

Sinema ve Dizi Filmlerde Kültür ve Mekân Algısının Turizme Etkisi

The Effect of Culture and Space Perception on Tourism in Films

Elif ÇELEBİ KARAKÖK

Akdeniz Üniversitesi, Mimarlık Bölümü, melifcelebi@gmail.com
ORCID Numarası|ORCID Numbers: 0000-0002-6580-4072

Arzu ÇAKMAK

Antalya Bilim Üniversitesi, Mimarlık Bölümü, cakmakarzu@gmail.com
ORCID Numarası|ORCID Numbers: 0000-0002-4634-5923

Öz

Turizm sektörü, ülke ekonomisine doğrudan katkı sağladığı için her sene turist sayısında artışın sağlanması arzulanmaktadır. Özellikle farklı ülkelerden gelecek kültürlü ve ekonomik düzeyi yüksek olan turist sayısındaki artış, ülke içerisindeki birçok sektörde canlanmasını sağlamaktadır. Turistlerin ziyaret edecekleri yerleri belirlemede o yerin tarihi, kültürel ve doğal değerlerinin etkisinin önemli olduğu bilinmektedir. Bu nedenle bir bölgede turist ziyaretlerinde artışın sağlanabilmesi için o bölgenin söz konusu değerleri ile birlikte tüm insanlığa tanıtımının çok iyi yapılması gerekir. İnsanların ilgisini mekanlara çekebilecek dolayısıyla da turist sayısındaki artışı sağlayabilecek, günümüzün en güçlü tanıtım araçlarından birisi de sinema ve dizi filmlerdir. Çünkü sinema ve dizi filmlerde oluşturulan mekân algısının insanlardaki etkisinin kuvvetli ve uzun süreli olduğu, filmlerde gördüğü mekanlardan etkilenen insanların genelde bu mekanları ziyaret ettikleri bilinmektedir.

İnsanların izledikleri sinema ve dizi filmlerdeki mekanlardan nasıl etkilendikleri, en çok hangi özellikteki mekanların ilgerini çektiği ve ülkemizin tarihi, kültürel ve doğal değerlerinden hangilerinin filmlere mekân edilerek turist sayısında artışın sağlanabileceği sorularının cevaplarının araştırılması bu çalışmanın ana konusu olmuştur. Bu nedenle öncelikle sinema filmlerinin çekildiği mekanlardaki yayın öncesi ve sonrası turist sayısındaki değişim incelenmiş ve sayısal değerlere dönüştürülmüştür. Aynı çalışma dizi filmler içinde yapılmak istenmiş ancak dizi filmlerin turist sayısına etkisi ile ilgili bir veriye ulaşılamamıştır. Yine de makale kapsamından dizi filmler çıkarılmamıştır. Çünkü dizi filmlerin izlenme oranlarının da sinema filmleri kadar yüksek olduğu IMDb değerlerinden anlaşılmaktadır ve popüler dizilerin insanları daha uzun süre ekrana bağlaması nedeni ile kültür, mekân ve turist sayısının artışına olan etkisinin yadsınmaz olduğu düşünülmektedir. Türk ve yabancı katılımcılarla anket yapılarak izledikleri filmlerde hangi mekanlardan etkilendikleri, Türkiye'deki hangi mekanları bildikleri ve beğendikleri, bu mekanlardan hangilerinin filmlere konu olabileceği, toplumun genelde hangi tür filmleri izlemekten zevk aldığı gibi kriterlerin belirlenmesine çalışılmıştır. Çalışmada elde edilen bulguların film, turizm, kültür ve mekân konuları bileşenindeki çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Kültür ve Mekân, Sinema ve Dizi Film, Turizm.

Abstract

Since the tourism sector contributes directly to the country's economy, it is desired to increase the number of tourists every year. The increase in the number of multicultural and high-economical tourists from different countries ensures the revival of many sectors within the country. It is known that the effect of the historical, cultural and natural values of that place is important in determining the places that tourists will visit. For this reason, in order to increase tourist visits in a region, it is necessary to promote that region to all humanity together with the said values. Movies and TV serials are one of the most powerful promotional tools of our time, which can attract people's attention to places and thus increase the number of tourists. Because it is known that the effect of the space perception created in the movies and TV serials is strong and long-lasting, and people who are affected by the places they see in the movies usually visit these places.

The main subject of this study is to investigate the answers to the questions of how people are affected by the places in the movies and TV serials they watch, which places attract their attention the most, and which of the historical, cultural and natural values of our country can increase the number of tourists by placing them in the movies. For this reason, the change in the number of tourists before and after the broadcast in the places where the movies were shot was examined and converted into numerical values. The same study was intended to be done in TV series, but no data on the effect of TV series on the number of tourists could be found. However, serial films were not excluded from the scope of the article. Because it is understood from the IMDb values that the viewing rates of the TV series are as high as the movies. It is thought that the effect of popular TV series on the increase of culture, place and the number of tourists is undeniable because they keep people on the screen for longer. By conducting a survey with Turkish and foreign participants, it was tried to determine the criteria such as which places they were affected by the movies they watched, which places in Turkey they knew and liked, which of these places could be the subject of movies, and what kind of movies the society generally enjoyed watching. It is thought that the findings obtained in the study will contribute to the studies in the components of film, tourism, culture and space.

Keywords: Culture and Space, Movies and TV Serials, Tourism.

Giriş

Medya iletişim araçlarından sinema ve dizi filmleri, birçok sektörü doğrudan etkilemektedirler. Dünyanın farklı yerlerindeki çok sayıda insana ulaşırlar hem kulağa hem göze hitap ederler, istenilen duyguları izleyicilere geçirirler, toplumların algılarını yönlendirirler ve hafızaların oluşturulmasına etki ederler. Bazen dünyadaki her türlü değişimin insanlara yansıtıldığı bir araç görevi görürler bazen de insanların hayatını değiştirirler. Bütün bu özellikleri onları diğer sanat dallarından daha üstün kılar.¹

Luminiere Kardeşlerin, gösterici ve alıcı olarak çalışan sinematografi adlı aletle 1895 yılında Paris'te halka açık yaptığı film gösterisi, sinemanın doğuşu olarak kabul edilmektedir.² 1902 yılında George Melies ilk senaryolu, Edward Raymond Turner da ilk renkli sinema filmini çekmiştir. 1906'da The Story of Kelly Gang isimli 70 dakika süren ilk uzun metrajlı film yapılmıştır. Ancak 1927 yılına kadar çekilen tüm filmler diyalogsuzdur, senaryo ekrana alt yazılı olarak verilmiş ve fona müzik eklenmiştir. Bu nedenle 1895-1927 yılları arası “Sessiz Sinema Dönemi” olarak adlandırılır.

1927 yılında Warner Bros tarafından çekilen The Jazz Singer filmi, ilk sesli sinemadır. Ses unsurunun eklenmesi, toplumların sinemaya olan ilgisini önemli derecede artırmıştır. Öyle ki 1928 yılında çekilen Lights of New York adlı film, 1 milyon dolar hasılatla dönemin gişe rekorunu kırmıştır. 1930-1945 yılları arasında stüdyo sistemi geliştirilmiş ve stüdyolarda 7500 film çekilmiştir.³ 1950'li yıllar sinemaya en çok gidilen yıllardır. Ancak 1970'li ve 1980'li yıllarda sinemadaki tekelleşme ve film ücretlerindeki abartılı artış nedeniyle izleyici oranı tüm dünyada oldukça düşmüştür.⁴ 1990'lı yıllarda dijital videoların kayıt aracı olarak kullanılmasıyla sinema yeniden ivme kazanmıştır. Dijital sinema, sesli ve renkli filmin icadından sonra üçüncü teknolojik devrim olarak tanımlanmıştır.⁵ 2000'li yıllarda özel efekt sistemleri, oyuncularını bilgisayar ortamında oluşturmak, 2 ve 3 boyutlu görüntü sağlamak gibi birçok yenilik getirilmiştir. Bu gelişmeler film çekim maliyetlerini ve bilet ücretlerini artırmış ancak filmdeki duygunun izleyiciye daha etkili yaşatılabilmesi belli bir kesimi yine sinemaya bağlamıştır.⁶ 1 Aralık 2019 tarihinde Çin'in Hubei bölgesinin başkenti olan Vuhan'da ortaya çıkan COVID-19 pandemisi, insanlığın film izleme alışkanlıklarını büyük ölçüde değiştirmiştir. Pandemi nedeniyle sinema mekanlarının kapatılması, insanların evlerinde internet siteleri ve Netflix gibi şirketlerin sağladığı ücretli aboneliğe dayalı video akış hizmeti ile film izlemeleri haline dönüşmüştür.

