

## Dönüşen Sinema Sektörü ve Değişen İzleyici Alışkanlıkları: 7163 Sayılı Kanun'un Değerlendirilmesi

DOI: 10.26466/opus.642270

\*

Fikret Yazıcı \*

\* Dr. Öğr. Üyesi, Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi, Kayseri/ Türkiye  
E-Posta: [fyazici@erciyes.edu.tr](mailto:fyazici@erciyes.edu.tr) ORCID: [0000-0003-1821-0973](https://orcid.org/0000-0003-1821-0973)

Öz

*Sinema, kullandığı ve sürekli yenilediği teknoloji, oluşturduğu endüstri ve etkilediği kitleler dikkate alındığında diğer kitle iletişim araçlarından ayrılmaktadır. Sektörün büyüklüğü ve arz \ talep (tüketim \ üretim) dengesi sonucu oluşan yüksek bütçeler başta yapımcılar ve sinema işletmeleri olmak üzere sektör bileşenlerinin tamamı tarafından kontrol edilmeye çalışılmaktadır. Ulusal kültürel kimliği yansıtmak, sektöre dinamizm katmak ve düzenleyici tedbirleri almak adına Devletler sinemaya müdahale etmektedirler. Yapım ve dağıtım şirketlerinin kurdukları sinema işletmeleri ile gösterim ayağını da üstlenmeleri büyük kartelleri de beraberinde getirmiştir. Kartelleşen bu yapı içerisinde bağımsız film yapım süreci haksız rekabete uğramaktadır. Türkiye'de özellikle 2018 yılının son aylarında benzer bir tartışma başlamış; bir grup yapımcı ve sinema oyuncusu sinema salonlarında yapılan promosyon ve kampanyaların haksız rekabete yol açtığını dile getirmişlerdir. Sinema işletmeleri ve yerli yapım şirketlerinin uzlaşamaması sonucunda Kültür ve Turizm Bakanlığı'nun hazırladığı yeni düzenlemeler kanunlaşarak hayata geçirilmiştir. Bu çalışmada, 30 Ocak 2019 tarihinde Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 7163 Sayılı "Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun"un getirdiği düzenlemeler sinema işletmeleri perspektifinden incelenmiştir. Sinema işletmelerinin kanuna yönelik eleştirilerinin ortaya konulmasının yanı sıra sinema sektöründe hangi değişim ve dönüşümlerin ortaya çıkacağına yönelik bir perspektif ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda, sinema işletme müdürleri ( 5 kişi ) ile 10 Şubat-18 Haziran 2019 tarihleri arasında yüz yüze derinlemesine görüşme yapılmıştır. Örneklem olarak, Türkiye'nin 5 büyükşehirindeki ( İstanbul, Ankara, Konya, Adana ve Kayseri) 5 farklı sinema seçilmiştir. Sinema işletme müdürlerine yarı yapılandırılmış görüşme formu üzerinden 5 soru sorulmuştur. Sinema işletme müdürlerine göre 7163 Sayılı Kanunla getirilen reklam süresindeki kısıtlar sektörü olumsuz etkileyecek ve küçülmesine yol açacaktır. Ayrıca promosyon, kampanya ve abonelik gibi uygulamaların yasaklanması ile bilet fiyatlarının artacağı, bu artışın izleyicilere mali bir yük getireceği fikri ortaya konulmaktadır. İşletme müdürleri, sinema sektörünün önemli bir dönüşüme uğrayacağını ve sinema salonlarının multipleks bir yapıya kavuşarak alternatif yatırım alanları yaratacağını dile getirmişlerdir.*

**Anahtar Kelimeler:** Sinema Politikaları, 7163 Sayılı Kanun, Sinema Desteği

## Transforming Cinema Sector and Changing Audience Habits: Evaluation of Law 7163

\*

### Abstract

*Cinema differs from other mass media considering the technology it uses and constantly renews, the industry it creates and the masses it influences. The size of the sector and the high budgets created as a result of the balance of supply / demand (consumption / production) are being controlled by all the components of the sector, especially the producers and cinema companies. States are intervening in cinema in order to reflect national cultural identity, add dynamism to the sector and take regulatory measures. The production and distribution companies have established the cinema enterprises and the footsteps of the films brought along with the big cartels. Within this cartelized structure, the independent filmmaking process is subject to unfair competition. Turkey, especially in the year of 2018 started a similar debate in recent months; a group of filmmakers and film actors stated that promotions and campaigns in movie theaters led to unfair competition. As a result of the failure of reconciliation of cinema enterprises and local production companies, new regulations prepared by the Ministry of Culture and Tourism were enacted and enacted. In this study, the regulations of the Law Amending the Law No. 7163 on "Evaluation and Classification of Cinema Films and their Support" which were published in the Official Gazette on 30 January 2019 were examined from the perspective of cinema enterprises. In addition to revealing the criticisms of the film companies towards the law, a perspective has been tried to put forward which changes and transformations will emerge in the cinema sector. In this context, in - depth interviews were conducted face -to- face with film business directors (5 persons) between 10 February and 18 June 2019 .As the sample 5 in Turkey's big cities (Istanbul, Ankara, Konya, Adana and Kayseri) 5 different films have been selected. Cinema business managers were asked 5 questions on semi-structured interview form. According to the cinema management directors, the restrictions on the advertising period introduced by Law 7163 will affect the sector negatively and cause it to shrink. In addition, the prohibition of applications such as promotions, campaigns and subscriptions will increase ticket prices, and this increase will put a financial burden on the audience. Business managers stated that the cinema sector will undergo a significant transformation and cinema halls will create a multiplex structure and create alternative investment areas.*

**Keywords:** Cinema Policies, Law No. 7163, Cinema Support

## Giriş

Düşünce ve ifade özgürlüğüne temel oluşturan iki önemli uluslararası sözleşme, taraf olan ülkelerin başta anayasaları olmak üzere kitle iletişim özgürlüğünü düzenleyen tüm mevzuatlarına yol gösterici olmuştur. Bunlardan birincisi, 1948 tarihinde Birleşmiş Milletler tarafından kabul edilip yayınlanan "İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi"dir. Bildirge, düşünce ve ifade özgürlüğünü bir hak olarak bireye vermekle yetinmeyip, ifade ve düşünceyi her yolla araştırma, elde etme ve yayma hakkını da tanımıştır. İkinci uluslararası sözleşme ise 1950 tarihli "Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi (AİHS)"dir. AİHS, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesine paralel olarak ifade ve düşünce özgürlüğünü bir hak olarak bireye vermiştir (Çiftçi, 1999, s.64). Türkiye gelişmiş dünyadan kopmaksızın her iki sözleşmeye de taraf olarak imza atmış ve aynı zamanda ilgili düzenlemeleri başta anayasa olmak üzere ilgili kanunlara bir hak olarak yerleştirmiştir.

Radyo, gazete, televizyon gibi bir ifade aracı olarak sinema kendine özgü dil ve yöntemlerle hayatı beyazperdeye aktarmaktadır. Sinema politikaları, ülkelerin sosyo-ekonomik dinamiklerinin toplumsal yansımaları olarak hükümetler tarafından oluşturulmaktadır. Hazırlanan sinema filminin toplumla etkileşimi, uluslararası dolaşıma girmesi, teknolojik özelliklerin yansımaları, bir endüstri oluşturması, kültürel ve sanatsal değerleri barındırması gibi bir takım unsurlar üzerine geliştirilmektedir (Erkılıç, 2008, s.58). Küresel bir endüstri olarak Hollywood sineması kendi sermayesini kendi yaratmakta ve daha çok uluslararası ekonomik ve kültürel pratikleri siyasa olarak ortaya koymaktadır. Amerika Birleşik Devletleri haricinde birçok ülke sinema politikalarını oluştururken kendi ulusal kültürel kimliğini yansıtmak, sektörü ayakta tutmak ve gelişimini sağlamak için çaba göstermektedir (Dickson ve Harvey, 2005, s.420).

