya çabalar. Bugün dijital (sayısal) teknolojilerin olanak verdiği, üç boyutlu ve interaktif sinema deneyimi, yeni izleme biçimlerini ve olanaklarını ortaya çıkarmıştır. Bu yeni seyir deneyimleri sonucu izleyicinin, çalışma kapsamında da çocuk izleyicinin sinema ve filmlerle kurduğu ilişki; film izlemeye karar verme anından başlayarak, planlama, eyleme

¹ Yazı,14. Ulusal Sosyal Bil. Kongresi'nde bildiri olarak sunulmuştur. ODTÜ 2015. Yazı, gözden geçirilerek güncellenmiştir.

geçme ve anlamlandırma süreçlerini de kapsayan bir çerçevede değişmektedir. İç içe geçmiş görünen bu karmaşık sosyal süreç, eskisinden farklıdır ve seyirci açısından gittikçe özgünleşen deneyimlere açıktır. Nilüfer Pembecioğlu (2006: 26,104), sinema izleyicisi olan çocuğu tarif ederken, tanımın önemli öğeleri olduğuna dikkat çeker. Sinema izleyicisi çocuk, ileti gönderilebilir konumda duran, gönderilere açık, iletişime hazır bir bireydir. Ayrıca filmler yoluyla alacağı yeni iletileri yorumlamaya ve bunlara karşı tutum ve davranış geliştirmeye, gerekirse kendini de değiştirmeye hazırdır. Gördüklerini algılayıp anlayabilmekte ama ifade ederken zorlanmaktadır. Bu çerçevede sinema izleyicisi çocuk, yetişkinlerin onun adına seçim yaptığı, yönlendirdiği, hareket alanı dar bir bireydir. Yanı sıra günümüzün hızla değişen, karmaşık hâle gelen koşulları içinde sinema izleyicisi çocuğun tanımı da tartışmalı yeni bir görünüm sergiler. Özellikle kentte yaşayan çocuklar için eskiden farklı olarak film ve salon sayısı artmıştır, sinemaya gitmek ağırlıklı olarak AVM’lerde gerçekleşen, maliyeti yüksek bir etkinliğe dönüşmüştür. Bugün özellikle internetin çocuklara ve toplumun tüm kesimlerine sunduğu filmlere hızlı ulaşabilme ve izleyebilme olanağı da değişimin önemli unsurlarındandır.

Değişimin bir diğer önemli yönünü, çocukların farklılaşan toplumsal ve kültürel yaşam içindeki ilişkileri, alışkanlıkları, beklentileri ve doyumları oluşturmaktadır. Bugünün çocukları yaratıcı, esprili ve ekonomik bir dille kendilerini ifade etmeyi tercih ederler. İletişim kanalları değişmekte ve ağırlıklı olarak teknoloji dolayımıyla gerçekleşmektedir. Sosyal medya kimlikleri en az gerçek kimlikler kadar, yer yer daha da önemlidir. Çocuklar, hızlı, yarışmacı ve bireyselleşen toplumsal yaşam baskısına karşı düşünsel ve duygusal, sanatsal yönü zengin yolları keşfetmeyi isterler. Sinema bugün, çocukların bu tip istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek bir yol ve alan olarak öne çıkmaktadır. Bu noktada, çocukların sinema ve filmlerle kurduğu ilişkinin değişimini sağlayan tarihsel gelişmeler, kuramsal tartışmalar önemli hâle gelmektedir.

2. Kuramsal Çerçeve

2.1. Tarihsel Serüveni İçinde Sinema İzleyicisi

Filmler insanlarla paylaşılmak için üretilmektedir. Seyirci, sinemanın önemli varlık nedenlerinden biridir. Kirel’in (2010: 14) vurguladığı gibi, seyirci bir filmin “bakanı”dır, “göreni”dir ve bir filmin film olduğunun tanığıdır. Aynı zamanda filmin tamamlayıcı ve olmazsa olmaz parçasıdır. Sinema izleyicisi/seyircisi, 1895 yılında Fransa’da gerçekleştirilen ilk gösterimden bu yana farklı pek çok açıdan tanımlanmıştır. Francesco Casetti (1998: 4), izleyici kimliğinin geçmişten bu yana değiştiğine, farklı disiplinlerin (sosyoloji, psikoloji, ekonomi, dil bilim) tanımlama

çabası içinde çoklu bir yapıya kavuştuğuna dikkat çeker. Asiye Yüksel ve Barış Demir (2014: 3) ise temel seyir mantığı içinde seyircinin sinemada yalnız olduğunu ve karşısındaki filmi kendi fiziksel ve zihinsel araçlarıyla algıladığını söyler. Seyir sosyal bir olgudur ve sosyalliğini sağlayan şey ise salonun mekânsal düzenlemesi ve seyir deneyiminin doğasıdır. Sinema salonundaki kalabalık aynı amaç için bir aradadır, aynı anda seyir deneyimi yaşar ve bu deneyimin öncesi ve sonrasında yaşanan sosyal pratikler düşünüldüğünde onu sosyal bir olgu olarak tanımlamamız gerekir. I. C Jarvie (1970), sinemanın sosyal bir kurum olduğuna dikkat çeker ve sinemanın önemli işlevlerinden biri olan psikolojik ihtiyaçları karşılayan sosyal bir kurum olduğunu söyler (Akt. Güçhan, 1993: 22).

Sinemaya gitme deneyimi, sinemanın doğuşuyla başlamış ve gelişmiştir. Kirel'in (2010: 18-19, 26) vurguladığı gibi, sinemaya gitmenin kendisi, daima "ritüel" yani ağır basan bir edim olagelmıştır. Tarihsel süreçte film izleme edimi ritüel bağlamında gerçekleşirken seyir deneyimi ise farklı yönleriyle tartışılmıştır. Sinemanın ilk yıllarında seyir deneyimi "şaşırtıcı", "korkutucu" ve ilkel bir reaksiyon olarak değerlendirilmiştir. Kısacası sinemaya gitmek ve film izlemek, birbirini sarmalayan ve etkileyen eylemlerdir. Geleneksel olarak sinemaya gitme eylemi; sinema salonu, film ve seyirci üçlüsünün bir araya gelmesinden oluşan sosyal ve mekânsal bir birlikteliktir. Bugün teknolojik, tarihsel ve toplumsal gelişmelerin etkisinde yeni seyir biçimleri gelişmiştir. Günümüzde film ve seyircinin bir araya gelmesinde artık klasik anlamda bir sinema salonuna ihtiyaç duyulmamaktadır. Seyircinin daha mobilize olduğu ve farklı teknolojik ürünlerle pek çok yerde film izleyebildiği görülmektedir.