Amerika ve Avrupadaki gelişmelerin etkisi, benzer yıllarda diğer ülkelerde de hissedilmiştir. Örneğin 1895'te Paris'te ilk film gösterisini yapan Luminiere Kardeşlerin çektiği Arrival of a Train at La Ciotat Station adlı film İstanbul'da 1896 yılında gösterime girmiş, 1910 yılında “Milli Sinema” adıyla ilk Türk sineması kurulmuş, 1929 yılında Kadının Harbe Gidişi adlı ilk sesli film gösterime girmiştir.⁷ Yine bir başka ülkedeki gelişmeye örnek olarak Hindistan'da 1896 yılında Luminiere Kardeşlerin çektiği Mumbai adlı film gösterime çıkmış, 1913 yılında dünyanın ilk uzun metrajlı filmi Raja Harischandra yayınlanmış, 1931 yılında ilk sesli film Alam Ara çekilmiştir. Hindistan, sessiz sinema döneminde her yıl 500'e yakın film üreterek en fazla film çekilen ve izlenen ülke ünvanını kazanmıştır.⁸

Sinemadaki gelişmelere paralel olarak 1839 tarihinden itibaren uzaklardaki bir görüntüyü alabilmeye dayalı çalışmalar yapıyordu. Bu çalışmalar 1925 yılında sonuç vermiş, John Logie Baird geliştirdiği aygıtla Londra'daki büyük bir mağazada televizyon gösterisi yapmıştır. 1928 yılında Baird 648 km uzağa televizyon yayını yapmayı başarmış ve BBC'yi 1929 yılında düzenli yayın yapmaya ikna etmiştir. Bu durum halkı ilk defa televizyon almaya özendirmiş ve 1932 yılı sonunda 10.000 televizyon satılmıştır. Ancak II. Dünya Savaşı nedeniyle 1939 – 1946 yılları arasında yayınlar durdurulmuştur. Savaşın bitmesi yayın endüstrisini yeniden

¹ Yanmaz, 2006

² Duruel, 2002

³ Scognamillo, 1977

⁴ Vincenti, 2008

⁵ Sivas Gülçur, 2017

⁶ Dayı ve Kanburoğlu, 2020

⁷ Scognamillo, 2018

⁸ Geoffrey Nowell Smith, 2008

canlandırmış, İngiltere'de televizyon izleyen nüfus savaş öncesi %25 iken 1949 da %46,5'e ve 1957 de %98'e ulaşmıştır.⁹

İnsanları savaş psikolojisinden hızlı bir şekilde çıkarmak ve yeni bir istihdam yaratmak amacıyla televizyonda yayınlanacak farklı program arayışları başlamıştır. Bu nedenle tasarlanan televizyon tarihindeki ilk dizi film Mary Kay ve Johnny, Birleşik Devletler'de durum komedisi olarak 1947 – 1950 yılları arasında canlı olarak yayınlanmıştır. Yayın şirketi dizinin ne derece izlendiğini ölçmek istemiş, bu nedenle yayın sırasında kendilerine mektup gönderen ilk 200 izleyiciye cep aynası hediye edeceğini ilan etmiştir. Geriye dönüşler beklentilerin üzerinde olmuş ve izleyicilerden şirkete 9000 ayna talebi gelmiştir.¹⁰ Televizyonda sonraki en önemli gelişme 1962 yılında ilk defa canlı yayınının Atlantik ötesine ulaştırılması ve renkli programların uydu aracılığı ile gönderilmeleri olmuştur. 1967 yılında da Amerikan ve Sovyet uydularının bir araya gelmesiyle yeryüzünün tümüne ilk kez aynı anda yayın yapılmıştır.¹¹ Bu gelişmeler ülkelerin televizyon kanallarının tüm dünyada da izlenmesine olanak sağlamıştır. 1960'lı ve 1970'li yıllar televizyonun altın çağı olmuştur. Geniş kitlelerce izlenen filmler hatta yeni bölümleriyle halen yayınlanmaya devam etmekte olan oldukça popüler diziler ilk kez bu dönemde izleyici karşısına çıkmıştır. 1980'li ve 1990'lı yıllarda dizi endüstrisinin ürünleri ülkeler arası ihraç edilmeye başlanmıştır. 2000'li yıllarda dizi film ihracatı önemli derecede artmış, örneğin İngiliz televizyon sektörü pazarladığı dizi filmler sayesinde 2012 yılında 1,2 milyar dolarlık ihracat hacmine ulaşmıştır. Bu ekonomik getiri günümüzde de çok sayıda dizi filmin çekilmesine ve ihraç edilmesine neden olmaktadır.¹²

Sonuç olarak hem sinema hem televizyon dizileri önce gelişmiş ülkelerde sonra tüm dünyada toplum tarafından büyük oranda takip edilen ve insanların yaşamlarına doğrudan etki eden bir sektör haline gelmiştir.

Film sektörünün öncüleri İngiltere, ABD ve Fransa olmakla birlikte her ülke kendi kültürünü yansıtan filmler çekmiştir. Film sektörünün toplumlar üzerinde bu kadar etkin olmasının en önemli nedenlerinden birisi de kültür faktörüdür. Çekilen filmin sinema ya da dizi film olması, kültür etkenini değiştirmemiştir. Hem sinema hem televizyon dizileri, görsel kültür ürünlerinin dolaşımını artırmış ve hızlandırmıştır. Böylece film endüstrisi insanların yaşama şekillerini ve dünyayı algılama biçimlerini etkilemiş, kültürler arası yakınlaşmayı sağlamıştır.¹³

Filmin ait olduğu toplumun kültürü ile doğrudan bağlantılı olan kurgusu, müziği, ışığı, çekildiği ya da yansıttığı zaman dilimi gibi bileşenler filmin çekildiği yeri yani mekânı biçimlendirir.¹⁴ İşte bu noktada film ile mimarlığın ilişkisi başlamaktadır. Ya mekân kurguya göre seçilir ya da kurguya göre mekân yeniden biçimlendirilir. Ama amaçlanan, mekânın ruhunu izleyice hissettirmek olmalıdır. Filmlerde yer alan mekanlar, işlenen konu ve olay örüntüsüne göre izleyicide farklı algılar sağlamaktadır.¹⁵

Filmde mekan kurgusu, mevcut mekan veya kurgusal mekan üzerinden yapılabilmektedir. Mevcut mekan aynen kullanılabilir ya da yeniden kurgulanır. Kurgusal mekan ise sanal mekan ya da gerçek mekan üzerinden biçimlendirilir.¹⁶ Mevcut mekanın kullanımı maliyetten kazandırması, zamanı kısaltması ve film kurgusunun inandırıcılığını artırması gibi nedenlerle tercih edilmiştir. Seçilen mekanların enderlik ve estetik değeri olan doğal, kültürel ve tarihi mekanlar olması da, seyirci üzerindeki etkiyi güçlendirmektedir.¹⁷ Örneğin Slumdog Millionaire filminde

⁹ Spotiswoode, 1979

¹⁰ Vickers, 2018

¹¹ Spotiswoode, 1979

¹² Yılmaz, 2014

¹³ Kale, 2004

¹⁴ Köseoğlu, 2013

¹⁵ Yanmaz, 2006

¹⁶ Akyıldız, 2012

¹⁷ Adiloğlu, 2005

seçilen mekanlardan birisinin Tac Mahal ve yakın çevresi olması, film kurgusunun Hindistan'da geçtiği duygusunu izleyiciye aktarımını güçlendirmiştir. Yine Barcelona filminde şehrin tarihi ve doğal mekanları, önemli mimari yapıları, kamusal alanları ve sokakları filmin her karesinde izleyiciye sergilenerek, izleyicide Barselona'ya gitme arzusu uyandırılmıştır. Filmlerde bazen mevcut mekânı kullanmak çeşitli nedenlerden dolayı mümkün olmayabilir. Bu tür durumlarda seçilen herhangi bir mekân, istenilen mekâna benzetilerek ve filmin içeriğine göre değiştirilerek yeniden kurgulanır. Bu yöntem özellikle arkeolojik, tarihi ve doğal koruma alanlarını konu alan filmlerde başvurulur. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus yeni kurgulanan mekân, aslını en iyi şekilde yansıtmalıdır. Aksi takdirde çok güzel ve özel olan bu mekanlar, toplum tarafından basit ve niteliksiz yerler olarak algılanabilir.¹⁸