Avrupa Birliği'ne uyum süreci bağlamında Türkiye, 2004 yılında 5224 Sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Desteklenmesi Hakkında Kanun'u hayata geçirmiştir. Böylece sinemaya devlet müdahalesi ve aynı zamanda desteği başlamıştır. Devlet bu kanunla yapımcılara film yapım sürecinde destek sağlamış ve sansür'den farklı olarak çocukların ve gençlerin fiziksel ve zihinsel gelişimlerini önceleyen bir denetimi sinema filmleri üze-

rinde işletmiştir. Zaman içerisinde 5224 Sayılı Kanun'un yetersiz kaldığı durumlar ortaya çıkmış ve bu durum özellikle yapımcılar ve sanatçılar tarafından eleştiri konusu yapılmıştır.

Sinema sektörüne dair tartışmalar, Türk kamuoyu gündemine 2018'in son aylarında yoğun olarak gelmiştir. Yönetmen ve oyuncular Cem Yılmaz ve Şahan Gökbakar'ın sosyal medya aracılığı ile başlattıkları tartışma, 5224 Sayılı Kanun'un regüle edilmesi süreci ile yeni bir boyut kazanmıştır. Tartışmanın odağını sinema işletmelerinin film bileti üzerine yaptıkları promosyonlar oluşturmaktadır. Film biletinin patlamış mısır ve içeceklerle birlikte izleyicilere satılması yapımcıların tepkisine neden olmuştur. Yapımcılar, bu promosyonlar aracılığı ile bilet fiyatlarının bilinçli olarak düşük tutulduğunu ve değerinden fazla gösterilen patlamış mısır ve içecek fiyatlarıyla salonların haksız kazanç elde ettiğini savunmuşlardır. Cem Yılmaz resmi Twitter hesabında *"Emek verdiğimiz filmlerin en adaletli şekilde seyircisiyle buluşacağı günü bekliyoruz. Film bizim, film sizin... Mısıra değil filme bilet alan milyonlarca seyircimize sorumluluğumdur"* açıklamasını yaparak sinema işletmelerinin yaptıkları uygulamalara tepkisini göstermiştir. Bu açıklamayı diğer yapımcı ve oyuncular da destekleyici paylaşımlarda bulunmuşlardır. Buna karşın Türkiye'nin en büyük sinema işletmelerinden Mars Grubu Kurumsal İlişkiler Direktörü Aslı Irmak Acar *"Cem Yılmaz olmazsa başka Cem Yılmazlar çıkar, onlar film çekmezse çekeni bulacağız"* (<https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-46925169>) şeklinde tartışmayı sinema işletmeleri perspektifinden yorumlamıştır. Geçen zaman içerisinde tarafların anlaşamaması üzerine Kültür ve Turizm Bakanlığı tartışma konusu olan meseleyi de içine alan 13 maddelik bir düzenlemeyi kanunlaştırarak hayata geçirmiştir. 30 Ocak 2019 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 7163 Sayılı "Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" ağırlıklı olarak sinema sektörünün ekonomik yapısını etkileyen düzenlemeler getirmektedir.

Çalışma, 7163 Sayılı Kanun'un getirdiği düzenlemelerin sinema sektörünü nasıl etkileyeceği ve dönüştüreceği üzerinde durmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda değişen izleyici alışkanlıklarının da hangi paradigmaları beraberinde getireceği sinema sektörü perspektifinden analiz edilmeye çalışılmıştır. Yaşanan hukuki tartışmaları anlamak adına bir ifade aracı olarak sinema sanatı açıklanarak, ulusal ve uluslararası hukuki metinlerdeki konumlandırılışı kuramsal olarak ortaya konulmuştur.

## Yöntem

Araştırmanın amacı, 30 Ocak 2019 tarihinde Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 7163 Sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile getirilen yeni düzenlemeleri, Türkiye'deki sinema işletmeleri perspektifinden değerlendirmektir. Ayrıca, 7163 Sayılı Yasanın sinema sektörüne getirdiği düzenlemelerin sinema izleyicilerine yönelik olası etkilerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu bağlamda nitel araştırma desenlerinden durum çalışması kullanılmıştır. Bu desende, bir durumu kendi sınırları içinde kişiler, olaylar, yer ve zaman gibi etmenleri de kapsayıcı bir şekilde ele alarak analiz etme üzerine odaklanılmaktadır. Meydana gelen sosyal değişimleri ve süreçleri anlamak için kullanılan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım çerçevesinde görüşmeler, odak grup görüşmeleri, gözlemler ve doküman analizleri veri toplama teknikleri olarak kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008, s.79; Creswell, 2015, s.104). Çalışmada nitel veri yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırmada görüşme, insanların gerçekliğe yönelik yorumlarına, anlamlarına, açıklamalarına ve gerçeği inşa edişlerine yönelik bilgi sahibi olmanın en iyi yollarından biri (Punch, 2005, s.165-166) olarak değerlendirilmektedir. Araştırma kapsamında amaca uygun olarak, sinema işletme müdürleri ( 5 kişi ) ile 10 Şubat-18 Haziran 2019 tarihleri arasında yüzyüze derinlemesine görüşme yapılmıştır. Örneklem olarak, Türkiye'nin 5 büyükşehirindeki ( İstanbul, Ankara, Konya, Adana ve Kayseri) 5 farklı sinema seçilmiştir. Sinema işletme müdürlerine yarı yapılandırılmış görüşme formu üzerinden 5 soru sorulmuştur. Verilerin toplanması, çözümlenmesi ve değerlendirilmesi ile ilgili süreçte ilgili sinemalar ve işletme müdürleri kurumsal ve şahsi kimliklerinin zarar görmemesini talep etmişlerdir. Bu bağlamda kişilerin rahat bilgi vermelerini sağlamak adına kurum ve gerçek isimleri ile ilgili bilgiler saklı tutulmuştur. Sinema işletme müdürleri (S) olarak kodlanmıştır. Ortalama 45 dakika süren görüşmeler, sinema işletme müdürlerinin ofislerinde gerçekleştirilmiş ve ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Kaydedilen görüşmeler deşifre edilerek çözümlenmiş ve analiz edilmiştir. Görüşme kapsamında sinema işletme müdürlerine aşağıdaki sorular sorulmuştur:

1. 7163 Sayılı Kanun ile sinema filmi öncesinde gösterilen reklam sürelerine yönelik sınırlamayı nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu sınırlamanın olumlu/olumsuz etkileri neler olur?
2. 7163 Sayılı Kanun ile abonelik, promosyon, kampanya ve toplu satış faaliyetlerine yönelik düzenlemeyi nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu düzenlemenin sinema işletmeleri açısından olumlu/olumsuz etkileri neler olur?
3. Sinema Filmi biletine ek olarak başka bir ürünün satışının yapılamaması sinema işletmelerini nasıl etkiler?
4. 7163 Sayılı Kanun ile getirilen düzenlemelerden sinema izleyicilerinin nasıl etkileneceğini düşünüyorsunuz?
5. Sizce bu Kanun Sinema sektörünün işleyişini nasıl etkiler?

### **İfade Özgürlüğü Aracı Olarak Sinema**

İfade, kaynağını düşünme eyleminden alan bir kavramdır. İnsan ifade etmeden önce düşünmeye başlar. Bu nedenle ifade özgürlüğüne ilişkin her türlü değerlendirme düşünce özgürlüğü ile başlamaktadır. İfade özgürlüğünü; yaşamı, kişisel özgürlükleri ve bireyin kendini ortaya koyan tüm eylemlerini de kapsayan en temel bir hak olarak tanımlamak mümkündür (Trager, Russomanno ve Ross, 2010, s.52). Dönmezer (2003, s.10), ifade özgürlüğünü "süper bir hak ve özgürlük" olarak tanımlamaktadır. Bu özgürlük, düşünce serbestliğini, söz hürriyetini, bilgileri, haberleri ve fikirleri açıklamak ve elde etmek haklarını doğrudan içinde barındırmaktadır. Bu bağlamda fikir ve düşünceleri açıklayabilmek, bunları elde edebilmek veya yayabilmek hakkı insanın en değerli haklarından birisi olarak değerlendirilmektedir. Düşünce özgürlüğü ve düşünceleri açıklama ve yayma özgürlüğünü birbirini tamamlayıcı haklar olarak ele almak mümkündür. Zira, düşünce özgürlüğü statik bir yapıda iken, düşünceleri açıklama ve yayma özgürlüğü dinamik bir yapıdadır.