Sinema tarihi içinde seyircinin ilk deneyimleri 1895 yılında, gösterimlerin yapıldığı açık hava sinemaları ve panayırlarda başlamıştır. Gerard Betton (1990: 7), açık havada çekilen ilk filmlerin belgesel röportaj türünde olduğunu ve günlük hayattan alınan sahnelerin çekimlerinden oluştuğunu ifade eder. Fransa'dan başlayarak kısa süre içinde İngiltere, Almanya ve Birleşik Amerika'ya yayılan açık hava gösterileri, 1905 yılından itibaren yerleşik sinema salonlarında devam eder. Salonların ortaya çıkmasıyla seyir deneyimi ve seyircilik olgusu günümüze kadar gelişerek devam etmektedir. Dünya savaşları sinemayı olduğu kadar seyircinin konumunu da etkileyecek, özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrası Avrupa'da sinema savaşın travmalarını onarmak için kullanılacaktır. Doksanlardan sonra ise seyircinin sinemadaki yeri daha da önemli hâle gelmektedir. Ülkemizde sinema seyircisinin durumu, ilk filmin gösterildiği 1914 yılından başlayarak hem ülkedeki hem de dünyadaki gelişmelerden etkilenerek biçimlenir. Sinemadaki ilk yıllar ve Tiyatrocular Dönemi'nde seyirci kentlerde yoğunlaşan belirli sayıdaki sinema salonlarında film

izlemiştir. Cumhuriyet yıllarında ise sinemanın olanaklarının artmasıyla seyircinin film izleme deneyimi zenginleşmiştir. Özellikle 1950'lerden başlayarak '60'lar ve '70'ler boyunca Yeşilçam seyircisi olarak nitelenen önemli bir seyirci topluluğu bulunur. Yeşilçam seyircisi sinemayı bir 'mabet' yeri olarak deneyimler ve yerli filmlerin toplumsal yaşamlarında önemli bir yeri vardır. Türk sineması '80'lerde film üretimi açısından sıkıntılar yaşar. Televizyonun yaygınlaşmasıyla birlikte sinema seyircisi de evlerine çekilir. Yerli sinemanın seyircisini kazanması '90'ların ortasında başlar ve artarak bugüne ulaşır. Özellikle iyi yetişmiş yeni yönetmen, yazar, oyuncu ve çalışanlarıyla Türk sineması seyircisini tekrar kazanır.

2.2. Sinema İzleyicisi Olarak Çocuk

Sinema izleyicisi kavramı, pek çok farklı demografik özellik, kimlik ve yapıya sahip insanı kapsayan genel bir nitelemedir. Bu genel nitelemenin yanında, çalışma kapsamında incelenen çocuk izleyici tanımı, Nilüfer Pembecioğlu'nun (2006: 77, 87-90) ifadesiyle sinemada çocuğun amaç olarak merkeze alınmasıyla yapılmaktadır. Sinemanın, sinema filmlerinin ve mesajlarının çocuğu hedeflediği durumlarda izleyici çocuk vardır. İzleyici çocuk kavramı içinde, çocuğun izlediği her tür film bulunmaktadır. Bu filmlerin karakterlerinin çocuk olup olmaması önemli değildir; türlerin, konuların ya da anlatım biçimlerinin çocuğa uygun olup olmadığına bakılmaksızın izleyicisinin çocuk olabileceği düşünülmelidir. İzleyici olarak çocuk, sinemanın amacı, hedefi, iletilerinin alıcısı konumundadır. Bu bağlamda çocuğun neyi, ne kadar sıklıkla ve yoğunlukta izlediği, izleme mekânı, kimlerle ve nasıl izlediği ve etkilenme derecesi önemlidir. Çocuk ve sinema arasındaki ilişkinin kurulabilmesi ve gelişebilmesi de ancak elverişli bir sosyal çevreyle mümkündür. Çocuğun sosyalleştiği ilk yer ailesi, evidir.

Selda İçin Akçalı (2014: 2-3), modern toplum içinde çocuğun temel varlık alanı olan ailenin değiştiğini söylemektedir. Çekirdek aile içinde yer alan modern anne ve baba figürü, yaşamın içinde değişmiştir. Çok çalışan, beklentisi yüksek ve çocuğuna az zaman ayıran bir anne ve baba modeli yaygınlaşır. Boş zamanı olmayan ve sürekli yorgun olan anne-baba giderek çocuğu evdeki ve çevresindeki iletişim araçlarına doğru iter. Çocuğun boş zamanını tüketim ve eğlence odaklı etkinlikler doldurur. Medya ve sinema ailenin boş bıraktığı hayata dair bilgi paylaşım alanını ele geçirir. Kemal İnal (2014: 35, 41, 47), postmodern olarak nitelendirdiği yeni dönemin çocuk tipi ve imgesinin, neoliberal postmodern dönemin küreselleşme aşamasında şekillendiğine dikkat çeker. Yeni dönemin postmodern çocuk tipi, yapay zekâ, klonlama, robot ve uzay maceraları gibi gerçek ve hayalî temaları animasyon ve simülasyon gibi tekniklerle öğrenip yeni dünya düzeninin gerekle-

rine göre toplumsallaşmaktadır. İnal, günümüz Türkiye'sindeki postmodern çocukluğun başat imgesinin daralan bir sosyal ortam olduğunu ifade eder. Bugünün çocukları; ebeveyn güdümü, yalnızlaşma, beceriksizleşme, doğadan ve gerçek oyundan soyutlanma, erken olgunlaşma, dikkat eksikliği, hiperaktivite, stres, içe kapanma, algı bozukluğu gibi çeşitli sosyal ve psikolojik sorunlar yaşamaktadır.

Modern kent yaşamının içinde farklı olanaklar ve sorunlarla iç içe olan çocuklar için sinema önemli bir deneyim alanıdır. Günümüzde sinema izleyicisi olarak tanımlanan çocukların sinemaya gitme ve film izleme biçimleri de değişmektedir. Pembecioğlu (2006: 104-105, 107, 351), günümüz çocuklarının içinde bulunduğu sinema ortamı ve koşullarını analiz ederken önemli sayısal veriler sunar. Yerli ve yabancı film sayısının çoğalmasının ve bilet fiyatlarının yükselmesinin yanında, sinema salonlarının azalmasına rağmen koltuk sayıları artmaktadır. Alışveriş merkezi (AVM) sinemaları olarak da nitelenen sinema mekânları, AVM'ler içinde kurulmuş ve sayıları bölünerek çoğaltılmış sinema salonlarıdır. Pembecioğlu, artan maliyetler yüzünden günümüzde ailelerin birlikte sinemaya gidemediğini belirtir. Çocuklar anne babadan birini seçerek ya da kardeşleriyle sinemaya gidebilmektedir. Eskiden çocukların arkadaşlarıyla birlikte gidebilmelerine olanak veren mahalle sinemaları, kasaba gösterim merkezleri, pasaj sinemaları artık kapanmıştır. Yazlık sinemaların da turistik yerler dışında sayıları çok azalmış görünmektedir. Pembecioğlu, Fida Film'in 1996 yılında gerçekleştirdiği "Sinema İzleyicileri Kimlerdir ve Tüketim Alışkanlıkları Nelerdir" başlıklı çalışmasına dayanarak, ülkemizde ağırlıklı olarak 19-35 yaş grubunun (%77) ve daha çok lise ve üniversite mezunlarının (%89) sinemaya gittiğini ifade eder. Seyircinin %26,5'i haftada bir sinemada film izlemektedir. Sinemaya giden izleyici sayısının içinde çocuk izleyici olarak tanımlanan 18 yaş ve altındakilerin oranı ise %2,95'tir. Aynı araştırmada ailelerin %68,14'ü de çocuklarıyla sinemada film izlemektedir. Özellikle 2000 sonrası yapılan anket çalışmaları, sinemaya giden seyircilerin yaş ortalamasının 15-25, eğitim düzeylerinin lise-yüksek, ekonomik düzeylerinin de ortanın üzerinde olduğunu göstermektedir.