Filmlerde kurgusal mekân kullanımı, bilgisayar teknolojileri ile gerçekleştirilir. Bilgisayar ortamında kurgulanan mekân ya bir ütopya ya da mevcut bir mekânın bilgisayar ortamında modellenmesi ve stüdyo çekimleri ile birleştirilmesi sonucu oluşturulur. Ütopya mekân üretimlerine genelde bilim kurgu filmlerinde rastlanır. Örneğin 1997 yılında yayınlanan *The Fifth Element* filminde 2200 yılındaki bir kent mekânı kurgulanır. Ancak izleyici tarafından çok fazla beğeni toplayan filmlerdeki ütopik mekanların gerçek mekanlara dönüştürüldüğü Disneyland ve Hobbit Houses gibi örnekler de vardır. Gerçekte var olan bir mekânın bilgisayar ortamında modellenmesi ve oyuncuların stüdyodaki çekimleri ile birleştirilmesi yöntemi, film kurgusunun geçtiği mekânda çekim yapılmasının mümkün olmadığı veya filmin gerçek figürlerle çekiminin çok tehlikeli olduğu durumlarda yapılır. Örneğin *Gladiator* filminde bu teknik kullanılmıştır. Hem filmin konu edildiği mekân olan Colosseum bu çekimlerin yapılmasına imkân vermemekte hem aktörlerin aslanlarla dövüşme sahneleri hayati kayıplara neden olabilirdi.¹⁹

Filmler ve seçilen mekanlar konusunda dikkat edilmesi gereken önemli bir husus da ya seçilen mekanların zaten insanlık tarafından çok beğenilen ve sıkça ziyaret edilen mekanlar olması ya da yüksek reyting alan veya gişe rekorları kıran filmlere konu olan mekanların film çekimlerinden sonra mevcut ya da sanaldan inşa olması farketmeksizin ziyaretçi akımına uğramasıdır.

Böylece toplumların düşünce ve ziyaretlerini etkileyen filmler ve mekanları, turizm sektörüne de büyük katkılar sağlamaktadır. Filmlerdeki mekanları ziyaret etmek isteyen turistler gittikleri yerin ekonomisine katkı sağlamaktadırlar. Ancak film endüstrisinin sağladığı turizmin, sürdürülebilir olması için ülkelerin doğal, kültürel ve tarihi mekanlarının tanıtılmasına önem vermeleri ve bu mekanların filmlerde kullanılmasını teşvik etmeleri gerekir.²⁰

Film, mekân, kültür ve turizm disiplinlerinin birbirinden beslendiklerini öngören ve bu disiplinler arasındaki ilişkinin ülkemiz açısından nasıl daha etkin hale getirebileceğini araştıran bu çalışmada elde edilen bulguların, günümüz ve gelecekte yapılacak kendi bağlamındaki araştırmalara katkı sağlaması hedeflenmiştir. Çalışma kapsamında sinema ve dizi filmlerde günümüzde en çok hangi tür filmlerin izlendiği, filmlerde en çok kullanılan mekanlar ve özellikleri, filmlerin yayınlanmasından sonra çekim mekanlarındaki ziyaretçi sayılarındaki değişim ve filmlerin turizme sağladığı katkılar araştırılmıştır. Literatür ve istatistik araştırmalarının yanı sıra 203 Türk ve 139 yabancı katılımcıyla anket yapılarak hem literatürdeki bilgiler güncellenmek istenmiş hem ülkemizdeki hangi mekanların filmlerde kullanılabileceğini belirlemek amaçlanmıştır.

¹⁸ Akyıldız, 2012

¹⁹ Akyıldız, 2012

²⁰ Akkaya ve Şimşek Tolacı, 2019

Araştırma ve Bulgular

Bu çalışma için öncelikle sinema ve dizi filmlerde mekân unsurunun ne anlama geldiği, mekânın filme etkisi, mekânın kültür ile ilişkisi ve mekânı kullanım yöntemleri araştırılmıştır. İkinci aşamada filmlerin turizme olan etkisini belirlemek istenmiştir. Bu nedenle dünyada en çok izlenme rekoru kıran filmler belirlenmiş ve bu filmlerin çekildiği mekanlara filmin gösteriminden önceki yıl ile filmin gösterildiği yıllardaki turist sayısındaki artış oranı tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular tablo 1 de sunulmuş, tabloda görülen ilginç sonuçlar tartışılmıştır. Üçüncü olarak sinema izleyicilerinin bir profilini çıkarmak ve tercihlerini hangi faktörlere göre yaptığını anlamak için bir anket çalışması yapılmıştır. Bu ankette hem ülkemizdeki hem yurtdışındaki durumu ayrı ele alıp, sonuçları birbiri ile karşılaştırmak da istenmiştir. Bu karşılaştırmanın hem yerli hem yabancı turist hareketlerini anlamak için faydalı olacağı düşünülmüştür.

Sinema ve Dizi Filmlerde Kültür ve Mekân

Film sektörünün yeni başladığı yıllarda bir ülkede çekilen film, sadece o ülkenin kültürel değerlerini taşımakta ve sadece o ülkede izlenmekteydi. İlerleyen dönemlerde başta televizyon olmak üzere uzak mesafeli görüntü alma araçlarının gelişmesi, film kayıt cihazlarının icat edilmesi ve seyahat imkanlarının artması, ülkelerin farklı kültürlere ait filmleri de çekmesini ve çekilen filmlerin tüm dünyada izlenmesini sağlamıştır. Bu durum kültürler arası etkileşime ve yakınlaşmaya da katkıda bulunmuştur. Bu nedenle film sektörünün dünyanın bir nevi kültür elçisi olduğu söylenebilir. Örneğin Warner Independent Pictures adlı İngiliz şirket tarafından çekilen Slumdog Millioner filmi, senaryodaki gerçek mekânı olan Hindistan'daki Mumbai Kenti'nin Juhu adlı gecekondu bölgesinde çekilmiştir. Dünyanın en çok izlenen filmleri arasında yer almış ve toplam 128,442,071 ABD doları hasılat elde etmiştir. BAFTA Ödülleri'nde yedi ve Akademi Ödülleri'nde sekiz dalda ödül almıştır²¹. Elbette filmin bu üstün başarısında birçok sanatsal ve teknolojik çabaların etkisi vardır ama filmin sağladığı başarının ana kaynağı filmin çekildiği kültür ve mekân ile ilgilidir.

Filmlerin başarısını ve toplumdaki etki düzeyini artıran etkenlerden birisi de mekândır. Filmlerde mekân, görsel yapının en temel unsurudur ve en basit tanımı ile anlatının geçtiği yerdir. Mekân bazen beden ve hareketin arka planını oluşturur, bazen filmin ana konusu haline gelir. Mekân kurgudan etkilendiği gibi mekân da kurguyu etkiler. Bir filmdeki mekân ya mevcut mekân ya da kurgusal mekândır. Mevcut mekân aynen kullanılabilir ya da yeniden kurgulanır. Kurgusal mekân ise sanal mekân ya da mevcut mekân üzerinden simülasyonlar yapılarak biçimlendirilir.²²

Filmlerde hangi mekân kullanım yöntemi kullanılırsa kullanılsın, mekân filmdeki her olguyu etkiler. Filmin zamanını ve karakterlerin hareketlerini belirler. Öykü ile iç içe geçer. Çevreyi ve yaşam kültürlerini anlatır. Olayların yerini belirler. İzleyiciyi bazen aynı zaman diliminde farklı yerlere seyahat ettirir bazen de zamanda yolculuk yaptırır.²³

Filmlerde mekânı gerçek yaşamdan farklı olarak deneyimleme imkânı da bulunur. Kameranın konumu, ölçeği ve çekim hızı gibi etkenler mekânı farklı algılama olanakları sunar. Ayrıca kamera açısı, biçimler, şekiller, ışık, gölge, netlik gibi ayarlamaların da işin içine girmesiyle mekânda farklı etkiler yaratılabilir. Örneğin mekânın daha dramatik, daha geniş, daha boğucu algılanması sağlanabilir.²⁴ Mekânda "yer duygusunun" etkili verilmesi önemlidir. Bu da belirli kültürel, iklimsel, topografik özelliklerin verilmesi ile sağlanır. Mekânın etkisinin yetersiz olduğu durumda izleyici filminden sıkılır, mekân nötr olarak kullanıldığında filmin kurgusuna katkı sağlamaz, mekân doğru ve vurgulu yansıtıldığında filmde etkiyi yaratan en önemli faktör haline gelir.²⁵

²¹ URL 1

²² Akyıldız, 2012

²³ Schulz, 1971

²⁴ Ersoy, 2010

²⁵ Affron, 1995

Filmlerin Turizme Etkileri

Turizm sektörü istihdam yaratması, ülke ekonomisine katkı sağlaması, uluslararası kültürleri kaynaştırması, sosyal yaşamı hareketlendirmesi ve ticareti geliştirmesi açısından önemlidir. Ancak turizmin bu özelliklerinden fayda sağlayabilmek için ülkenin doğal, tarihi ve estetik mekanlarının tüm dünyaya çok iyi tanıtılması gerekir. Filmler, turizmin tanıtılmasında en etkili yöntemlerden birisidir.²⁶ Filmlerin dünya çapında izlendiği düşünüldüğünde insanların seyahat rotalarını belirlemede ve turizm hareketini yönlendirmekteki etkisi tartışılmazdır.²⁷ Ancak her film insanlar üzerinde aynı etkiyi göstermez. İnsanların bir filmde etkilenmeleri için öncelikle iyi bir kurgusu, başarılı oyuncuları, etkileyici mekanları olmalıdır. Çekildikleri mekanlara giden turist sayısını ciddi derecede artıran filmlerin arka planı araştırıldığında, en önemli özelliklerinin mevcut mekanların çok iyi kurgulandığı anlaşılmaktadır. Ama insanlarda bir mekana gitme isteğini uyandıracak turizm hareketi ancak enderlik ve estetik değerleri olan mekanların seçilmesi ve başarılı efektlerle sunulması ile mümkündür.