İnsanoğlu tarihin ilk günlerinden bu yana doğada varolan çeşitli yüzeyler üzerine çizerek, boyayarak ve kazıyarak kendini ifade etme yoluna gitmiştir. Bu resmetme eylemi insanın toplumsal yaşam içinde geliştirdiği ve yapılandırdığı bir olgu olarak değerlendirilmelidir. Tarihsel açıdan değerlendirildiğinde belli dönemlerin insanlık tarihinde diğer dönemlere nazaran öne çıktığı görülmektedir. Doğal olarak bu dönemlerde resmetme anlayışı ve teknikleri de diğer olay ve olgular gibi yaşanan dönemin izlerini taşımaktadır

(Kılıç, 2008, s.9). Sinema sanatı, tarihsel süreç içerisinde insanoğlunun bireysel gelişiminin yanı sıra toplumsal, ekonomik ve teknolojik gelişmeleri de kullanmasıyla ortaya çıkmıştır. Önceleri resmeden insan daha sonraları fotoğraf makinesini, ardından da fotoğrafları hareketlendirerek oynatan kamerayı icat ederek kendini ifade etme yoluna gitmiştir.

Görüntü dilinin gerçekliği, anlaşılabilirliği ve etkileyciliği sinemanın bir ifade biçimi olarak ortaya çıkmasında büyük bir önem arz etmektedir. Rotha ve Griffith (2001, 7), sinemayı açıklarken resimsel olarak ve zihinsel olarak uyumun öneminden bahsetmektedirler. Bu bağlamda görüntülü şekillerin oluşturulmasında ışık ve hareket resimsel olarak; zihinsel şekillerin oluşturulmasında ise kullanılan psikoloji ile sinema filmi oluşturulmaktadır. Kullanılan müzik ve eşzamanlı ses, izleyicinin bilinçaltındaki işitsel duygularını artırmaktadır. Böylece filmi çeken yönetmen için geçerli olan en güçlü ifade pratikleri sanatsal açıdan oluşmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde yönetmenler sinemanın icadından itibaren aşama aşama sinema filmi oluşturulan bu enstrümanları uyum içinde kullanmaya çalışmışlardır. Lumiere kardeşlerin 1895'te icat ettikleri "sinematograf" aracılığı ile çektikleri ilk filmlerde sadece görüntü bulunmaktadır. 1920'lerin sonlarına kadar devam eden süreçte yönetmenler sadece görüntü ve yazı dilini kullanarak filmler çekmişlerdir. Çekilen bu sessiz filmler kitleler tarafından büyük bir ilgiyle takip edilmişlerdir.

Rotha ve Griffith'in ışık, hareketli görüntü ve psikolojik uyum olarak açıkladıkları sinemaya Adorno, oluşturulan sinema kültürü bağlamında yaklaşmış ve eleştirmiştir. Adorno (2001, s.178-180), kültür endüstrisi bağlamında sinemayı açıklarken benzerlik eleştirisini getirmiştir. Ona göre kültür endüstrisi sinema aracılığı ile, kitlelere onları rahatlatan, iyi hissetmelerini sağlayan ürünler sunar. Bununla amaçlanan sahte tatminler yaratmak ve böylece hedeflenen kitlelerin edilgenleştirilmesi ve gerçeğe karşı tepkisiz kalmasıdır. Bu paradigma bağlamında Erdoğan ve Solmaz (2005, s.33), sinemayı sadece görüntü, ışık, ses ve müzikle yapılan bir fikri üründen ziyade bir endüstri olarak tanımlamışlardır. Ortaya çıkan fikri ürünü taşıyan ve gösteren araçlar, bu ürünü ve bu araçları üreten örgütlü bir sosyal yapı (şirket veya kurum) ve yapısal ilişkiler bulunmaktadır. Aynı zamanda bu ürünü, araçları, örgütlü yapıyı ve ilişkileri açıklayan, meşrulaştıran, bazen de eleştiren örgütlü (ve örgütsüz) düşünsel üretim süreçlerinin de bu bağlamda ele alınması gerekmektedir. Buradan hareketle sinemayı, seyir için üretilen bir ürün ve bu ürünün

ideolojisiyle ilgili örgütlü bir faaliyeti, bu faaliyetin amaç ve sonuçlarını anlatan bir etkinlik olarak değerlendirmek mümkündür.

Sinema, yazılı kitle iletişimi araçlarından farklı olarak hem göze hem de kulağa hitap etmektedir. Bunun yanı sıra teknolojik olarak televizyon ve internetten farklı imkanları da sunmaktadır. Filmin etkisini arttırmak, eğlence ve korku gibi olguları daha net hissettirmek için üç boyutlu ya da beş boyutlu versiyonları ile bireylere ulaşmaktadır. İzleyiciyi edilgen (pasif) durumdan etken (aktif) duruma getirmek için dijital teknolojik imkanlar sürekli olarak yenilenmektedir. Ayrıca, kullanılan kurgu teknikleri aracılığı ile sinema filmleri kendine özgü bir anlatım diline de kavuşmaktadır. Örneğin, silahlı bir çatışma sahnesinden hemen önce izleyicideki gerilimi artırmak adına karakterlerin yüz plan çekimlerine yer verilebilir. Böylece film içindeki zamana yönelik farkındalığımız yönlendirilebilir. Aynı durumu mekan algısı için de uygulamak mümkündür (Burton, 1995, s.127-128). Bu yönleriyle sinema insanlar tarafından sürekli bir ilgiyle karşılanmaktadır. Baykal (2015, s.24-29), bir ifade aracı olarak sinemanın nitelik ve işlevlerini şu şekilde sıralamaktadır:

- Göze ve kulağa aynı anda hitap eden bir kitle iletişim aracıdır,
- Düşüncelerin ifade edilmesini ve yayılmasını sağlayan bir araçtır,
- Sanat dalıdır,
- Denetime tabi olmalıdır,
- Endüstrisi olan büyük bir sektördür,
- Eğlence aracıdır,
- Öğretici ve eğiticiştir,
- Propaganda aracıdır,
- Kültürün aktarılmasını sağlar,
- Mal ve hizmetleri tanıtır.

### **Avrupa ve Türkiye Özelinde Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi ile İlgili Sürece Bir Bakış**

Sinema filmi yapmak, gelişmiş ülkelerin tüm anayasalarında ve uluslararası antlaşmalarda; diğer ifade etme biçim ve araçları gibi bir hak olarak bireylere verilmiştir. Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi 19. Maddesi "*Her ferdin fikir ve ifade özgürlüğüne hakkı vardır. Bu hak fikirlerinden dolayı rahatsız edilmemek, memleket sınırları söz konusu olmaksızın bilgi ve fikirleri her va-*



*sita ile aramak, elde etmek ve yaymak hakkını gerektirir*" hükmünü ortaya koymuştur. Burada yer alan "her vasıta" ifadesinin kitle iletişim araçlarını (dolayısıyla sinemayı) kapsadığını da söylemek mümkündür. Avrupa Konseyi tarafından hazırlanan Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi (AİHS), İnsan Hakları Evrensel Beyannamesinde düzenlenen ifade özgürlüğü ile ilgili tanınan hakları bir anlamda pratiğe geçirmiştir. AİHS 10. Madde: "(1) Herkes, görüşlerini açıklama ve anlatım özgürlüğüne sahiptir. Bu hak, kanaat özgürlüğünü, kamu otoritelerinin müdahalesi olmaksızın haber veya fikir alma ve verme özgürlüğünü de içerir. Bu madde, devletlerin radyo, televizyon veya sinema işletmelerini bir izin sistemine bağlı tutmalarına engel değildir" hükmünü getirmiştir. Sözleşmenin bu maddesi sadece yazılı basınla ilgili değil, aynı zamanda görsel basın ve sinema ile de ilgilidir. Her türlü mesaj bu maddenin güvencesi altındadır (Çiftçi, 2001, s.18; Cankaya ve Yamaner, 2006, s.21). İfadeyi iletmek için kullanılan vasıtalar, radyo, televizyon ve sinema gibi araçlar da güvence sistemi içerisinde. İletilen bilginin içeriği siyasi, kültürel, ekonomik, ticari, artistik, sanat için vs. olabilir. Özgürlük, bilgi ve fikir alma ve sahip olunan bilgi ve fikirleri yayma özgürlüğü olmak üzere iki boyuttan oluşmaktadır (Bıçak, 2002, s.20). 1982 Anayasası "Düşünce ve kanaat hürriyeti" başlığını taşıyan 25. Maddesinde; "(1) Herkes, düşünce ve kanaat hürriyetine sahiptir. (2) Her ne sebep ve amaçla olursa olsun kimse, düşünce ve kanaatlerini açıklamaya zorlanamaz; düşünce ve kanaatleri sebebiyle kınanamaz ve suçlanamaz" hükmünü içermektedir. Bu madde düşünce özgürlüğünün, aynı zamanda düşünceleri açıklamama hakkını da içeren bir özgürlük olduğunu vurgulamaktadır (İçel ve Ünver, 2005, s.48). Düşüncüyü açıklama ve yayma hürriyeti'ni düzenleyen 26. Madde, bu özgürlüğü radyo, televizyon, sinema gibi kitle iletişim araçlarını da kapsayacak şekilde tanımlamaktadır. Bu maddede; "Herkes, düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir. Bu hürriyet resmi makamların müdahaleleri olmaksızın haber ve bilgileri almak ya da vermek serbestliğini de kapsar" ifadeleri yer almaktadır. Bu maddenin devamında yer alan "Bu fıkra hükmü radyo, televizyon, sinema veya benzeri yollarla yapılan yayımların izin sistemine bağlanmasına engel değildir" hükmüyle yayın içeriklerine müdahale edilebilir olmasına olanak tanımaktadır. Bu içerik düşünce ve kanaat özgürlüğünün aktif yönünü düzenlenmektedir (Yazıcı, 2008, s.54).