2011 yılında İTO (İstanbul Ticaret Odası) için Hülya Tanrıöver'in yürütücülüğünde yapılan 'Türkiye'de Film Endüstrisinin Konumu ve Hedefleri' adlı araştırma da benzer bulgulara işaret eder. Niteliksel yöntemlere dayalı gerçekleştirilen araştırmada elde edilen bulgulara göre, sinemaya gitme alışkanlığı, genç, eğitilmiş, sosyo-ekonomik düzeyi yüksek ve kentlerin merkez mahallelerinde yaşayan, kent içinde dolaşabilen grupların gerçekleştirdiği bir kültürel pratik olarak tanımlanmaktadır. 80 kuşağı olarak da nitelendirilen bu yaş seyircisinin, Amerikan şirketlerinin egemenliğindeki filmler, dağıtım ve gösterim ağı içerisinde yetiştiği görülmektedir.

'80' dönemi öncesindeki seyirci, Türk filmlerini sinemada izlemeyi tercih ederken, günümüzde televizyon bu ihtiyacı karşılamaktadır. Filmin gişe başarısı '80' sonrası kuşaklar için önemli tercih nedenleri arasındadır. Devrim Alpöge (1994, akt. Pembecioğlu 2006: 352-353), CNC'nin yaptırdığı 'Sinema Salonlarını Aydınlatıyor' araştırmasına dayanarak sinemaya giden her yaş seyirci dağılımı içinde 6-14 yaş grubunun %19'u aşan oranla çarpıcılığına dikkat çeker. Bu oran 35-49 yaş grubundakilerde %21, ellili yaşların üzerindekiilerde ise %18'dir. Sinemaya gitme sıklığı 20-25 yaş arasında ise en üst düzeye çıkmaktadır. Araştırmalar, ilerleyen yaşlarda sinemaya gitme alışkanlığının azaldığını göstermektedir.

Günümüzde çocukların, Amerikalı yönetmen Steven Spielberg'ün ifade ettiği gibi görsel yönden gelişkin okuryazarlık becerilerine sahip olduğunu söyleyebiliriz. Gelişmiş okuryazarlık becerilerinin temelinde ise televizyon reklamlarının ve müzik videolarının zihni çabuklaştıran, algılanan görüntüyle onun çözülmesi ve etkisi arasındaki zamanı kısaltan içeriği bulunmaktadır. Bugün seyirciler gelişen yeni iletişim teknolojileri ve her türlü çoklu medya metni sayesinde maruz kaldıkları içerikleri daha hızlı ve yoğun deneyimleyebilmektedir. Yanı sıra popüler medya içerikleri ve çocuk izleyicileri hedefleyen filmler, hızlı tempoları, kalıplaşmış öyküleri, karakterleri ve anlatı yapıları yüzünden de yoğun olarak eleştirilmektedir. Pembecioğlu'nun da vurguladığı gibi çocuklara yönelik gösterimde olan filmlerde yer alan çocuksu karakterlerin film içinde yükledikleri işlevler ve imgeleri, insanları (çocuklar ile birlikte yetişkinleri de hedefleyerek) filme çekmek, etkilemek ve uzunca bir süre anımsamasını sağlamak üzere kurulmaktadır. Bu tespite ek olarak günümüz çocuk filmlerinin tekli ya da çoklu kahramanlarının (gerçek ya da gerçeküstü kahramanlar) imgeleri, gündelik yaşamda sıklıkla karşımıza çıkmakta ve kullanılmaktadır. Bu imgeler, çocukların, ailelerin ve toplumun belleğine yerleşmektedir. Bugün çok uluslu şirketlerin yönetiminde hızla 'gelişen' medya ve sinema endüstrisi ise neoliberal politikaların meşrulaştırılmasında, yaygınlaştırılmasında önemli bir alan olarak sinemayı ve filmler yoluyla dolaşıma sokulan imgeleri kullanmaktadır.

2.3. Sayısal Teknolojiler ve Yeni Seyir Deneyimleri

Sinema sanatı, keşfinin ilk yıllarından başlayarak hem teknik hem de anlatı olanakları açısından kendini sürekli yenileme ve geliştirme çabası içinde olmuştur. Sinemanın kendini sürekli yenileme çabasının altında, seyircisiyle girdiği karşılıklı ilişki yatar. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi sonucu sinemada 1970'lerde başlayan 1990'lardan itibaren etkisini artarak deneyimlediğimiz sayısallaşma olgusu, sinema sanatını var eden alanları; üretim, dağıtım, gösterim ve seyri etkilemiş, değiştirmiştir. B. Buyan (2006: 59; Taş Öz, 2012: 4), sayısal sinemanın en

genel tanımıyla, sinema filmlerinin geleneksel yöntemler yerine teknoloji kullanılarak üretilmesi, dağıtılması ve gösterilmesi olduğunu ifade eder. Hakan Erkılıç (2006: 65), teknik anlamda dijital sinemanın kapsamını şu şekilde tanımlar: “Dijital kayıt, sıkıştırma, güvenlik için kodlama, depolama, uydu, network/internet ya da dijital disk aracılığıyla dağıtım, güvenlik kodunun çözülmesi, sıkıştırmanın açılması, sıkıştırılmamış hâle getirilmesi ve dijital projektörle gösterim süreçleridir.” Erkılıç, bu gelişmelerin sinemada sesin bulunmasının ardından yaşanan en önemli ve büyük değişim olduğunu belirtir. James Monaco (2010), dijital sinemanın sınırsızlığına dikkat çeker. Görüntü, ses ve metnin bir kez sayısallaştırıldıktan sonra her şeyin olanaklı olabileceğini söyler. Dijital sinemanın keşfiyle, sinemada anlatı türleri farklılaşmış ve yeni anlatım biçimleri ortaya çıkmıştır. Bu gelişmelerin sonucunda seyir kültürümüzde de köklü değişiklikler yaşanmaktadır.