1995 yılında İskoçya ve İrlanda'da çekimleri yapılan ve tarihi drama olan Braveheart, anlatının geçtiği gerçek mekanlarda çekilmiştir. Filmin sinemalarda gösteriminin ardından filmin çekildiği mekanları ziyaret eden turist sayısında %300 artış olmuştur. 2000 yılında Avustralya'nın Sidney Kenti'ndeki mekanlarda çekilen ve aksiyon – macera niteliğindeki Mission: Impossible 2, çekildiği mekanın turist sayısına % 200 artış sağlamıştır. John Ronald Reuel Tolkien'in yazdığı fantastik kitap serisinden beyaz perdeye uyarlanan 2001 Yılında The Fellowship of the Ring, 2002 yılında The Two Towers ve 2003 yılında The Return of the King olmak üzere 3 seri film halinde Yeni Zelanda'da çekilen The Lord of the Rings, çekildiği mekana gelen turist sayısını % 150 artmasına neden olmuştur. 2005 yılında İngiltere'nin Derbyshire, Cambridgeshire ve Lincolnshire gibi 18. Yüzyılın kontluk bölgelerindeki mekanlarda çekilen ve tarihi drama – romantik niteliğindeki Pride and Prejudice, çekildiği mekana gelen turist sayısının % 150 artmasına katkıda bulunmuştur. 2006 yılında Amerika'nın Miami Kenti'nde çekilen ve aksiyon – polisiye niteliğindeki Miami Vice, çekildiği kente gelen turist sayısını % 150 oranında artırmıştır. Diğer taraftan 2005 yılında ülkemizin Çanakkale Kenti'nin Gelibolu Yarımada'sında çekilen tarihi drama – savaş niteliğindeki Gallipolu, çekildiği mekana gelen turist sayısını % 103 oranında artırmıştır.²⁸ 2004 yılında yine kurgu mekan olarak Çanakkale'nin Truva Antik Kenti'nin ele alındığı ama Malta'da çekilen Troy filmi, gelen turist sayısını Çanakkale'de % 260, Malta'da % 4 oranında artırmıştır.²⁹ Troy filminin çekimlerin Malta'da yapılması sonucu değiştirmemiş, turist sayısındaki belirgin artış yine Truva'da olmuştur. Bu bilgi film çekiminin mümkün olmadığı mevcut mekanların başka bir mekânda kurgulanarak çekilmesinde turizm açısından bir sakınca olmadığını göstermektedir. Hatta doğal ve tarihi koruma alanlardaki film kurgularının farklı mevcut mekanlarda kurgulanarak çekilmesi, bu alanlara zarar vermemek için de tercih edilebilir. Filmlerin adı, türü, çekildiği mekan ve sağladığı turist artış oranları tablo 1'de ayrıntılı olarak verilmiştir. Slumdog Millioner, Avatar, Star Wars, Gladiator gibi izleyici sayısı ve ödül rekorları kıran filmlerin de turist artışına belirgin etkileri olduğu bilgisine ulaşılmış ancak rakamsal bir veri bulunamadığı için tabloda yer verilmemiştir.

Çekildikleri mekanlara giden turist sayısını ciddi derecede artıran filmlerin arka planı araştırıldığında, en önemli ikinci husus “film kategorileri” ile ilgilidir. Braveheart, Gallipolu ve Troy filmleri tarihi drama, savaş ve romantik filmlerdir. Pride and Prejudice yine tarihi drama ve romantik bir filmidir. Bu filmlerin hikayesi aslında tüm dünyada bilinmesine rağmen yine de ilgi çeken ve özünde tarih kokan kurgulardır.

²⁶ Yanmaz, 2006

²⁷ Akyıldız, 2012

²⁸ 2004 yılında Çanakkale'ye gelen turist sayısı 687 bin olan turist sayısı, Gallipolu (Gelibolu) filmi gösterime girdikten sonraki 2005 yılında 1.391 bin olmuştur (Yanmaz, 2006).

²⁹ Truva Antik Şehri'ne gelen turist sayısı 2003 yılında 270.762 kişiye, filmin gösterime girmesi ile 2004 yılında 417.399 kişiye, 2005 yılında ise 700.000 kişiye ulaşmıştır. 2003'te Malta'ya 1,126,601 turist gelmişken, 2004 yılında 1,157,684; 2005 yılında 1,171,343 turist ziyaret etmiştir (Yanmaz, 2006).

Tablo. 1 Filmlerin Turizme Etkileri

Film ya da TV Dizisi	Film /Dizi	Oyuncu Etkisi	Türü	Konu Alınan Yer	Yılı	Turist artışı
Braveheart	Film	Var	Tarihi Drama	İskoçya ve İrlanda	1995	%300 artış
Dances with Wolves	Film	Yok	Tarihi Drama, Macera	Kansas, Amerika		%25 artış
The Lord of The Rings – Film Serisi	Film	Var	Macera, Fantastik, Aksiyon	Yeni Zelanda	2001, 2002, 2003	% 150 artış
Harry Potter – Film Serisi	Film	Yok	Fantastik, Aksiyon	İngiltere		% 50 artış.
Saving Private Ryan	Film	Var	Savaş, Tarihi Drama	Normandiya, Fransa		% 40 artış.
Miami Vice – Diziden uyarlama	Film	Yok	Aksiyon, Polisiye	Miami, Amerika	1984 / 2006	% 150 artış.
Captain Corelli's Mandolin	Film	Var	Savaş, Tarihi, Romantik	Cephalonia, Yunanistan		% 50 artış
Close Encounters of the Third Kind	Film	Yok	Bilim Kurgu-Dram	Wyoming, Amerika		% 75 artış
Little Women	Film	Yok	Romantik, Dram,	Massachusetts, Amerika		% 65 artış.
Steel Magnolias	Film	Var	Komedi, Dram	Louisiana, Amerika		%56 artış.
Mission:Impossible 2 – Diziden uyarlama-Film Serisi	Film	Var	Aksiyon, Macera	Sydney - Avustralya	1966/2000	% 200 artış.
Last of the Mohicans	Film	Yok	Savaş-Tarihi Drama	North Carolina, Amerika		% 25 artış.
Pride and Prejudice	Film	Var	Romantik, Tarihi Drama	İngiltere	2005	% 150 artış
The Beach	Film	Var	Romantik, Macera	Tayland		% 22 artış.
Deliverance	Film	Yok	Macera-Dram	Georgia, Amerika		%50 artış
Bull Durham	Film	Var	Spor-Romantik	Kuzey Carolina, Amerika		%25 artış
Gorillas in the Mist	Film	Yok	Dram – Bilim kurgu	Ruanda		%20 artış
Krokodil Dundee	Film	Yok	Komedi-Macera	Avustralya		%20 artış
All Creatures Greatand Small	Dizi	Yok	Komedi	Yorkshire, İngiltere		%50 artış
To the Manor Born	Dizi	Yok	Komedi	Cricket St Thomas, İngiltere		%37 artış
Middlemarch	Film	Yok	Tarih, Romantik	Stamford, Lincoln İngiltere		%27 artış
Mrs.Brown	Film	Yok	Tarihi Drama, Macera	Isle of Wight, İngiltere		%25 artış
Sense and Sensibility	Film	Var	Romantik,Dram	Saltram House, İngiltere		%39 artış
Troy	Film	Var	Tarihi, Savaş, Romantik	Çanakkale, Türkiye	2005	%260 artış
				Malta		%4 artış
Gallipolu	Film	Var	Tarihi Drama, Savaş	Çanakkale, Türkiye	2005	%103 artış

Kaynak: Hudson ve Ritchie, 2006' dan adapte edilmiştir.