Avrupa Konseyi, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin adeta bir tamamlayıcısı olarak 1993 yılında Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi

(ASTS)'ni yürürlüğe koymuştur. Sözleşmenin 4. Maddesi: *“Taraflar İnsan Hakları ve Temel Özgürlüklerin Korunması Sözleşmesi'nin 10. Maddesine uygun olarak, ifade ve haber alma özgürlüğü sağlayacak ve yayın izleme özgürlüğünü güvence altına alacak ve bu Sözleşme hükümlerine uygun bulunan program hizmetlerinin kendi toprakları üzerinde yeniden iletimini kısıtlamayacaktır”* hükmünü içermektedir. Bu madde, özü itibarıyla Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinin ifade özgürlüğünü düzenleyen 10. Maddesi ile örtüşmektedir. ASTS'nin 7. Maddesi yayın içerikleri noktasında yayıncıya önemli sorumluluklar yüklemektedir. Bu bağlamda; yayın içerikleri edebe aykırı olmayacak, pornografi içermeyecek, şiddet eğilimini körüklemeyecek, ırkçı nefret duygularını kışkırtıcı nitelikte olmayacak, gençlerin ve çocukların fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimini zedeleyebilecek türden program hizmetleri, bunların izleyebileceği zaman ve saatlerde yayınlanmayacak şekilde düzenlenmektedir. Dolayısıyla televizyonda yayınlanacak sinema filmlerine yönelik kısıtlayıcı bir takım düzenlemeler ortaya konulmuştur.

1980'lerin başında uydu ve kablo teknolojilerinin dönüştürücü etkisi ve Amerikan yapımlarının hakimiyeti karşısında güçsüz kalan Avrupa televizyon pazarının rekabet gücünü artırma ihtiyacı, Avrupa Birliği (AB)'ni harekete geçirmiştir. Yayıncılık alanın Avrupa çapında düzenlenmesi ve AB'nin bu süreçte etkin olması sıkça gündeme gelmiştir (Sümer, 2010, s.202). AB, 1989 yılında Sınırsız Televizyon Direktifi ile yayıncılık alanında bir eşgüdüm sağlamak adına çeşitli regülasyonları hayata geçirmiştir. Direktifin 22. Maddesi televizyonda gösterilecek sinema filmlerini de kapsamaktadır. Buna göre; Üye Devletler, yayıncıların televizyon yayınlarında, çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimlerini ciddi şekilde olumsuz etkileyebilecek programlara, özellikle pornografi veya gereksiz şiddet içeren programlara yer vermemelerini sağlamak için gerekli önlemleri almalıdırlar. Ayrıca, bu tarz programların şifresiz yayınlanması halinde, Üye Devletler bu programlardan önce sesli bir uyarının yapılmasını veya yayın süresince görsel bir sembole tanımlanmasını sağlamakla mükellef tutulmuşlardır. 22a Maddesi ise; Üye Devletleri ırk, cinsiyet, din veya milliyetçilik bazında kin ve nefret duygularına sevk eden unsurlara yayınlarda yer verilmemesini temin etmekte yükümlü kılmıştır.

Sınırsız Televizyon Direktifi, 2010 yılında yürürlüğe giren Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi ile yürürlükten kaldırılmıştır. Bu yeni yönerge Avrupa Devletleri için görsel-ışitsel alanı düzenleyen çok

önemli güncel yaklaşımları da beraberinde getirmiştir. Çocukların fiziksel, zihinsel ve ya ahlaki gelişimlerine zarar verebilecek, özellikle pornografi ve ölçsüz şiddet içeren program içeriklerine yer vermemeleri hususu bu yönergede de ön planda yer almaktadır (Madde 27/ 1). Bu tür programlarda koruyucu işaretlerin kullanılması gerektiği de Madde 27/3' de özellikle vurgulanmıştır. Yönerge Başlangıç kısmında sinematografik eserlerin, hak sahipleri ve medya hizmet sağlayıcıları arasında anlaşmaya varılan süreler içinde iletilmesinin önemini ortaya koymaktadır. Ayrıca, *“sinematografik eserlerin her tür gösterimi için özel zaman dilimleri belirleme sorunu, öncelikle ilgili taraflar veya ilgili meslek uzmanları arasında varılacak anlaşmalar yoluyla çözüme kavuşturulacak bir husustur”* hükmü ile yayıncı ve yapımcı arasında bir anlaşma gerekliliğini ortaya koymuştur. Yönergenin getirdiği en önemli yeniliklerden biri olarak ürün yerleştirme uygulaması dikkat çekmektedir. Burada sinematografik eserler ve televizyon için üretilen görsel-işitsel programların içine ürün yerleştirme yapılmasının önü açılmaktadır. Yönerge ürün yerleştirmeye yönelik bir takım kısıtlar getirmiş olsa da, bu sektörde büyük gelirler elde eden Amerika Birleşik Devletleri menşeli yapımlarla rekabet edilmesi sağlanmıştır. Yönergenin 8. Maddesi ise, film yapımcıları için koruyucu bir önlem olarak; *“Üye Devletler, yargı yetkileri altındaki medya hizmet sağlayıcılarının, sinematografik eserleri, hak sahibi ile anlaşılan süreler dışında yayınlamamalarını güvence altına alırlar”* hükmünü getirmiştir.

Sinematografik Ortak Yapım Avrupa Sözleşmesi de Avrupa Devletleri adına kaleme alınmış önemli hukuki metinlerden birisi olarak dikkat çekmektedir. 2 Ekim 1992 tarihinde Avrupa Konseyi tarafından imzalanan sözleşmenin önsözünde; Avrupa sinematografik yapımlarının desteklenmesi ihtiyacına ve Avrupa'da sinematografik ortak yapımların gelişimine yönelik itici bir güce gereksinim olduğu vurgulanmaktadır. Bu bağlamda ortak kuralları tanımlamak adına sözleşmenin ortaya konulduğu belirtilmektedir. Böylece tanımlar (Madde 3), ortak-yapım statüsünü kazanma şartları (Madde 5), her ortak yapımcıdan alınacak katkı oranları (Madde 6), mali ortak yapımlar (Madde 9), genel denge (Madde 10), ortak yapımcı ülkelerin isimlerinin zikredilmesi (Madde 12), yapımların dilleri (Madde 14) ve festivallerde gösterim kuralları (Madde 15) gibi sektör bileşenlerini yakından ilgilendiren düzenlemeler yapılmıştır.