Sinema alanında görülen değişikliklerin en somut değerlendirileceği teknolojiler, üç boyutlu sinema ve interaktif seyir teknolojileridir. Kirel (2010: 123), sinemada sayısal teknolojilerdeki gelişmeler içinde üç boyutlu sinema deneyimine ve son yıllarda popülerliği iyice artan üç boyutlu filmlere dikkat çeker. Üç boyutlu sinema deneyiminde sinema salonu fiziksel bir mekân olarak ortadan kalkmakta ve filmin kendi evrenine, fiziksel olmayan ama duyuşsal olarak hissedilen dünyasına giren seyirci, kalabalıktan soyutlanmış bir hâlde gerçek bir “kaçış” yaşamaktadır. Üçüncü boyutun bir diğer önemi, estetik olarak taşıdığı değer ve özdeşleşmenin “özlenen” biçimine ulaşabilmesidir. Üç boyutlu film, klasik filmlerden farklı olarak, optik düzenlemelerle daha inandırıcı ve “aldanımçı” bir şekilde seyircinin mekânsal ve fiziksel algısını yitirmesine neden olur. Seyirci üzerinde oluşturulan bu “aldanımçı” etki ise profesyonel bir biçimde endüstri tarafından hesaplanmaktadır. İnteraktif teknolojilerin gelişmesi sonucu ortaya çıkan interaktif sinemanın temel argümanı, sinema filminin bir etkileşim nesnesi olmasıdır. Yönetmen filmi aracılığıyla seyircisiyle ilişki kurar, seyirci de filmi yorumlar ve tepkisini filme yansıtarak yönetmenle ilişki kurabilir. Böylece film, yönetmen ve seyircinin ilişkisi ve etkileşimiyle ortaklaşa yaratılmış olur (Öğüt, 2004: 63, akt. Taş Öz, 2012: 70). Perihan Taş Öz (2012: 72), interaktif sinema teknolojilerinin seyircisine ‘özne’ olma şansı tanıdığına dikkat çeker. Etkileşim sayesinde seyirci, seyri belirleyebildiği için merkezî bir konuma sahiptir. Seyircinin bu merkezî konumu bir yandan tartışılmaktadır. Seyirci tercihleri yönetmen ve yapım ekibi tarafından kontrol edilebildiği için seyircinin etkin özne konumu sorunlu görünmektedir. Seyircinin kişisel özelliklerine dayalı bu yeni seyir deneyimi, teknoloji yanında sanatsal özellikler barındırdığı için sinema-seyir kültüründe değişim yaratma potansiyeline sahiptir.

Sayısal olanaklarla sinema filmlerinin seyredilebilmesi, teknik olduğu kadar toplumsal yanıyla da önemlidir. Seyir kültüründeki ilk önemli değişim, televizyon ve

videonun seyircisine sinema filmini, sinema salonu dışında izleme olanağı sağlamasıdır. Bu yenilik, ilk defa toplu seyir kültürünün de kırılması anlamına gelmektedir. Seyirci sinema salonunun ritüellerinden ve toplu 'seyirin adabı'ndan feragat etmiştir. Jarvie bu durumu, seyircinin törensel olandan gayriresmî olana geçişi olarak tanımlar (1993: 24). Günümüzde seyirci, sayısal teknolojilerin sayısız olanakları içinde tercih yapabilen, kişisel yönü etkin, eğlenceli, heyecanlı ve hızlı bir deneyim yaşamaktadır.

2.4. Sinema-Seyirci İlişisine Yönelik Kuramsal Yaklaşımlar

Sinema kuramlarının ortaya çıktığı 20. yüzyılın başından itibaren tartışmaların önemli bir bölümünde seyirci de yer almaktadır. Sinemanın ticari bir etkinlik, eğlencelik olmasının yanında sanat özelliğinin öne çıkmasıyla başlayan kuramsal tartışmalar, sinema-seyirci ilişkisini de sorunsallaştırmıştır. Jostein Gripsrude (Akt. İri, 2011: 308), sinema-seyirci karşılaşmasında sinemaya yönelik farklı yaklaşımların (Sovyet Film Kuramı, Göstergebilimsel Kuram, Screen Kuramı, Feminist Sinema Kuramı ve İngiliz Kültürel Çalışmaları'nın Eklektik Yaklaşımları) ortak düşüncelerine dikkat çeker. Bu ortak vurgu; filmlerin elde ettiği sosyal ve kültürel önemin, seyircinin varlığıyla oluştuğudur. Salonların, film sayısının artışı ve sinemanın toplumsal hayatta önemli bir yere sahip olmasıyla birlikte başta ABD olmak üzere farklı ülkelerde araştırmalar, tartışmalar başlamıştır. Çalışmanın odaklandığı etnografik araştırma yöntem ve yaklaşımlarının medya alanında 1930'lardan itibaren kullanıldığı görülmektedir. Özellikle 1964'te ortaya çıkan İngiliz Kültürel Çalışmaları Ekolü ile etnografik yöntemleri kullanan alımlama çalışmaları sinemada da yaygınlaşır. J. Mayne (1993:13), sinemanın doğuşu ve kurumsallaşmasıyla önemi artan seyircinin, 1970'li yıllarda film teorilerinin merkezinde yer aldığına ve yenilikçi bir bakışla tanımlandığına dikkat çeker. Bu yıllarda özellikle Louis Althusser'in ideoloji tanımı ve yaklaşımı çerçevesinde filmlerde yer alan temsillerin yapısal analizlerinin gerçekleştirildiği görülmektedir. Bir yandan film analizlerinde öte yandan seyircinin deneyimlerini ölçmeyi amaçlayan alan çalışmalarında, araştırmacılar toplumsal sorunlardan/sorulardan hareket ederler.

'90'lardan başlayarak tüm dünyada, izleyici araştırmalarında hızlı bir artış gerçekleşir. Medyanın farklı alanlarının yanında sinemada da alımlama çalışmaları, etnografik çalışmaların etkisiyle gelişir (Özsoy, 2011: 109). Jackie Stacey'in 1994 yılında gerçekleştirdiği *Star Gazing: Holywood Cinema and Female Spectatorship* adlı çalışması, etnografik yaklaşıma öncü bir örnektir. Stacey, kadınların filmlerle kurduğu ilişkiyi ve deneyimlerini inceler. Çalışmasında, kadın izleyicilerin Hollywood yıldızlarına bakışını, anlamlandırma pratiklerini ve hangi hazları aldıklarını ortaya koymaya, yorumlamaya ve tartışmaya çalışır. Stacey'nin bu önemli çalış-

masını Janet Staiger ve Annette Kuhn'nun araştırmaları takip eder. Staiger, *Perverse Spectators: The Practices of Film Reception* (2000), Kuhn ise *An Everyday Magic: Cinema and Cultural Memory* (2002) başlıklı çalışmalarıyla alana katkıda bulunmuşlardır. Staiger (2000), bir metin olarak ele aldığı filmi, üretildiği ve dolaşıma sokulduğu tarihsel, toplumsal ve politik bağlam içinde ele alır. Bağlam vurgusu Staiger'in çalışmalarında önemlidir. Anlamın bir filmin içinde sabitlenmediğine dikkat çeker ve izleyicinin filmle etkileşimi aracılığıyla izleyicilerin anlamı canlı tuttuğunu belirtir. Annette Kuhn (2002) ise seyircilerin filmlerle kurduğu ilişkiyi sözlü tarih yöntemiyle inceler. Seyircilerin tanıklıklarına (anılarına, kültürel belleklerine) dayanarak daha geniş bir bağlamdan özömler yapmaya çabalar (Akt. Akbulut, 2014: 25-27).