Sinemada edebiyat, mitoloji, tarih gibi yazılı ürünlerinde önemli bir etkisi vardır. Örneğin Lord of the Rings, Pride and Prejudice, Harry Potter, Captain Corelli's Mandolin, Little Women, Steel Magnolias, Last of the Mohicans, The Beach, Gorillas in the Mist tanınmış romanlardan uyarlanmışlardır. Troy filminin gerçek mekanı olan Truva Antik kentinin hikayesi, Batı edebiyatının ilk büyük eserleri olan İlyada ve Odysseia destanlarında anlatılmaktadır. Braveheart ve Gallipolu filmleri de tarihi arşiv

ve kaynaklardan esinlenilmiştir. Troy ve Gallipoli filmlerinden sonra Çanakkale'ye gelen turist sayısındaki artış, filmlerin isimlerinin mekan olmasının izleyici üzerindeki etkisini de göstermektedir. Mission: Impossible 2³⁰ ve Miami Vice³¹ adlı filmler macera – aksiyon kategorisindeki filmlerdir. Tarihi temalı filmler olmamakla beraber televizyon tarihinde iyi bilinen ve çok izlenen dizilerden uyarlanmışlardır. Bu nedenle izleyicilerinin film seçerken geçmiş ile bağlantıya önem verdikleri anlaşılmaktadır.

Tablo. 2 IMDb Puanlarına Göre Dünyada En Çok İzlenen Dizi Filmler

Dizinin adı	Yayın Tarihi	IMDb:	Tema	Çekildiği mekân
Sherlock	2013 –	8.2	Suç, Gizem, Dram	Londra Baker and Gower Street
Black Sails	2014 – 2017	8.3	Macera, Dram, Aksiyon	New Providence Adası - Bahamalar
The Walking Dead	2010 -	8.4	Dram, Korku, Bilim Kurgu	Georgia, Atlanta - Amerika
Lost	2004 - 2010	8.4	Macera, Dram, Fantastik	Oahu Adası, Hawaii
Fringe	2008 - 2013	8.4	Dram, Gizem, Bilim Kurgu	Toronto, Vancouver - Kanada
Mr. Robot	2015 -	8.6	Suç, Dram, Gerilim	New York - Amerika
Vikings	2013 -	8.6	Aksiyon, Macera, Dram	Dublin - İrlanda
How I Met Your Mother	2005- 2014	8.7	Romantik, Komedi	New York- Amerika
La Casa De Papel	2017 -	8.7	Aksiyon, Suç, Gizem	Madrid - İspanya
Peaky Blinders	2013 -	8.7	Suç, Dram	Birmingham, Liverpool etc- İngiltere
Narcos	2015- 2018	8.9	Biyografi, Suç, Dram	Medellín, Kolombiya
House of Cards	2013 - 2018	8.9	Dram	Washington D.C.-Amerika
Westworld	2016 -	8.9	Dram, Gizem, Bilim Kurgu	Utah - Amerika
Supernatural	2005 -	8.9	Dram, Fantastik, Korku	Vancouver - Kanada
Better Call Saul	2015 -	9.0	Suç, Dram	New Mexico-Amerika
Fargo	2014 -	9.0	Suç, Dram	Minnesota - Amerika
True Detective	2014 -	9.0	Gizem, Suç, Drama	New Orleans, Kaliforniya- Amerika
The Sopranos	1999- 2007	9.2	Suç, Dram	New Jersey– Amerika
The Wire	2002 – 2008	9.3	Suç, Dram, Gerilim	Baltimore, Maryland– Amerika
Game Of Thrones	2011 - 2019	9.5	Aksiyon, Macera, Dram	İrlanda, Malta, Hırvatistan, Fas
Breaking Bad	2008- 2013	9.5	Suç, Dram, Gerilim	New Mexico-Amerika

Kaynak: URL 2

Üçüncü dikkat edilmesi gereken husus bu filmlerin uluslararası gala, magazin, fragman vb. enstrümanlarla tanıtımlarının çok iyi yapılmış olmasıdır.³² Önce reklamların ardından filmlerin olabildiğince geniş bir coğrafyaya yayılması sağlanmalıdır. Dördüncü husus bu filmlerde star

³⁰ Mission: Impossible (Görevimiz Tehlike) dizisi televizyonda ilk kez 1966 – 1973 yılları arasında ABD'de yayınlanmış, sonra tüm dünyaya ihraç edilmiştir.

³¹ Miami Vice dizisi televizyonda ilk kez 1984-1990 yılları arasında ABD'de yayınlanmış, sonra ihraç edilmiştir.

³² Gallipolu (Gelibolu) filmi, yabancı ülkelerde galası yapılan ilk Türk filmi olması bakımından önemlidir.

oyunculara başrol verilmiş olmasıdır. Braveheart filminde Mel Gibson ve Patrick McGoohan; Mission: Impossible 2 filminde Tom Cruise, Pride and Prejudice filminde Keira Knightley; Gallipolu filminde Sam Neill, Demetri Goritsas ve Jeremy Irons; Troy filminde Brad Pitt, Orlando Bloom ve Eric Banadinovic dünyaca tanınmış star oyunculardır. Filmlerin izlenmesinde bu oyuncuların her zaman magazinde yer almasının ve hayran kitlelerinin takibinin de önemi olduğu düşünülmektedir.

Dikkat çeken bir diğer önemli bir husus rutin aralıklarla beyaz perdeye aktarılan film serilerinin fanatik izleyici kitlelerinin oluşması ve bu kitlelerin hem filmleri hem de film çekim mekanlarını takip etmeleridir. Harry Potter, Lord of the Rings, Star Wars gibi filmlerin önemli sayıda fanatic izleyici kitlesinin olduğu ve bu filmlerin çekim mekanlarına turizm şirketleri tarafından turlar düzenlendiği bilinmektedir. Hatta bu filmlerin yapımcılarına çeşitli ülkelerden filmlerin kendi coğrafyalarında çekilmesi için davetler gelmektedir. Örneğin Fas Ülkesi, Star Wars filminin bir serisinin Fas'ın çöllerinde çekilmesi ve film dekorlarının yerinde korunması sayesinde önemli derecede turist artışı sağlamıştır. Yine Game of Trones, Lawrence of Arabia, Cleopatra, Nile Jewel, Alexander the Great, Mummy, Gladiator vb. filmlerinin çekim mekanlarındaki dekorları yerinde koruyarak film turizminden en iyi faydalanan ülkelerden birisi haline gelmiştir.

Sinema filmlerinin turizme etkisi çok sayıda akademik çalışmada ele alınmış olmasına rağmen, dizi filmler genelde göz ardı edilmiştir. Mevcut akademik çalışmalar dizilerin de çekildiği mekanlara gelen turist sayısının, filmin etkisi ile arttığından bahsetmekle beraber hiç bir sayısal veri vermemektedir. Ancak film tutkunlarının film seçerken en çok tercih ettiği ve filmlere puan verdiği IMDb sistemine göre dizi filmlerin izlenme oranı, sinema izlenme oranları kadar yüksektir. Elde edilen bulgular tablo 2 de sunulmuştur. Bu nedenle dizi filmlerin de insanlar üzerindeki etkisinin göz ardı edilmemesi gerekir. Nitekim dizi filmlerin, yıllarca ve her hafta düzenli bir şekilde yayınlanması nedeniyle toplumdaki etkisi sinemadan daha uzun sürelidir. Ancak IMDb puanı yüksek olan dizi filmlerin turist sayısına etkisi üzerine sayısal ve istatistiksel araştırmaların yapılmamış olması turizm sektörü için önemli bir eksikliklerdir.

Film İzleyicilerinin Profil ve Tercihleri

Dünyada izleyici ve ödül alma rekorlarını alan filmler incelendiğinde izleyicinin yakın ya da uzak geçmişle bağ kurduğu filmlerin daha çok tercih edildiği görülmektedir. Ancak film – mekan – turizm ilişkisine daha fazla veri sağlamak amacıyla ülkemizin hangi mekanlarının filmlere konu olabileceği, izleyicinin Türkiye'deki hangi doğal ve tarihi mekanları bildiği, izleyicinin ne tür filmler izlemekten hoşlandığı, izledikleri bir filmdeki mekanı ziyarete gitme durumları gibi verilerinin toplanmasına gerek duyulmuştur. Bu nedenle 203 Türk ve 139 yabancı katılımcıyla 21 soruluk bir anket yapılarak yukarıdaki soruların cevapları elde edilmeye çalışılmıştır.