## Bulgular ve Tartışma

### *Sinema Sektöründe Değişim: 7163 Sayılı Kanun'un Getirdiği Yeni Düzenlemelere Bir Bakış*

30 Ocak 2019 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 7163 Sayılı "Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" 13 Maddeden oluşmaktadır. Kanun, 5224 Sayılı Kanun'da yer alan 5.,12, ve 15. Maddeleri yürürlükten kaldırmıştır. Sinema sektöründe ve kamuoyunda yoğun olarak tartışılan 7163 Sayılı Kanun'un getirdiği düzenlemeler şu şekilde özetlenebilir:

- Kanuna göre; proje geliştirme, ilk uzun metrajlı kurmaca film yapım, uzun metrajlı sinema film yapım, ortak yapım, senaryo ve diyalog yazım, animasyon film yapım, kısa film yapım, belgesel film yapım, çekim sonrası, dağıtım ve tanıtım ile yerli film gösterim destek türlerinde yapılan başvuruları değerlendirmek ve desteklenecek olanları belirlemek üzere, sayısı dördü geçmemek üzere "destekleme kurulları" oluşturulacak.
- Destekleme kurulları, ilgili alan meslek birlikleri tarafından belirlenecek dört sektör temsilcisi ile yapımcı, yönetmen, senaryo ve diyalog yazarı, oyuncu, sinema salonu işletmecileri, film dağıtımcıları, yayıncı kurum veya kuruluş temsilcileri ve üniversitelerin sinema alanında eğitim veren bölümlerinde görev yapan öğretim üyeleri arasından, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenecek üç üye ve bir bakanlık temsilcisi olmak üzere 8 üyeden oluşacak. Bakanlık temsilcisi, kurulun başkanı olacak.
- Dizi film ile yabancı film yapım destek türlerinde yapılan başvuruları değerlendirmek ve desteklenecek olanları belirlemek üzere de Dizi ve Yabancı Filmleri Destekleme Komisyonu oluşturulacak.
- Ülke içinde üretilen veya ithal edilen sinema filmlerinin, ticari dolaşıma veya gösterime sunulmasından önce değerlendirilmesi ve sınıflandırılması yapılacak. Uygun bulunmayan filmler, ticari dolaşıma ve gösterime sunulamayacak. Değerlendirme ve sınıflandırması yapılmamış olan sinema filmleri, festival, özel gösterim ve benzeri kültürel ve sanatsal etkinliklerde ancak "18+" yaş işaretleriyle gösterilebilecek.

- Değerlendirme ve sınıflandırma yükümlülüğüne uymayan, zorunlu tutulduğu halde gerekli işaret ve ibareleri kullanmayan veya yanıltıcı şekilde kullanan film yapımcısı ile değerlendirme ve sınıflandırma yükümlülüğüne uyulmayan filmlerin dağıtımını yapanlara 20 bin lira idari para cezası uygulanacak (Tablo 1).
- Değerlendirme ve sınıflandırma yükümlülüğüne uyulmayan filmlerin gösterimini yapanlar ile gerekli işaret ve ibareleri kullanmadan veya yanıltıcı şekilde kullanarak film gösterimi yapanlara 50 bin lira; gösterim ve tanıtım alanlarında gerekli işaret ve ibareleri kullanmadan etkinlik düzenleyenlere film başına 20 bin lira; reklam, fragman ve film arası sürelerine uymadan gösterim yapan sinema salonu işletmecilerine ise salon başına 50 bin lira para cezası verilecek (Tablo 1).
- Daha önce bakanlıkça değerlendirme ve sınıflandırması yapılan filmler, ilgili etkinliklerde aldıkları işaret ve ibarelere uygun olarak gösterilebilecek. Söz konusu etkinliklerde gösterimi yapılacak olan filmlerin taşımaları gereken işaret ve ibarelerin, her türlü tanıtım ve gösterim alanında kullanılması zorunlu olacak.
- Destek başvuruları, ülke içinde yerleşik gerçek veya tüzel kişiler tarafından yapılacak. Destek tutarı; proje geliştirme, ilk uzun metrajlı kurmaca film yapım, uzun metrajlı sinema film yapım, ortak yapım, belgesel film yapım, çekim sonrası ile dağıtım ve tanıtım destek türleri için başvuruda belirtilen toplam bütçenin yüzde 50'sini aşamayacak.
- Animasyon film yapım, kısa film yapım, senaryo ve diyalog yazımı ile yerli film gösterim destek türleri için başvuruda belirtilen toplam bütçenin tamamı desteklenebilecek. Yabancı film yapım destek türü için destek tutarı, ülke içinde harcanan, Kültür ve Turizm Bakanlığınca kabul edilen tutarın yüzde 30'unu aşamayacak. Kanun kapsamındaki bütün destekler, geri ödemesiz olarak verilecek.

**Tablo 1. Uygulanacak idari para cezaları** (<http://www.mgc.com.tr/sinema-kanununda-degisiklik>)

İdari Para Cezası Tutarı	Uygulanacak Haller
20.000 TL	Değerlendirme ve sınıflandırma yükümlülüğüne uymayan, zorunlu tutulduğu halde gerekli işaret ve ibareleri kullanmayan veya yanıltıcı şekilde kullanan film yapımcısına
	Değerlendirme ve sınıflandırma yükümlülüğüne uyulmayan filmlerin dağıtımını yapanlara
50.000 TL	Gösterim ve tanıtım alanlarında gerekli işaret ve ibareleri kullanmadan etkinlik düzenleyenlere
	Değerlendirme ve sınıflandırma yükümlülüğüne uyulmayan filmlerin gösterimini yapanlar ile gerekli işaret ve ibareleri kullanmadan veya yanıltıcı şekilde kullanarak film gösterimi yapanlara
	Reklam, fragman ve film arası sürelerine uymadan gösterim yapan sinema salonu işletmecilerine salon başına (01 Temmuz 2019 tarihinden sonra uygulanacaktır)
	Sinema salonu işletmecileri, film gösterimleri ile ilgili bilgileri Bakanlığa iletmek üzere Bakanlıkça belirlenen donanım ve yazılımı işler halinde bulundurmaması halinde

- Kültür ve Turizm Bakanlığı, sinema alanındaki etkinlik, proje ve faaliyetleri destekleyebilecek, düzenleyebilecek, ödüller verebilecek. Uluslararası festivallere ve yarışmalara katılım ile bunlara ilişkin tanıtım faaliyetlerini destekleyebilecek.
- Bakanlık, kamu kurum, kuruluş ve kamu tüzel kişilerine sinema donanım desteği verebilecek, ihtiyaç sahibi sinema sanatçılara veya sinema sektörü çalışanlarına maddi destek sağlayabilecek.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, sinema alanında arşiv veya müze oluşturulmasını teminen yurt içi veya yurt dışından eser ya da çoğaltılmış nüshaları ve sinema ile ilgili diğer materyalleri satın alma veya bağış yoluyla temin edebilecek.
- Sinema filmlerinin hazırlık, yapım, yapım sonrası ve gösterim süreçlerinin genellikle bir yıldan daha uzun sürmesi nedeniyle, bütün destek türleri için Cumhurbaşkanlığının uygun görüşü alınarak, yıllara sari destek sözleşmesi yapılabilir.
- Değerlendirme ve sınıflandırma yükümlülüğüne uyulmaması, zorunlu tutulan işaret ve ibarelerin değerlendirme ve sınıflandırma sonrasında her türlü tanıtım ve gösterim alanında ve taşıyıcı materyal üzerinde kullanılmaması veya yanıltıcı şekilde kullanılması halinde, mahallin mülki idare amiri tarafından filmlerin gösterim ve dağıtımını işaret ve ibareler

kullanılincaya kadar durdurulacak ve ilgililer hakkında idari para cezaları uygulanacak.

- İlk seans, öğrenci halk günü gibi gelenekselleşmiş indirimler ile okullara, meslek gruplarına, belirli yaşın üzerindeki kişilere yapılacak benzeri indirimler, işletmeciler ile filmin yapımcısı ve varsa dağıtıcısı arasında yapılacak sözleşmelerle belirlenebilecek. Ancak sinema salonu işletmecileri, filmin yapımcısı ve varsa dağıtıcısıyla yapılacak sözleşme ile belirlenecek indirimli bilet fiyatlandırmaları hariç olmak üzere, sinema biletini içeren abonelik, promosyon, kampanya ve toplu satış faaliyetleri gerçekleştirilemeyecek.