3. Araştırma Süreci ve Yöntem

Çalışma, niteliksel yöntemler tarafından kullanılan etnografik yaklaşımı (izleyici/ izler kitle etnografisi) kullanmaktadır. Bu çerçevede çalışma, günümüz kentli ocuk izleyicinin sinema deneyimlerini anlama ve tartışma çabasındadır. Araştırma, Ankara şehrinde yaşayan ilk ve ortaokul çağındaki çocukların film izleme deneyimleri, algıları ve anlam üretme biçimleri üzerinden özömler yapmaktadır. Çalışma, sosyal bir alan olarak odaklandığı sinemada, ocuk seyircilerin film izlemeye karar verme, planlama, eyleme geçme, izleme/seyir ve anlam yaratma süreçlerini gözlemler. Araştırma, gözlemin yanı sıra çocuklarla yaptığı görüşmelerle deneyimlerini ortaya çıkarmaya çalışır. Bu bağlamda çalışma, i ie geçmiş görünen bu sosyal süreci anlamaya ve yorumlamaya çabalamaktadır. Sinemanın farklı alanları içinde barındıran zengin ve katışıklı yapısı, bu çalışmayı da yönlendirmektedir. Konu, filmler ve izleyici olunca çoklu yaklaşımlar ve bakış bir arada kullanılmaktadır. Çalışmanın veri toplama aşamasında gözlem ve görüşme tekniklerinden yararlanılmaktadır.

izleyici etnografisi, bireyleri yaşadıkları toplumsal koşul ve doğal ortamlarında gözlemleyerek, kişilerin davranış, duygu ve düşünce dünyalarıyla anlamlandırma pratiklerini ortaya çıkarmaya çabalamaktadır. Bu alışma kapsamında, Ankara kentinde yaşayan, 7-14 yaş arası toplam otuz iki (16 kız 16 erkek) öğrenciyle okullarında (Gazi Vakfı Koleji), evlerinde ve sinemalarda (Ankara Ankamall AVM, Gordion AVM) yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, Nisan-Haziran 2015 tarihleri arasında üç aylık bir süre içinde yapılmıştır. Çocuklarla yapılan görüşmeler, toplam yirmi beş sorudan oluşan görüşme formu üzerinden gerçekleştirilmiştir. Formda yer alan soruların bazıları açık uçlu, yarı yapılandırılmış sorulardır. Bazıları ise kapalı, seçenekli sorulardır. Seçenekli sorularda seçenek dışı

'Diğer' tercihi de yazılarak, çocukların özgün yanıt verebilmeleri amaçlanmıştır. Görüşme yapılan çocuklardan ilk olarak formu doldurmaları istenmiş, ardından form üzerinden kendileriyle daha ayrıntılı görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde çocuk izleyicinin sinemaya bakışını, sinemaya gitme deneyimlerini ortaya koymak ve filmler yoluyla anlamlandırma pratikleri hakkında bilgi sahibi olmak amaçlanmıştır.

Araştırma sürecinde yapılan görüşmeler, örnekleme dâhil olan kişilerin çocuk/öğrenci olmasından dolayı daha kısa sürmüştür. Yaklaşık olarak her öğrenci ile 35-40 dakikalık görüşmeler yapılmıştır. Bu sürenin yarısında görüşmeciler formları doldurmuş, diğer yarısında ise formlar üzerinden kendileriyle konuşmalar gerçekleştirilmiştir. Görüşme yapılan çocuklardan on tanesi devlet okullarında, yirmi iki tanesi özel okullarda öğrenim görmektedir. sekiz öğrenciyle sinemada, on yedi öğrenciyle okulda ve yedi öğrenciyle de evlerinde görüşme gerçekleştirilmiştir. Öğrencilerin Ankara'nın farklı gelir ve sosyokültürel yapıya sahip semtlerinden (Eryaman, Dikmen, Çayyolu, Keçiören, Çukurambar, Bahçelievler ve Yenimahalle) olduğu görülmektedir. Çocukların ailelerinin, anne ve babalarının mesleklerinden (bankacı, doktor, mühendis, memur, seramik imalatçısı, ev hanımı, akademisyen, subay, esnaf, hakim) hareketle, orta ve ortanın üstü gelir seviyesine sahip olduğu söylenebilir. Görüşme yapılan çocuk izleyiciden sekiz tanesi ilköğretim, yirmi dört tanesi ise ortaöğretim okulu öğrencisidir. Bulgular bölümünde çocuk görüşmecileri temsilen cinsiyet ve yaş bilgileri temel alınmaktadır. Öğrenciler, Erkek (10 yaş), Kadın (12 yaş) olarak kodlanarak, düşünceleri aktarılmaktadır.

4. Bulgular ve Yorumlar

4.1. Türkiye'de Kentli Çocuk İzleyici Gözünden Sinema

Çalışmada çocukların büyük çoğunluğunun (27 öğrenci) ortalama ayda iki kez sinemaya gittiği, diğerlerinin (5 öğrenci) ise daha az iki, üç ayda bir sinemaya gidebildiği görülmektedir. Görüşme yapılan çocukların tamamı, ev dışında film izlemek istediğinde alışveriş merkezlerindeki AVM sinemalarını tercih etmektedir. Ev içinde ise tercihleri, televizyon ya da internetten film indirerek seyretmek olmaktadır. İlkokul öğrencilerinin tamamı (8 kişi) ailesiyle sinemaya gitmeye karar vererek ailesiyle film izlemektedir. Ortaokul öğrencilerinin (24 kişi), bir kısmı ailesi (12 kişi), diğerleri ise arkadaşları (9 kişi) ile film seçimine karar vererek aileleri ve arkadaşlarıyla film izlemektedir. 3 ortaokul öğrencisi ise film izleme kararlarını kendilerinin verdiğini ifade etmiştir. Çocukların büyük çoğunluğu (29 kişi) 2-4 saatini sinemada, alışveriş merkezinde gezerek, alışveriş yaparak, yemek yiyerek ve film seyrederek geçirdiklerini belirtmiştir. Üç kişi ise 4-6 saat arasında bu etkinlikler için zaman ayırmaktadır.

E (14 YAŞ): İlk önce arkadaşlarım ile birlikte AVM içinde mağazaları gezeriz. Sonra yemek yeriz ve sinemaya gideriz.

K (12): Alışveriş yaparım, içecek ve patlamış mısır alırım.

K (13): Sinemada içecekler çok pahalı olduğu için içecek alırım. Biraz dolaşırım.