Anket çalışmasına katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini öğrenebilmek amacıyla katılımcıların yaşı, cinsiyeti, eğitim düzeyi ve meslekleri sorulmuştur. Ankette çıkan sonuçlar Tablo.3'de paylaşılmıştır. Bu sonuçlara göre ankete en çok 18-45 yaş arasındaki kişiler katılmıştır. Bu yaş aralığının yüksek çıkması, film sektörüne ve film turizmine en çok bu yaş grubunun ilgi gösteriyor olduğunun bir göstergesi olabilir. Bu duruma Kavak Yelleri dizisini en çok gençlerin izlemesi ve mekânın turist artışını sağlaması³³ örnek olarak verilebilir. Yerli katılımcılardan %60,3 ünün kadın, yabancı katılımcılardan %83,8 inin kadın olduğu görülmektedir. Bu veriye göre film ve dizileri, kadınların daha çok izlediği söylenebilir. Eğitim durumlarına bakıldığında yerli katılımcıların %68 inin üniversite, %13,5 inin yüksek lisans, %6 sının lise mezunu olduğu görülmektedir. Yabancı katılımcılara bakıldığında %57,9 unun üniversite, %18,4 ünün yüksek lisans, %18,4 ünün lise mezunu anlaşılmaktadır. Bu veriye göre film ve dizi takipçisi kitlelerin genelde üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Anket çalışmasına katılanların hemen hemen her meslek grubundan olduğu görülmektedir. Mesleğe göre çıkan oranların ayırt edici bir niteliği yoktur. Bu nedenle mesleklerin film ve dizi izleyicisi olmada çok önemli bir etkisinin olmadığı düşünülmektedir.

³³ Akdu ve Akın, 2016

Tablo.3 Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

		Türk Katılımcılar Yüzde (%)	Yabancı Katılımcılar Yüzde (%)
Yaşı	18-25 yaş arası	32	25
	26-35 yaş arası	24	33
	36-45 yaş arası	22	18
	46-55 yaş arası	12	14
	55-65 yaş arası	6	8
	66 yaş ve üstü	4	2
Cinsiyeti	Kadın	60,3	83,8
	Erkek	39,7	16,2
Eğitim Durumu	Lise	6	18,4
	Üniversite	68	57,9
	Yüksek Lisans	13,5	18,4
	Doktora	6	5,3
Mesleği	Mimar- İç Mimar	16,1	13,9
	Öğrenci	20,3	17,5
	Avukat	16,6	15,3
	Mühendis	17,3	18,6
	Akademisyen	14,8	16,3
	Çalışmıyor	4,8	6,2
	Diğer	10,1	6,8

Anket çalışmasının ikinci bölümünde yer alan sorular ile anketörlerin film, kültür, mekân ve turizm ile ilgili merak ve aktiviteleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu nedenle ilk olarak “Seyahat etmeyi sever misiniz?” sorusunu sorulmuştur. Türk katılımcıların %96’sı, yabancı katılımcıların tamamı seyahat etmeyi sevdiğini belirtmiştir. Elde edilen veriler Tablo.4’de gösterilmiştir. Bu veri nedeniyle günümüzde insanların çoğunluğunun seyahat etmeyi sevdiği söylenebilir.

Tablo.4 Seyahat etmeyi sever misiniz?

	Türk Katılımcılar Yüzde (%)	Yabancı Katılımcılar Yüzde (%)
Evet	96	100
Hayır	4	0

İkinci olarak “En çok hangi tür mekanlara seyahat etmeyi seversiniz?” sorusu sorulmuştur. Katılımcılara birden fazla seçeneği işaretleyebilecekleri söylenmiştir. Türk katılımcıların %73,4’nün tarihi ve kültürel mekanları, %61,3’ünün doğal ormanlık ve dağlık alanları; yabancı katılımcıların ise %65,8’inin tarihi ve kültürel mekanlar ile doğal ormanlık ve dağlık alanları, %52,6’sının plaj alanlarını sevdiği anlaşılmaktadır. Elde edilen veriler Tablo.5’te gösterilmiştir. Katılımcıların tercihleri film endüstrisi için tercih edilebilecek mekanlar konusuna katkı sağlayacaktır.

Tablo. 5 En çok hangi tür mekanlara seyahat etmeyi seversiniz?

	Türk Katılımcılar Yüzde (%)	Yabancı Katılımcılar Yüzde (%)
Tarihi ve kültürel mekanlar	73,4	65,8
Doğal ormanlık ve dağlık alanlar	61,3	65,8
Plaj alanları	29,1	52,6
İnanç alanları	11,1	34,2

Üçüncü olarak “Türkiye’de gezdiğiniz yerlerden en çok etkilendiğiniz yer ya da gezip görmek istediğiniz yer neresidir?” sorusu açık uçlu olarak sorulmuştur. Katılımcılara kültür bakanlığının web adresi verilerek Türkiye'nin doğal ve kültürel mirası konusunda yardımcı olunmuştur. Katılımcıların belirttiği mekanlar coğrafi bölge dağılımına göre gruplandırılmıştır. Ancak katılımcıların tercihleri yüzde oranına dönüştürülemeyecek kadar dağınık olmuştur. Elde edilen veriler Tablo.6’de gösterilmiştir. Köken farketmeksizin katılımcıların çoğunluğu tarihi ve kültürel mekanların isimlerini yazmıştır. Tarihi ve kültürel mekanların en çok Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yoğunlaştığı, antik dönem yerleşimleri ile yakın dönem kırsal alan yerleşimlerinin ağırlık kazandığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların ikincil olarak etkilendikleri veya gitmek istedikleri mekanlar doğal alanlar olmuştur. Doğal alanların, en çok Karadeniz Bölgesi'nden yazıldığı dikkati çekmektedir. Göl, milli park, şelale, mağara, plaj ve orman alanlarının yoğunluğu hissedilmektedir.

Tablo.6 Türkiye’de gezdiğiniz yerlerden en çok etkilendiğiniz yer ya da gezip görmek istediğiniz yer neresidir?

Tarihi ve Kültürel Mekanlar							
	Akdeniz	Ege	Karadeniz	Marmara	İç Anadolu	Doğu Anadolu	Güneydoğu Anadolu
1	Likya Yolu	Efes Antik Kenti	Sümela Manastırı	İstanbul	Nevşehir YeraltıŞehri	Ani Harabeleri	Mardin Savur Evleri
2	Olympos	Şirince Köyü,	Safranbolu evleri	Bursa Cumalıkızık Köyü	Kapadokya Peri Bacaları	Ahlat Malazgirit Mezarlığı	Mardin Deyrulzafaran Manastırı
3	Aspendos Tiyatrosu	Ayvalık	Amasya Kralkaya Mezarları	Edirne Selimiye Camii	Yazlıkaya Açık Hava Tapınağı	Van Ahdamar Kilisesi	Mardin Dara Harabeleri
4	Demre Kaya Mezarları	Fethiye Kayaköy Yerleşimi	Gümüşhane Santa Harabeleri	Gökçeada Tarihi yerleşimleri	Hattuşaş Antik Kenti		Urfa Göbeklitepe
5	Noel Baba Kilisesi	Bergama Kültürel Peyzaj Alanı		Bozcaada Tarihi Yerleşimleri	İhlara Vadisi tarihi yerleşimleri		Urfa Harran Evleri
6				Çanakkale Assos	Güzelyurt tarihi Yerleşimleri		Nemrut Dağı Kommagene Krallığı
7							Gaziantep Zeugma

Doğal Alanlar							
	Akdeniz	Ege	Karadeniz	Marmara	İç Anadolu	Doğu Anadolu	Güneydoğu Anadolu
1	Burdur Salda Gölü	Denizli Pamukkale travertenleri	Artvin Karagöl	İstanbul Adalar	Konya Karapınar Çölü	Nemrut Krater Gölü	Diyarbakır Birkeleyn Mağaraları
2	Antalya Köprülü Kanyon	Muğla Kelebekler Vadisi	Rize Ayder Yaylası	Balıkesir Manyas Kuş Cenneti	Konya Meke Gölü	Erzincan Girlevik Şelalesi	Şanlıurfa Takoran Vadisi
3	Kaputaj plajı	Ölüdeniz sahili	Ilgaz Dağı Milli Parkı	Kaz Dağları	Sivas Gökpınar Gölü	Bingöl Yüzen Ada	Gaziantep Rumkale
4	Karain Mağarası	Balıkesir Kuş Cenneti	Bolu Abant Gölü	İğneada Longoz Ormanları		Antakya Beşikli Mağarası	
5	Cennet Cehennem Obrukları		Yedigöller Milli Parkı	Edirne Meriç Deltası		Hatay Titus Tüneli	
6			Zonguldak Gököl Mağarası	Kocaeli Kerpe		Van Van Gölü	
7			Kaçkar Dağı ve Gölü	Cunda Adası			
8			Sinop Erfelek Şelalesi				

Sinema Filmi izlemeyi sever misiniz? çoktan seçmeli sorusuna Türk katılımcıların %98'i, yabancı katılımcıların %97,3'ü "evet" cevabını vermiştir. Bu sonuçlardan hemen hemen herkesin film izlemeyi sevdiği sonucunu çıkarabiliriz. Elde edilen veriler Tablo.7'de gösterilmiştir.