### *Sinema İşletmeleri Perspektifinden 7163 Sayılı Kanunun Değerlendirilmesi*

Görüşme yapılan sinema işletme müdürleri ile 7163 Sayılı Kanunda; reklam süreleri, promosyon, kampanya ve toplu satış, idari para cezaları gibi doğrudan işletmeyi etkileyen düzenlemeler üzerine konuşulmuştur. Bu bağlamda tartışma konusu olarak şu başlıklar ortaya konulmuştur:

- Reklam gösterimlerinin 10 dakika ile sınırlanması,
- Bilet + Menü kampanyalarının sonlandırılması,
- Kampanyalı bilet satışlarının 1 Temmuz 2019 tarihi itibarıyla sonlandırılması,
- Sinema salonlarındaki izleyici sayılarında yaşanan önemli azalma.

Günümüzde reklamveren şirketlerin öncelikli pazarlama amacı, yeni ve farklı yollarla tüketiciye ulaşmaktır. Çünkü tüketiciler, yoğun reklam mesajlarından sürekli kaçma eğilimindedir. Özellikle gazete, dergi, televizyon, radyo gibi geleneksel reklam mecralarında yer alan mesajlardan çoğu zaman kaçış yaşanmaktadır (Arslan, 2011, s.7). Sinema salonları izleyicilerin reklamlardan kaçma olanağı bulunmayan ortamlardandır. Fiziksel atmosfer gereği, izleyici mutlaka reklamı izlemekte ve reklam mesajlarını duymaktadır (Avşar vd., 2011, s.118-119). Buna bağlamda reklamverenler ve reklam ajansları sinema salonlarını alternatif uygulamaları da kapsayan bir şekilde özellikle kullanmaktadırlar. Sinema salonları farklı yaratıcı reklam uygulamaları için müsait ortamlar sunmaktadır. Bunlar arasında perde reklamı, dijital reklam alanları, stand kurulumu, anons reklamları, tuvalet aynası reklamı, cut-out

uygulamaları, bilet cover uygulamaları, popcorn poşeti giydirme, koltuk giydirme, videowall uygulamaları, raket uygulamaları, duvar giydirme gibi sinema salonu reklamlarını saymak mümkündür. S1, sinema reklamlarının akılda kalıcılığı ile ilgili olarak “... sektörümüz televizyon reklamlarından sonra en çok reklam izlenen ve akılda kalıcılığı yüzde 70’lerde olan bir düzeydedir. İngiltere Reklamcılık Derneği (WARC)’nin 2019 reklam harcamaları öngörüsü içerisinde internet ve sinema reklamlarının çok daha fazla artacağı, buna karşılık televizyon ve yazılı basın reklamlarında azalış olacağı beklenmektedir” düşüncelerini belirtmektedir. Buradan hareketle, sinema işletme müdürleri 7163 Sayılı Kanun ile getirilen 10 dakikalık reklam sınırlamasını eleştirmektedirler. S1, “...yeni düzenleme maksimum 22 dakika olan reklam gösterme süresini 10 dakika olarak sınırlandırmaktadır. Süreler sektörü yeni reklam alanları bulmaya yöneltecektir” şeklinde görüş bildirmektedir. S5 ise “10 dakikalık reklam sürelerinde yer bulmak için reklamverenler daha fazla para ödemek zorunda kalacaklar” görüşünü savunmaktadır. Bu durum sinema işletmelerinin dakika bazında reklam fiyatlarını artıracığı anlamına gelmektedir. S2 ise reklam sürelerinin kısaltılmasıyla sinema işletmelerinin gelirlerinin düşeceğini belirtmektedir: “...yüzdeler payda olarak reklamın getirisi önemli boyuttadır. Reklam süresi azaltıldığı zaman sinema işletmelerinin gelirleri de doğrudan azalacak demektir. Bu durumun sinema işletmelerinde sunulan hizmeti zayıflatabileceğini düşünüyorum”.

7163 Sayılı Kanun ile hayata geçen bir diğer uygulama ise sinema bileti içeren abonelik, promosyon, kampanya ve toplu satış faaliyetlerinin sinema işletmeleri için yasaklanmış olmasıdır. Görüşme yapılan işletme müdürleri bu düzenlemenin kısa vadede sinemaları, uzun vadede ise izleyicileri olumsuz etkileyeceğini belirtmektedirler. S3 “Konuyu sinema işletmecileri olarak değil de misafir açısından değerlendirmek daha doğru olur. Sonuçta yapılan kampanyalar sinema izleyicisine yönelik yapılan kampanyalardır. Kazanç elde edilmesi açısından bakıldığında film yapımcıları ile kazancımız ortaktır. Ortadaki bu kazançtan film yapımcıları ve biz sinema işletmecileri fedakarlık göstermezsek izleyici sayısını düşürmüş oluruz ve çok da az bir kitleye ulaşılmış oluruz” şeklinde görüş bildirmektedir. S5 de benzer bir yaklaşım göstererek “...bu düzenlemenin sinema işletmecileri ve yapımcılar açısından olumsuz etkileri olduğunu düşünmüyorum. Burada doğrudan izleyiciler zarar görmüşlerdir. Çünkü, gerek bilet fiyatlarındaki artış gerekse kampanyalı menülerdeki fiyat artışı doğrudan onlara yansıtılacak” şeklinde düşüncelerini ifade etmiştir. S1 ise sinema işletmelerinin büyük fedakarlıklarla ve yatırı-



rımlarla bugün bu kalitede hizmet verdiğine dikkat çekmekte ve promosyonların önemine değinmektedir: “2005 yılı Türkiye Box Office rakamı 27.801.041 iken 2018 yılı Türkiye Box Office rakamı 70.406.259 olarak görülmektedir. Sektördeki bu artışı sağlayan en büyük faktör sinema işletmecilerinin çeşitli kampanyalarla, sosyal sorumluluk projeleriyle, kapı kapı dolaşarak satışını yaptığı promosyon biletlerdir. Sinema biletinin kolay ulaşılabilir olması, insanların sosyal yaşamda sıkça uğradıkları restoranlarda, kitapçılarda ve benzin istasyonlarında bilet alma olanaklarının artması sektörün bu kadar büyümesine etki etmiştir”. S4 ise abonelik ve promosyon uygulamasının sona ermesini kurumsal imajın sarsılmasıyla ilişkilendirerek farklı bir bakış açısı getirmektedir: “Getirilen bu düzenlemeler ile tüketicinin sinema işletmelerine olan sadakati ve güveni azaltılmıştır. Yasadan dolayı daha pahalı bilet satmak zorunda kalıyoruz. İzleyiciler bu durumun sinema işletmelerinden kaynaklandığını düşünmektedir. Bu durumun kurum imajını da zedelediğini düşünüyorum”.

Sinema işletmecileri, 7163 Sayılı Kanun'un yürürlüğe girmesi ile izleyici alışkanlıklarının önemli ölçüde değişeceğini söylemektedirler. S1 “Sinema izleyicisi hali hazırda geçen yılın gerisinde kalarak yüzde 48 oranında sinema salonlarından çekildi. Gişe fiyatlarının yapımcıların talebine göre düzenleneceği yeni bir dönem başlayacak. Film dağıtımını yapan şirketler, dağıtım yaptığı filme göre biletten pay talep edebilecekler. Bunu doğal sonucu olarak sinema salonları zorunlu olarak fiyat artırımına gidecek. Fiyatlar artınca sinemaya gitme sayısında gözle görülür bir azalma gerçekleşecek” diyerek izleyicilerin sinema salonlarından çekileceği öngörüsünde bulunmaktadır. S3 ise 7163 Sayılı Kanun'un yanı sıra isteğe bağlı yayın hizmeti sunan dijital platformların da bu süreçte tetikleyici rol oynayacağı gerçeğini dile getirmektedir: “Netflix, Blu TV, Puhu TV, Turkcell TV +, Apple TV, Disney + gibi platformlar kendi içeriklerini üretip yayımlıyorlar. Hatta kendi aralarında birçok içerik transferini gerçekleştiriyorlar. Bu sayede zengin bir içeriğe her an ve her yerde erişimi olan izler kitlenin alışkanlıkları da değişmiş olacak. İnsanlar artık sinemaya daha az gidecekler”. S2 ise “1 Şubat 2019'da vizyona giren Organize İşler 2 : Sazan Sarmalı filmi vizyonda iken yapımcı şirket Netflix ile anlaşmış ve film orada da erişime açıldı. Bu durum sinema işletmeleri olarak bizi anında olumsuz etkiledi. Dijital platformlar sinema izleyicisinin önemli bir kısmını alacaktır” diyerek izleyicilerin giderek dijital platformlara yöneleceğini öngörmektedir. S4, 7163 Sayılı Kanun'un gerçek sinema izleyicisini etkilemeyeceğini dile getirmektedir. Ona göre “...gerçek sinema izleyicisi salonlara mutlaka gelecektir. Sinema salonunun atmosferi ve sağladığı işitsel ve görsel teknolojik destekler başka