Çocukların büyük çoğunluğu (23 kişi) film hakkında çıkışta konuştuklarını söylemişlerdir. Beş kişi filme bağlı olarak konuştuklarını ifade ederken, dört kişi ara sıra konuştuğunu belirtmiştir. 'Film hakkında neler konuştukları' sorulduğunda cevaplar beğenip/beğenmeme ya da iyi/kötü ayırımı etrafında verilmektedir.

E (10): Film hakkında görüşlerimi söylerim. Filmi beğenip beğenmediğimi söylerim.

K (11): Konusunu, ilginç sahnelerini konuşuruz. Güzel olup olmadığını.

Çocuklardan büyük çoğunluğu (24 kişi), sinemaya gittiği ilk yaşı (4-7 yaş aralığı) hatırlarken, bunlardan ancak yarısı ilk izlediği filmi hatırlayabilmiştir. Çocukların çoğunluğunun (30 kişi) izledikleri ilk filme dair hissettikleri duygu olumludur. İlk sinema deneyimi için çocukların hatırında kalan duygu güzel olduğu yönündedir. İki çocuktan biri ilk film izlediğinde korktuğunu diğeri ise İngilizce olduğu için anlayamadığını ifade etmiştir.

E (11): İlk izlediğim filmin ismini hatırlamıyorum ama filmi sevmiştim. Küçükken her şey çok güzel geliyor ve dev ekranda izlemek ayrıca güzel.

E (14): Arslan Kral filmi. Çok beğenmiştim.

K (7): Keloğlanı izlemiştim. Çok beğendim.

K (13): Neşeli Ayaklar. Penguenlerle ilgili bir film. Çok beğenmiştim.

Çocukların büyük çoğunluğu (28 kişi) beğendikleri filmi bir defadan fazla izlediklerini ifade etmişlerdir. Sayısı az olmakla birlikte bazı çocuklar (4 kişi) bazı filmleri fanatizm derecesinde defalarca, onlarca kez izlediğini söylemiştir. Çocukların tamamı son izledikleri filmin adını ve sinemayı hatırlamaktadır. Bir kısmı (11 kişi) filmin oyuncularının gerçek ismini ve yönetmenlerini hatırlayabilmiştir.

E (13): Oyuncular, Paul Walker, Van Diesel, The Rock, Mia Torreto. Filme çok özen gösterilmiş.

E (12): En son izlediğim film Recep İvedik 4. Şahan Gökbakar oyuncu yönetmen Togay Gökbakar.

K (13): Alaycı Kuş filmi izledim. Yönetmen Francois Lawrence. Oyuncular, Jenni-

fer Lawrence, Josh Hutcherson, Ian Hemsworth. Çok güzeldi.

K (13): Son Umut filmi izledim. Yönetmen Russel Crowe. Oyuncular, Russel Crowe, Cem Yılmaz ve Yılmaz Erdoğan'dı. Çok etkileyiciydi.

Bir kısmı da (19 kişi) oyuncunun adı yerine filmlerdeki kahramanların isimlerini hatırlamaktadır.

K (12): Kara Fuat komikti. (Dracula Otobüste filminden.)

K (11): Annie karakteri. Her şeye iyi tarafından bakan komik bir çocuktur. (Annie filminden)

E (13): Brain karakteri. Dövüş sahneleri çok mükemmeldi. (Hızlı ve Öfkeli filminden)

Çocukların çoğunluğunun (30 kişi) gittiği sinema hakkındaki görüşleri olumlu yönde olmuştur. Salonun büyüklüğü, temizliği, konforu ve ses sistemi beğeni ölçütleri arasındadır. İki görüşmeci, sinema salonunun sesi geçirmesinden ve havasızlığından yakılarak, olumsuz görüş bildirmiştir.

4.2. Sinema İzleyicisi Olarak Çocukların Anlamlandırma Pratikleri

Sinema izleyicisi olarak çocuklara 'Film izlerken ne hissettikleri' sorulduğunda, tamamına yakını mutluluk ve heyecan duyduğunu ifade etmiştir. İki öğrenci hislerini anlamlandırmakta zorlanmış ve bilemediğini söylemiştir. Bu sorunun cevabını destekler nitelikte, hayatlarında 'Sinema ve filmler olmasaydı ne hissederdiniz, düşünürdünüz' sorusuna da büyük çoğunluk (30) mutsuz olacağı, kötü hissedeceği cevabını vermiştir. Bir kişi hayatında hiçbir şey değişmeyeceğini ifade ederken, bir kişi de herhangi bir hisse sahip olamayacağını belirtmiştir.

E (12): Film izlerken mutlu olurum. Filmler olmasa çok sıkılırdım. Üzülürdüm.

E (10): Mutlu oluyorum, eğleniyorum. Filmler olmasaydı hayatım bir tık daha sıkıcı olurdu.

K (13): Çok heyecanlanıyorum ve olayları çözmeye çabalıyorum. Filmler olmasa çok kötü olurdu. İnsanlar çok sıkılırdı.

K (14): Filme göre hislerim değişir. Filmler olmasaydı kötü olurdu ama yabancı diziler bana yeterdi.

'Beğendiğiniz film karakterinin yerinde olmak ister miydiniz? Neden?' sorusuna ise öğrencilerin büyük çoğunluğu (21 kişi) evet yanıtını vermiştir. Sekiz kişi hayır, üç öğrenci ise bilemediğini ifade etmiştir. Nedenleri konusunda ise açık cevaplar verilememiştir. Çocukların önemli bir kısmı nedenini ifade edemese de kahra-

manlarla özdeşlik kurmaktadır. ‘Sinemaya gitmenin onlar için ne anlama geldiği’ sorusuna verilen cevaplar dikkat çekicidir. Cevapların büyük çoğunluğunda eğlenme, rahatlama duygusu ve birlikte vakit geçirme isteği öne çıkmaktadır.

E (13): Benim için anlamı, sinema beni eğlendiriyor. Bazen de olaylara bakış açımı değiştiriyor. Rahatlamama yarıyor.

E (12): Sinemaya gitmek, ruhun gıdasıdır.

E (10): Sinema eğlenmemi sağlıyor. Ayrıca yeni filmler öğrenip, ders çıkarabiliyorum.

K (12): Arkadaşlarımla birlikte vakit geçirmek ve eğlenmek.

K (7): Eğlenmek.

Bulgulanan başka bir veri ise ilkokul öğrencilerinin yaş gruplarına uygun çocuk filmlerini (Karıncalar, 6 Süper Kahraman, Barbie) tercih ettiği görülürken, ortaokul öğrencilerinin büyük çoğunluğu yetişkin filmlerini izlemekte ve cevaplarını bu filmler üzerinden vermektedir. Yenilmezler, Alaycı Kuş, Annie, Melafiz, Mandıra Filozofu, Son Umut, Yapışık Kardeşler, Hızlı ve Öfkeli 7, Recep İvedik 4, Kutsal Damacana, Dracula izlenen filmlerden bazılarıdır. Görüşmecilerin ağırlıklı olarak komedi, macera ve fantastik türde filmlere ilgi gösterdiği söylenebilir. Kız öğrenciler, eğlenmek, rahatlamak ve mutlu olmak için filmleri izlediklerini ifade ederken, erkek öğrenciler aksiyon ve heyecan duydukları, rahatladıkları ve eğlendikleri için film izlemeyi tercih ettiklerini söylemişlerdir.