Tablo.7 Sinema Filmi izlemeyi sever misiniz?

	Türk Katılımcılar Yüzde (%)	Yabancı Katılımcılar Yüzde (%)
Evet	98	97,3
Hayır	2	2,7

Hangi tür filmleri izlemeyi seversiniz? Sorusuna Türk katılımcılar %56,5, yabancı katılımcılar %59,5 oranla en çok tarihi filmleri izlemeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca her iki katılımcı tipi komedi, bilim kurgu ve romantik filmlerini de sevmektedir. Yabancı katılımcılarda belgesel film izleme oranı da yüksektir. Elde edilen veriler Tablo.8'de gösterilmiştir.

Tablo.8 Hangi tür filmleri izlemeyi seversiniz?

	Türk Katılımcılar Yüzde (%)	Yabancı Katılımcılar Yüzde (%)
Tarihi	56,5	59,5
Komedi	46	49
Belgesel	20,5	48,6
Bilim Kurgu	35,2	52,1
Romantik	29,5	43,2
Korku	10	29,7
Savaş	32,5	18,9
Dram	34,5	8,1
Diğer	15	2,7

Sizi çok etkileyen bir film adı yazabilir misiniz? Açık uçlu soruya Türk katılımcılar 7 adet tarihi drama, 4 adet bilim kurgu filminin adını yazmıştır. Tarihi drama filmlerinin 4 tanesinin kurgusu gerçek hayatta yaşanmış savaşlar üzerinedir. Bir katılımcı da Atiye filmini izledikten sonra Göbeklitepe hakkında araştırma yaptığını belirtmiştir. Yabancı katılımcılar 4 adet tarihi, 3 adet fantastik, 2 adet bilim kurgu, 1 adet gerilim ve 1 adet dram kategorisinden filmler yazmışlardır. Yabancı katılımcıların film kategorileri konusunda daha fazla seçeneğe açık oldukları görülmekle beraber birinci sırada tarihi filmleri tercih etmektedirler. Elde edilen veriler Tablo.9'da gösterilmiştir.

Tablo.9 Sizi çok etkileyen bir film adı yazabilir misiniz?

Türk Katılımcılar	Yabancı Katılımcılar
Inception	Harry Potter
Matrix	Stonehearst Asylum
Braveheart	Inception
Star Wars	Gladiator
The Green Mile	Braveheart
Gallipolu	The Shawshank Redemption
Atiye	Schindler's List
Fetih 1453	Troy
Ayla	Matrix
Babam ve Oğlum	Lord of the Rings
Fifth Element	Avatar

Bir filmi izleme seçiminize filmin gişe rekoru etken olur mu? Çoktan seçmeli sorusuna Türk katılımcıların çoğunun yanıtının hayır, yabancı katılımcıların çoğunun yanıtının ise evet olduğu gözlemlenmiştir. Bu veriden yabancı katılımcıların filmleri izlemeden önce gişe rekorlarına da baktıkları anlaşılmaktadır. Elde edilen veriler Tablo.10'da gösterilmiştir.

Tablo.10 Bir filmi izleme seçiminize filmin gişe rekoru etken olur mu?

	Türk Katılımcılar Yüzde (%)	Yabancı Katılımcılar Yüzde (%)
Evet	36	62,2
Hayır	64	37,8

Film izleme seçimlerinizi star oyuncuların rol almasına göre yapar mısınız? Çoktan seçmeli sorusunun yanıtına katılımcıların yanıtının çoğu “evet” olmuştur. Bu nedenle star bir oyuncunun oynaması etkeninin filmlerin izlenme oranını artıracaktır. Elde edilen veriler Tablo.11’de gösterilmiştir.

Tablo.11 Film izleme seçimlerinizi star oyuncuların rol almasına göre yapar mısınız?

	Türk Katılımcılar Yüzde (%)	Yabancı Katılımcılar Yüzde (%)
Evet	68,8	62,6
Hayır	31,2	37,4

Ortalama ne kadar sıklıkla sinema filmi izlersiniz? Çoktan seçmeli sorusuna hem Türk hem yabancı katılımcıların yanıtı “en çok haftada bir, en az yılda bir” olmuştur. Bu sonuçlara göre katılımcıların çoğunluğunun haftada bir, önemli bir kısmının da ayda bir film izlediği anlaşılmaktadır. Elde edilen veriler Tablo.12’de gösterilmiştir.

Tablo.12 Ortalama ne kadar sıklıkla sinema filmi izlersiniz?

	Türk Katılımcılar Yüzde (%)	Yabancı Katılımcılar Yüzde (%)
Haftada bir	45,6	53,3
Ayda bir	38,3	34,2
Yılda bir	5,7	10,5
Diğer	10,4	0

Dizi izlemeyi sever misiniz? Çoktan seçmeli sorusuna, Türk ve yabancı katılımcıların çoğunluğu “evet” yanıtını vermiştir. Bu veri dizi filmlerin insanların üzerindeki etkisini göstermesi açısından önemlidir. Elde edilen veriler Tablo.13’de gösterilmiştir.

Tablo.13 Dizi film izlemeyi sever misiniz?

	Türk Katılımcılar Yüzde (%)	Yabancı Katılımcılar Yüzde (%)
Evet	87,4	73,7
Hayır	12,6	26,3

Dizi izlemeyi sever misiniz sorusunun cevabına evet cevabı verdiyseniz lütfen bir haftada kaç diziyi takip ettiğinizi işaretleyiniz, sorusuna katılımcıların çoğunluğu haftada 1-5 arası, önemli bir kısmı da haftada bir film izlediği şeklinde cevap vermiştir. Diğer seçeneğini işaretleyen katılımcılardan bazıları da tüm sezonları toplu bir şekilde izlediklerini yazmıştır. Elde edilen veriler Tablo.14’de gösterilmiştir.

Tablo.14 Dizi izlemeyi sever misiniz sorusunun cevabına evet cevabı verdiyseniz lütfen bir haftada kaç diziyi takip ettiğinizi işaretleyiniz.

	Türk Katılımcılar Yüzde (%)	Yabancı Katılımcılar Yüzde (%)
Haftada bir	44,9	30
Haftada 1-5 arası	46	63,3
Haftada 5-10 arası	4,5	0
Diğer	4,6	6,7

İzlediğiniz filmlerde olayın geçtiği mekanları hiç araştırdınız mı? Çoktan seçmeli sorusuna Türk ve yabancı katılımcıların büyük çoğunluğu evet olarak cevap vermiştir. Bu durum filmlerin çekildiği mekanların insanlar üzerinde merak duygusunu göstermesi açısından önemlidir. Elde edilen veriler Tablo.15’de gösterilmiştir.

Tablo.15 İzlediğiniz filmlerde olayın geçtiği mekanları hiç araştırdınız mı?

	Türk Katılımcılar Yüzde (%)	Yabancı Katılımcılar Yüzde (%)
Evet	86,9	75
Hayır	13,1	25

Bir filmten etkilenip gitmek istediğiniz yada gittiğiniz yer oldu mu? Eğer cevabınız evetse lütfen diğer seçeneğe film ismini ve gitmek istediğiniz mekanı yazınız. Seçmeli sorusunu Türk ve yabancı katılımcıların çoğunluğu evet olarak yanıtlamıştır. Elde edilen veriler Tablo.16’da gösterilmiştir.

Türk katılımcıların gitmek istedikleri mekanlar yabancı filmler ve yurtdışı mekanları olmuştur. Yabancı katılımcıların da doğal olarak farklı filmlerden ve farklı ülkelerden mekan tanımlamaları olmuştur. Ancak yabancı katılımcılardan Atiye – Göbeklitepe ve Kulüp – İstanbul Beyoğlu cevabının gelmesi yurtdışında hem Türk dizilerine hem mekanlarına ilginin olduğunu göstermektedir. Ayrıca her iki gruptaki katılımcıların filmlerde izledikleri mekanların isimlerini “Harry “Potter - Alnwick Şatosu, Durham Katedrali, Goathland Tren İstasyonu”, “Da Vinci Code - Louvre Müzesi, Saint Sulpice Kilisesi”, Lord of the Rings – Rangitata Vadisi, Victoria Dağı Ormanları, Matamata” şeklinde net olarak yazabilmeleri, izleyicilerin film mekanlarına olan ilgisini kanıtlamaktadır.