*yerde ulaşılmaması imkansızdır. Bunun yanında sinema işletmeleri ağırlıklı olarak yapımcıların taleplerini karşılayan bu Kanun'a karşı bir refleks geliştirecektir. Film izlemeyi daha cazip hale getiren salonların (yataklı sinema salonları, IMAX gösterim yapan salonlar gibi) daha fazla yaygınlaşacağını göreceğiz" diyerek değişen sektör dinamiklerine karşı neler yapılacağını anlatmaktadır. S5 ise sinema salonlarında Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere yabancı ülke filmlerinin bundan sonra daha fazla gösterilebileceğinin altını çizmektedir: " Bu kanuna göre yapımcı ve dağıtımçı ile anlaşarak kampanya yapmamız gerekiyor. Yerli yapımcılar sinema işletmeleri yerine isteğe bağlı dijital platformlarla anlaşılırsa sinema salonları eskiden olduğu gibi Hollywood filmleri ile dolar. Sinema işletmeleri daha çok yabancı şirketlerle anlaşarak bu filmleri vizyona daha çok getirebilirler. Bu durumun Türk sinemasını da olumsuz etkileyebileceğini düşünüyorum" .*

## **Sonuç**

Herşey sinema biletlerini patlamış mısır ve içeceklerle birlikte satmaya çalışan sinema işletmelerinin kampanyaları ile başladı diyebiliriz. Devamında internetten satılan biletlerin gişede düşük maliyette gösterilmesi sorunu büyük sinema işletmeleri ve yapımcıları karşı karşıya getirmiştir. Bu vesileyle yapılan filmlerden paylarının azaldığını ve haksızlığa uğradığını düşünen yapımcılar tepkilerini ortaya koymuşlardır. 2018 'in sonlarına doğru bir grup sanatçı ve yapımcının Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Ersoy Şahan ile yaptıkları görüşmenin ardından yazılı ve görsel basında oluşturulan kamuoyunun da etkisiyle 5224 Sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun'un revize edilmesi çalışmaları başlamıştır. 30 Ocak 2019 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 7163 Sayılı Kanun'la başta sanatçı ve yapımcıların tepki koyduğu promosyon ve birleştirilmiş kampanyalar başta olmak üzere bazı maddeler yeniden düzenlenerek yürürlüğe girmiştir. Kanun'un hayata geçmesi ile birlikte sinema sektörü için yeni bir dönem başlamış ve tartışmalar da beraberinde artarak devam etmiştir.

Çalışma 7163 Sayılı Kanun etrafında geçen tartışmaları esas almakla birlikte sinema işletmelerinin tepkileri üzerine odaklanmıştır. Bu bağlamda değişen kanunla beraber dönüşen izleyici alışkanlıkları ve yeniden şekillenen

sinema sektörü içeriden bir gözle yorumlanmaya çalışılmıştır. Yapılan görüşmeler neticesinde 7163 Sayılı Kanun'a yönelik sinema işletmelerinin eleştirilerini şu başlıklar altında özetlemek mümkündür:

- Reklam sürelerinin 10 dakika ile kısıtlanması sinema işletmeleri için gelir kaybı olarak yorumlanmaktadır.
- Belirlenen 10 dakikalık zaman dilimi sinema işletmeleri için daha değerli hale gelmiştir. Maliyetin ise reklamverenlere yüklenmesi durumu ortaya çıkmıştır.
- Reklam geliri azalan işletmelerin personel kesintisine gitmesi ve hizmet kalitesini düşürmesi söz konusu olmuştur.
- Abonelik, kampanya, promosyon ve toplu satışlara getirilen yasak bilet fiyatlarının yükselmesine sebep olmuştur. Bu düzenlemenin maliyeti doğrudan izleyicilere yansıtılmıştır. Dolayısıyla gişede ciddi bir kayıp söz konusu ortaya çıkmaktadır.
- Abonelik, kampanya, promosyon ve toplu satışlara getirilen yasak sinema işletmelerine yönelik sadakat ve bağlılığı zedelemiştir. Tüketiciler bilet fiyatlarına yönelik artışın nedeni olarak sinema işletmelerini sorumlu tutmaktadırlar.
- Bu yasa ile sinema izleyicisi azalmıştır. İzleyiciler ağırlıklı olarak dijital platformlara yönelmişlerdir.
- Sinema işletmelerinin yerli yapımcılarla anlaşamaması durumunda sinema salonlarında daha çok ABD menşeli Hollywood filmlerine yönelmenin ortaya çıkması ihtimali belirlemiştir.

Görüşme yapılan işletme müdürleri 7163 Sayılı Kanun ile birlikte getirilen yeni düzenlemelerin olası toplumsal sonuçlarının zaman içerisinde görüleceğini vurgulamışlardır. Ancak ticari birer işletme olarak sinemaların mevcut yapılarını değiştirmesi kaçınılmaz bir sonuç olarak görülmektedir. Bu bağlamda sinema işletmelerinin yeni kanuna göre ortaya koyacağı dinamikleri ise şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Reklam süresinin 10 dakika ile sınırlanması sinema işletmelerinin gelirlerini azaltan bir eylem olarak değerlendirilmektedir. İşletmeler işçi çıkararak küçülme yoluna gideceklerdir (Görüşme yapılan işletme müdürleri geçen yılın aynı dönemi ile kıyaslama yapıldığında 8 ila 10 personel daha az çalıştırdıklarını belirtmişlerdir).

- Gelir artırmak adına alternatif sinema ve salon içi reklam çalışmalarına ağırlık verilecektir. Kreatif yeni uygulamalar hayata geçirilecektir.
- Müşteri memnuniyeti ve kurumsal bağlılığı sağlamak adına yerli ve yabancı yapım ve dağıtım şirketleriyle ortak yeni promosyon ve kampanya çalışmalarına hız verilecektir.
- Sinema salonları mültipleks yaşam alanlarına dönüşecektir. Yani sadece sinema filmlerinin izlendiği salonların yanında çocuklar için oyun alanları, ebeveynler için kafe ve restoranlar gibi uygulamalar sinema salonları içerisinde yer alacaktır.
- Azalan izleyici sayısı dikkate alınarak sinema salonlarındaki koltuk sayıları azaltılacak ve sayıca daha az koltuk barındıran salonlar oluşturulacaktır.
- İzleyicileri sinema salonlarına çekmek adına yataklı yada konfor sağlayan koltuklardan oluşan özel salonların sayısı artırılacaktır. Gold Class olarak tabir edilen salonların daha çok yatırım aracı olarak yapılandırılması söz konusu olacaktır.
- IMAX başta olmak üzere dijital ses ve görüntü sistemleriyle desteklenmiş sinema salon sayıları artırılacaktır. Sinema işletmeleri bu teknolojiye uygun filmleri daha çok satın alma yoluna gidecektir.