Çocukların büyük çoğunluğu yabancı filmleri izlemektedir. Özel okulda eğitim gören çocuklardan yirmisi yabancı film ve oyuncularını izlemeyi, takip etmeyi tercih ederken, devlet okulunda okuyan çocukların tercihi yarı yarıya bir oranla yerli ve yabancı filmlerden yana olmaktadır. Buna rağmen çocuklar, en beğendikleri oyuncularını ifade ederken isimlerin çoğunluğu yerlidir. Seranay Sarıkaya, Özge Gürel, Çağatay Ulusoy bu isimlerden bazılarıdır. ‘Çocuklara ilerleyen yaşlarında sinema alanında çalışma istekleri’ sorulduğunda yirmi sekizi çalışmak istediğini dördü ise istemediğini ifade etmiştir. Çocuklardan altısı yönetmen, biri yapımcı, biri yazar ve geri kalan yirmi çocuk ise oyuncu olmak istediklerini söylemişlerdir. Çocukların sinema alanında çalışmaya istekli olmaları önemlidir. Cevaplardan hareketle çocukların filmlerle ilişkilerinde, yıldız oyuncuların etkili olduğu söylenebilir. Filmlerde özdeşlemeyi kuran en önemli unsurun kahramanlar olduğu düşünüldüğünde cevaplar anlamlı görünmektedir.

4.3. Çocuk İzleyici Deneyimleri Işığında Sinema-İzleyici İlişisini Yeniden Düşünmek

Çocukluk ilk yıllardan başlayarak sinema ve filmlerle ilişkilerimizi kuran ve sonraki yıllara taşıyan önemli ve özel bir dönemdir. Türkiye koşullarında yaşayan, örgün eğitim alan otuz iki kentli çocuk izleyiciyle yapılan görüşmelerden sonra üzerinde durulması ve vurgulanması gereken bazı veriler mevcuttur. İlk olarak çocuk izleyicinin sinemaya gitme alışkanlığının olduğu ve bunun daha çok alışveriş merkezlerinde gerçekleştiği görülmektedir. Günümüzde çocuklar için AVM sinemalarına en önemli alternatifler, internet ve televizyondur. Çocukların tamamı, internette kolayca film indirerek izleme yapabilmektedir. Bu da teknolojiyi kullanabilme beceri ve bilgisine sahip oldukları anlamını taşır. Hatta filmler taşınabilir bilgisayar ve iPad'lerle diğer arkadaşlarıyla paylaşarak izlenmektedir. Çocukların ev dışı sinema deneyimi AVM'lerde gerçekleşmektedir. Tek tipleştirilen bir film seçme, sinemaya gitme ve izleme süreci dikkat çekicidir. Yanı sıra seyir öncesi ve sonrasında çocuklar tüketim toplumunun bir parçası olmaya devam etmektedir. Çocukların çoğunluğa yakınının, izlediklerini olumlayan, mutlu ve eğlence odaklı bir seyir deneyimi yaşadıkları söylenebilir. İzlediklerini sorgulayan, eleştiren ve popüler filmlerin ideolojik mesajlarına direnen bir çocuk seyircinin bu yaşlarda (ağırlıklı olarak ortaokul çocukları) sınırlı ölçülerde varlığından söz etmek mümkündür. Bu yaşlar için vurgulanması gereken nokta, çocuk izleyicinin seyrettiklerine karşı geliştirdiği eleştirinin, önemsememe ve umursamama şeklinde görünmesidir. Kapitalist koşullar altında biçimlenen yarışmacı eğitim sistemimiz içinde çocukların sinemayı bir kaçış ve rahatlama aracı olarak görmeleri de önemlidir. Filmler bazı açılardan çocukların terapi alanı olabilmektedir. Komedi ve macera türlerinin en çok izlenen yapımlar arasında yer alıyor olması, çocukların çoğunluğu için sinema ve film izlemenin eğlenmek, rahatlamak ve kaçış anlamına gelmesi de bunun bir göstergesidir. Bir diğer önemli bulgu, özellikle ortaokul öğrencilerinin yaş düzeyleri dışında film seçme ve izleme eğilimleridir. Aileleriyle birlikte yetişkin filmlerini izlemek onlar için hem büyümenin hem de yetişkinlerin dünyasına girebilmenin bir göstergesi olmaktadır. Günümüzde özellikle sayıları artan yerli, yabancı aile filmleri endüstrinin bu yöndeki çabasının da bir sonucudur. Çocukların yaş ve eğitim düzeyi yükseldikçe hem kendilerini ifade etme oranları ve sorgulayıcı bakışları artmakta hem de yetişkin seyirci dünyasına ve pratiklerine yaklaştıkları gözlemlenmektedir.

5. Sonuç ve Öneriler

Yapılan çalışma, sinema izleyicisi olarak tanımlanan çocukların/öğrencilerin büyük çoğunluğunun teknoloji kullandığını, yanı sıra sinema salonlarında film izlemeyi tercih ettiğini göstermiştir. Mikro ölçekli bu çalışma, sınırlı sayıdaki çocuk üye-

rinden yorumlar yapmaktadır. Bulguları genellenemez ama bireylerin özgün deneyimlerinden hareketle toplumsal yaşamın göstergelerini ve değişimlerini göstermeye, tartışmaya çalışır. Çocuk izleyicinin olanakları çoğalmıştır. Yanı sıra film izlemek daha kolay ve hızlı hâle gelmiştir. Sinemaya gitmek çocuk izleyici için bir sosyal deneyim alanıdır. AVM odaklı da olsa arkadaşlarıyla buluşmak, konuşmak, gezmek ve film izlemek bu sosyal deneyimin bileşenleridir. Çocuklar günümüzde sinema salonuna gitmeden, internetten film izlemektedir. Bu izleme biçimi sinema salonlarının en önemli alternatifi hâline gelmiştir. İzleme pratikleri yanında çocukların kendilerini ifade etme ve anlamlandırma pratikleri bağlamında ortaya çıkan veriler de önemlidir. N. Pembecioğlu'nun (2006) altını çizdiği, çocuk izleyicide var olan ifade sorunu, bu çalışma içinde görüşme yapılan çocuklarda gözlemlenmiştir. Çocuklar, filmleri görebilmekte, ayrıntılarıyla algılayabilmekte ama ifade ederken zorlanmaktadır. Bu ifade zorluğu, çocukların yaşı arttıkça, özellikle ortaokul öğrencilerinde azalmaktadır. Az sayıdaki öğrenci ise kendini çok rahat ve net olarak ifade edebilmiştir. Çocukların anlamlandırma pratiklerinde öne çıkan nokta, filmleri eğlence, rahatlama ve kaçış aracı olarak görmeleridir. Filmler çocuklar için başka dünyaları resmettiği, yaşamları gösterdiği ve referanslar sunduğu için çok önemlidir.

Günümüzün çocuk izleyicisi, geçmişten farklılaşan ama yer yer geçmişe benzeyen deneyimleri bir arada yaşamaktadır. Farklılıklar daha çok sosyal bir kurum olarak sinemanın değişen endüstriyel gelişimi, fiziksel ve teknolojik olanakları çerçevesinde ortaya çıkar. Kaçış, özdeşleşme, rahatlama bir anlamda arınma duygusu, geçmişte olduğu gibi bugün de seyircinin, çocuk seyircinin anlamlandırma sürecinde yaşadığı en dikkat çekici pratiklerdendir. Çocukların özellikle komedi, macera ve fantastik türlerdeki filmleri tercih etmeleri de bu bulguyu destekler. Sinemanın pek çok sanat alanını içeren yaratıcı yapısı, duygu ve düşüncelere aynı anda seslenebilmesi, görsel okuryazarlığı gelişkin bu kuşak için önemli bir tercih nedenidir. 2000 sonrası sinema filmlerinin pek çok türünde karşımıza çıkan post-modern dil, çocukların tercihlerini etkilemekte, gerçeküstü, fantastik ve melez kahramanlar, anlatılar aracılığıyla seyirci kimliğinin kurulma sürecinde önemli rol oynamaktadır.

Çalışmada elde edilen verilerden hareketle çocukların sinema filmleri izleme deneyimleri ve çocuk-film ilişkisi üzerine daha fazla düşünerek, tartışmak gerekmektedir. Sosyal yaşam içinde sanatın yol açtığı değişimin gücü çok önemlidir. Değişimin gücü kadar yönü de aynı derecede önem taşır. Özellikle çocuklar için zaman zaman bir çeşit terapi rolü oynayan sinemanın, filmlerin toplumsal değişim ve dönüşümlerdeki gücünü ve etkisini çocuklarımızın farklı alanlarda yaşadığı

ğlı sorunların çözümlerinde ve eğitimlerinde kullanabiliriz. Çocukların sinemaya yönelik açık ilgisi düşünüldüğünde, sinema derslerini eğitimin ve yaşamın her aşamasına dâhil etmeliyiz. Sinema okuryazarlığı, film okuma ve tartışma etkinlikleri, yarışmalar, derslerle birlikte çocuklarımızın sinema ve filmlerle kurduğu ilişkide onları destekleyecektir. Sinema endüstrisi ve profesyoneller, gelecekte kendisi için gerekli olan izleyici prototipini çocukluktan başlayarak inşa etmek için uğraşırken, çocukları ezberlerden ve kalıp yargılardan kurtarmak için alternatif olanakların varlığını filmler yoluyla da göstermeli ve keşfetmeleri için olanak sunmalıyız. Çocukların gelişen teknolojilerin yardımıyla, popüler filmler dışındaki alternatif filmlerle tanışmalarını özendirmek önemlidir. Sinemanın ve film seyretmenin insanın duygusal, düşünsel ve sosyal gelişimindeki önemini hatırlayarak, geleceğin nitelikli, sorgulayıcı seyircisini yaratabilmenin koşulları için zaman kaybetmeden harekete geçmeliyiz.

Kaynakça

- Akbulut, Hasan. (2014). Televizyon ve Sinemada İzleyici Çalışmak: Alımlama Çalışmaları. Kocaeli Üniversitesi 2237 İletişim Bilimlerinde Araştırma Projesi Yazma Eğitimi.
- Betton, Gerard. (1990). Sinema Tarihi. Şirin Tekeli (çev.). Yeni Yüzyıl Kitaplığı. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Buyan, B. (2006). Dijital Sinema: "Sayısal mı?, Pelikül mü?. Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı içinde. İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, s. 57-62.
- Casetti, Francesco. (1998). Inside the Gaze. The fiction film and its spectator. USA: Indiana University Press.
- Erkılıç, H. (2006). Elektronik/Dijital Sinema: Değişen Üretim Tarzında Olanaklar ve Sınırlılıklar. Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı içinde. İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, s. 62-69.
- Gripsrude, Jostein. (2011). Sinema İzleyicileri. Sinema Araştırmaları: Kuramlar, Kavramlar, Yaklaşımlar içinde. İstanbul: Derin Yayınları.
- İçin Akçalı, Selda. (2014). Tüketim Toplumunda Çocukluğun Yitişi. Çocuk ve Medya. Önce Çocuklar Düşlesin Diye... içinde. Ankara: Nobel Yayınları.
- İnal, Kemal. (2014). Türkiye'de Çocukluk: Nereye!. Çocuk ve Medya. Önce Çocuklar Düşlesin Diye... içinde. Ankara: Nobel Yayınları.
- İri, Murat (Der.) (2011). Sinema Araştırmaları: Kuramlar, Kavramlar, Yaklaşımlar. İstanbul: Derin Yayınları.
- Jarvie, I. C. (1993). Sosyal Bir Kurum Olarak Sinemaya Gitme. Gülseren Güçhan (çev.). 25. Kare, Sayı 5, s. 22-25. Towards A Sociology of the Cinema içinde. (İlk baskı 1970). London: Routledge and Keganpaul.
- Karabağ Sarı, Çağla. (2013). 2000'lerin 12 Eylül Filmlerinin Üniversiteli Gençler Tarafından Alımlanması. Sinecine: Sinema Araştırmaları Dergisi, 4 (2). 9-39.
- Kirel, Serpil. (2010). Kültürel Çalışmalar ve Sinema. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları.
- Kuhn, Annette. (2002). An Everyday Magic: Cinema and Cultural Memory. London, New York: I. B. Tauris.

- Mayne, Judith. (1993). *Cinema and Spectatorship*. London, New York: Routledge.
- Öğüt, S. (2004). *Interactivity In New Media*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Yeditepe University Graduate Institute Of Social Sciences.
- Özsoy, Aydan. (2011). *Televizyon ve İzleyici. Türkiye’de Dönüşen Televizyon Kültürü ve İzleyici*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Pembecioğlu, Nilüfer. (2006). *Türk ve Dünya Sinemasında Çocuk İmgesi*. Ankara: Ebabel Yayınları.
- Stacey, Jackie. (1994). *Star Gazing: Hollywood Cinema and Female Spectatoship*. London and NY.: Routledge.
- Staiger, Janet. (2000). *Perverse Spectators: The Practices of Film Reception*. New York: New York University Pres.
- Tay Öz, Perihan. (2012). *Pelikülden Dijitale Sinemada Seyir Kültürü ve Seyircinin Değişen Konumu*. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication TOJDAC*, April 2012, Volume 2, Issue 2.
- Yüksel, Asiye ve Demir, Barış. (2014). *2000 Kuşağı’nın Sinema Filmleri İzleme Pratikleri*. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi, (EJOIR), Cilt 2 Özel Sayı, Ağustos*.