**EXTENDED ABSTRACT**

**Transforming Cinema Sector and Changing Audience Habits: Evaluation of Law 7163**

\*

Fikret Yazıcı  
*Erciyes University*

The purpose of the study, published in the Official Gazette on January 30, 2019 came into force in 7163 numbered Cinema Evaluation of Film and Classification with Support About brought by the Law Amending the Law on the new regulations, the cinema business in Turkey is to evaluate perspective. In addition, it is aimed to reveal the possible effects of the regulations of the Law no. In order to achieve this aim, a case study was used. In this pattern, it focuses on analyzing a situation in a holistic way by considering factors such as people, environment, events and time within its borders. It is an approach used to understand the social changes and processes that occur. Within the framework of this approach, interviews, focus group interviews, observations and document analyzes are used as data collection techniques. In the study, interview technique which is one of the qualitative data methods was used. In qualitative research, interviewing is considered as one of the best ways to have knowledge about people's perceptions, meanings, definitions, and truth-building. Within the scope of the research, in-depth interviews were conducted face-to-face with film business directors (5 persons) between 10 February-18 June 2019. as the sample 5 in Turkey's big cities (Istanbul, Ankara, Konya, Adana and Kayseri) 5 different films have been selected. Cinema business managers were asked 5 questions on semi-structured interview form. In the process of collecting, analyzing and evaluating the data, the relevant cinemas and business managers demanded that their corporate and personal identities are not damaged. In this context, information about the institution and its real names has been reserved in order to ensure that the persons can provide comfortable information. Cinema business directors are coded as (S). Interviews, which lasted approximately 45 minutes, were conducted in the offices of cinema management directors and recorded with a voice recorder. Recorded interviews

were deciphered, analyzed and analyzed. The following questions were asked to the directors of cinema operations:

- 1) How do you assess the limitation of the advertisement periods shown before the motion with the Law No. 7163? What are the positive / negative effects of this restriction?
- 2) How do you evaluate the regulation regarding subscription, promotion, campaign and collective sale activities with the Law No. 7163? What are the positive / negative effects of this regulation for cinema companies?
- 3) How does the sale of another product together with the Cinema Film ticket affect the cinema companies?
- 4) How do you think cinema viewers will be affected by the regulations introduced by Law 7163?
- 5) How do you think this Law will affect the functioning of the cinema sector?

With the Law No: 7163, which was published in the Official Gazette on 30 January 2019, some articles, especially promotional and combined campaigns, which were reacted by artists and producers, were reorganized and entered into force. With the implementation of the Law, a new era began for the cinema sector and the discussions continued with increasing.

The study is based on the discussions around Law No. 7163, but focuses on the reactions of cinema enterprises. In this context, the changing habits of the audience with the changing law and the reshaped cinema sector were tried to be interpreted from the inside. As a result of the interviews, it is possible to summarize the criticisms of the cinema enterprises under Law 7163 under the following headings:

- Restricting advertising periods to 10 minutes is interpreted as a loss of income for cinema companies.
- The 10-minute period has become more valuable for cinema companies. The cost has been placed on advertisers.
- Companies with reduced advertising revenue have been subject to staff cuts and reduced service quality.
- Forbidden ticket prices for subscriptions, campaigns, promotions and bulk sales increased. The cost of this arrangement is directly reflected to the audience. Therefore, a serious loss occurs at the box office.

- Loyalty and loyalty to banned cinema businesses that were brought to subscriptions, campaigns, promotions and mass sales were damaged. Consumers hold the cinema companies responsible for the increase in ticket prices.
- This law has reduced the number of cinema viewers. Audiences have turned to digital platforms.
- In the event that the film companies could not agree with the local producers, there was a possibility that in theaters it would be more likely to turn to Hollywood films of US origin.

The interviewed business managers emphasized that the possible social consequences of the new regulations introduced with the Law No. 7163 will be seen over time. However, as a commercial enterprise, it is inevitable that cinemas change their existing structures. In this context, it is possible to list the dynamics that will be introduced by the cinema companies according to the new law as follows:

- The limitation of advertising time to 10 minutes is considered as an action that reduces the revenues of cinema companies. Businesses will go down and shrink by employing workers.
- In order to increase revenue, alternative cinema and indoor advertising activities will be focused on. Creative new applications will be implemented.
- In order to ensure customer satisfaction and corporate loyalty, new promotional and campaign activities jointly with domestic and foreign producers and distribution companies will be accelerated.
- Movie halls will be transformed into multiplex living spaces. In other words, in addition to the halls where only cinema films are watched, applications such as playgrounds for children, cafes and restaurants for parents will take place in theaters.
- The number of seats in cinema halls will be reduced by taking into account the reduced number of spectators and halls with fewer seats will be created.
- The number of private halls, which include beds or comfortable seats, will be increased to attract viewers to the movie theaters. The so-called Gold Class halls will be structured as more investment instruments.

- The number of movie theaters supported by digital audio and video systems, especially IMAX, will be increased. Cinema companies will try to buy more suitable films for this technology.

## Kaynakça / References

- Adorno, T.W. (2001). *The culture industry: Selected essays on mass culture*. London: Routledge
- Arslan, E. (2011). Sinema reklamcılığı: Sinema salonunun bir reklam mecrası olarak kullanımının Türkiye örneğinde incelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(39), 5-27.
- Avşar, Z., Elden, M.,Çaydere, O. ve Bakır, U. (2011). *Reklam ve hukuksal düzenlemeleri*. İstanbul:Geçit Kitabevi,
- Baykal, K.C.(2015). *Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde 5224 sayılı kanun çerçevesinde sinema filmlerinin denetlenmesi ve ortaya çıkan sorunlar*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Bıçak, V.(2002). *Avrupa İnsan Hakları mahkemesi kararlarında ifade özgürlüğü*. Ankara:Liberal Düşünce Topluluğu Yayınları.
- Burton, G. (1995). *Görünenden fazlası*. İstanbul:Alan Yayıncılık.
- Cankaya, Ö. ve Yamaner, M.B. (2006). *Kitle iletişim özgürlüğü*. Ankara:Turhan Kitabevi.
- Creswell, J.W. (2015). *Nitel araştırma yöntemleri*. Ankara:Siyasal Kitabevi.
- Çiftçi, A. (1999). *Uluslararası hukuk açısından radyo ve televizyon hukuku*. Ankara:Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi.
- Çiftçi, A. (2001). Mukayeseli hukuk açısından film denetim sistemleri ve 3257 sayılı sinema, video ve müzik eserleri kanununun getirdiği sistem. *Selçuk İletişim* , 2(1) , 16-35.
- Dickson, M. ve Harvey, S.(2005). Film policy in the United Kingdom New Labour of the movies. *The Political Quarterly*, 76(3), 420-429.
- Dönmezer, S. (2003). *Demokratik ve uygar toplumlarda ifade özgürlüğü ve işlevi, ifade özgürlüğü ve Türk Ceza Hukuku içinde* (s.7-14). İstanbul:Ceza Hukuku Derneği Yayınları.
- Erdoğan, İ. ve Solmaz, P.B. (2005). *Sinema ve müzik*. Ankara:Erk Yayınları.
- Erkılıç, H. (2008). Sinema politikaları çerçevesinde filmlere sağlanan devlet desteği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 33(1) (57-71).
- Erem, O. (Şubat 1, 2019). Sinema yasası: Neden tartışılıyor, yeni yasa çözüm olacak mı?. *BBC Türkçe*. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-46925169> adresinden erişilmiştir.



- Keskin, A. ve Akkır, A. (Ocak 30, 2019). Sinema kanunu'nda değişiklik. *MGC Legal*. 02.08.2019 tarihinde <http://www.mgc.com.tr/sinema-kanu-nunda-degisiklik> adresinden erişilmiştir.
- İçel, K. ve Ünver Y. (2005). *Kitle haberleşme hukuku*. İstanbul:Beta Basım Yayım.
- Kılıç, L. (2008). *Fotoğraf ve sinemanın toplumsal tarihi*, Ankara:Dost Kitabevi Yayınları.
- Punch, K.F.(2005). *Sosyal araştırmalara giriş*. Ankara:Siyasal Kitabevi.
- Rotha P. ve Griffith R. (2001). *Sinema yazıları*. (Çev. A. Ovatman), İstanbul:İzdüşüm Yayınları,.
- Sümer, B. (2010). Avrupa Birliği ile uyum süreci bağlamında Türkiye'de yeni yayıncılık yasası. *Mülkiye Dergisi*, XXXIV(269), 199-223.
- Trager, R., Russomanno, J. ve Ross, S.D. (2010). *The law of journalism and mass communication*. (Second Edition). Washington, D.C: CQ Press A Division of SAGE,
- Yazıcı, F. (2008). *İfade özgürlüğü ve Avrupa Birliği medya politikası çerçevesinde televizyon programlarının sınıflandırılması sorunu*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Yıldırım, A. ve Şimşek H. (2008). *Sosyal Bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara:Seçkin Yayıncılık.

### Kaynakça Bilgisi / Citation Information

Yazıcı, F. (2020). Dönüşen sinema sektörü ve değişen izleyici alışkanlıkları: 7163 sayılı kanun'un değerlendirilmesi. *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(22), 1435-1459. DOI: 10.26466/opus.642270