Tablo.16 Bir filmten etkilenip gitmek istediğiniz yada gittiğiniz yer oldu mu? Eğer cevabınız evetse lütfen diğer seçeneğe film ismini ve gitmek istediğiniz mekanı yazınız.

	Türk Katılımcılar Yüzde (%)	Yabancı Katılımcılar Yüzde (%)
Evet	79,9	86,6
Hayır	20,1	14,4
Türk Katılımcıların Yazdığı Mekanlar	Yabancı Katılımcıların Yazdığı Mekanlar	
Da Vinci Code - Paris	Hobbits - Avustralya	
Vicky Cristina Barcelona -Barcelona	Vikings - İskandinavya	
Emily in the Paris - Paris	The Fall - Hindistan	
Angel and Demons - Roma	Chernobil - Rusya	
Inferno - İtalya	Lord of the Rings - Yeni Zellanda	
Harry Potter-Oxford	Hells Angels - Budapeşte	
Braveheart – İrlanda ve İskoçya	Star Wars – Fas	
Mission:Impossible 2- Sidney	Atiye – Göbeklitepe	
Lost - Oahu Adası, Hawaii	Kulüp – İstanbul Beyoğlu	
Black Sails - Bahamalar	Troy - Truva	

Uluslararası platformlarda izlenmesi amacıyla Türkiye’de bir film çekilecek olsa, size göre mekanı nasıl bir yer olmalıdır? Birden fazla seçeneği seçebilecekleri çoktan seçmeli sorunun yanıtı, Türk katılımcıların çoğunluğu tarihi kent merkezlerini işaretlemiştir. Yabancı katılımcıların çoğunluğu ise doğal alanlar ve tarihi kent merkezlerini eşit oranda seçmiştir. Her iki grupta da az sayıda kişi diğer seçeneğini tercih etmiştir ve ilgi çekici özellikleri olan kent merkezleri ve kasabaların film mekanı olmasını önermiştir. Elde edilen veriler Tablo.17’de gösterilmiştir.

Tablo.17 Uluslararası platformlarda izlenmesi amacıyla Türkiye’de bir film çekilecek olsa, size göre mekanı nasıl bir yer olmalıdır? Sorusunun bulguları

	Türk Katılımcılar Yüzde (%)	Yabancı Katılımcılar Yüzde (%)
Arkeolojik Alanlar	42,3	32,4
Doğal Alanlar	33,5	64,7
Tarihi Kent Merkezleri	70,6	64,7
Diğer	4	5,9

Bir film çekilecek olsa aşağıdakilerden hangi mekanları sahne olarak önerirdiniz? Birden fazla seçeneği seçebilecekleri çoktan seçmeli soruya Türk katılımcıların çoğunluğu İstanbul, yabancı katılımcıların çoğunluğu Göreme Milli Parkı ve Kapadokya seçeneğini işaretleyerek yanıt vermiştir. Ancak bu seçimleri çok yakın oranlarla Türk katılımcılarda Mardin, Efes-İzmir, Göbeklitepe-Şanlıurfa, Sümela Manastırı-Trabzon seçeneklerinin takip ettiği görülmektedir. Yabancı katılımcılarda ise Pamukkale-Traverten ve Antik Kenti, Nemrut Dağı-Adıyaman seçeneklerinin de yüksek oranda tercih edildiği görülmektedir. Elde edilen veriler Tablo.18’de gösterilmiştir.

Diğer seçeneğinde katılımcıların kendi önerdikleri mekanları yazmaları istenmiştir. Diğer mekanlara Türk katılımcılar Dalyan Kaunos Antik Kenti, Clandras Köprüsü, Eğirdir Gölü, Ege kasabaları, Patara Antik Kentini yazmışlardır. Yabancı katılımcılar ise Muğla - Kayaköy, Antalya – Adrasan tarihi ve doğal alanlarını yazmışlardır.

Tablo.18 Türkiye’de Bir film çekilecek olsa aşağıdakilerden hangi mekanları sahne olarak önerirdiniz?

	Türk Katılımcılar Yüzde (%)	Yabancı Katılımcılar Yüzde (%)
Nemrut Dağı-Adıyaman	19,4	27,1
Pamukkale-Traverten ve Antik Kenti	18,4	31,4
Göreme Milli Parkı ve Kapadokya	40,8	60
Efes-İzmir	31,1	25,7
Göbeklitepe-Şanlıurfa	29,6	17,1
Sümela Manastırı-Trabzon	27,6	8
Diyarbakır-Hesvel Bahçeleri	14,8	14,3
İstanbul	42,9	54,3
Mardin	32,1	22,9
Diğer	8,5	11,4

Aşağıdakilerden hangisi sizde filmin çekildiği mekanı araştırma duygusu meydana getirir? Seçmeli sorusuna Türk katılımcıların çoğunluğu "mekan ismi filmde geçerse de etkilendiğim mekanları araştırırım"; yabancı katılımcıların çoğunluğu ise "filmin ana konusunun mekan olması durumunda araştırırım" seçeneğini işaretlemiştir. Her iki katılımcı tipinin de " filmin isminin mekân olması durumunda araştırırım, filmin ana konusunun mekan olması durumunda araştırırım, mekan ismi filmde geçerse de etkilendiğim mekanları araştırırım, Filmin konusu çok dikkatimi çekerse çekim mekanlarını araştırırım" seçeneklerini dikkate değer bir oranda işaretlemesi izleyicilerin filmlerin geçtiği mekanlara genelde dikkat ettikleri ve araştırdıkları sonucunu göstermektedir. Elde edilen veriler Tablo.19’da gösterilmiştir.

Tablo.19 Hangisi sizde filmin çekildiği mekânı araştırma duygusu meydana getirir?

	Türk Katılımcılar Yüzde (%)	Yabancı Katılımcılar Yüzde (%)
Filmin isminin mekân olması durumunda araştırırım	33,7	30
Filmin ana konusunun mekan olması durumunda araştırırım	31	54,3
İsmi filmde geçmese de etkilendiğim mekanları araştırırım	58,9	45,7
Filmin konusu çok dikkatimi çekerse çekim mekanlarını araştırırım.	26,4	45,7
Mekanlar hiçbir şekilde ilgimi çekmez	2	5,7

İzlediğimiz bir film hiç tatil yerinizi etkiledi mi? Seçmeli sorusunun yanıtına Türk katılımcıların % 38,3 ü, yabancı katılımcıların % 62,6 sı evet cevabını vermiştir. Bu oranlardan yabancı katılımcıların filmlerin çekildiği mekanları daha çok ziyaret etme eğiliminde olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcılardan bazıları tarihi ya da doğal mekanları özel kültür turları vasıtasıyla ziyaret ettiklerini, tatil olarak belirledikleri süreçlerini genelde dinlenmek için kullandıklarını ve yer seçiminde daha çok plajı olan otelleri tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Bazı uluslararası turizm firmalarının film mekanlarını kültür turu kapsamında sunmalarının nedeni buradan anlaşılmaktadır. Çünkü insanların çoğunluğu bu tür gezileri dinlenmenin bir parçası olarak görmemektedir. Diğer taraftan ülkemizin plaj ve oteller yönünden zenginliği düşünülürse film mekanları temalı kültür turlarını bu mekanlara en yakın otel ve plajlarla sunmak, turistlerin bu mekanları tatil süreçlerini de geçirebilecekleri yerler olarak görmesini sağlayabilir. Bu durum turist artışını tetikleyebilir. Elde edilen veriler Tablo.20’de gösterilmiştir.

Tablo.20 İzlediğiniz bir film hiç tatil yerinizi etkiledi mi?

	Türk Katılımcılar Yüzde (%)	Yabancı Katılımcılar Yüzde (%)
Evet	38,3	62,6
Hayır	61,7	37,4

Sonuç ve Öneriler

Sinema ve dizi film sektörü önce gelişmiş ülkelerde sonra tüm dünyada toplum tarafından büyük oranda takip edilen ve insanların yaşamlarına doğrudan etki eden bir sektör haline gelmiştir. Film sektörünün bu geniş çaplı etkisinden turizm sektörü de kendine pay çıkarmış ve film turizmi tur organizasyonları başlamıştır. Film turizminin hedefi filmlerin çekildiği mekanlara dünyanın her yerinden turist taşımaktır. Bu nedenle film turizmi için en önemli unsur “mekân” olmaktadır. Bu durumda filmlerde estetik ve etkileyici mekanların ilgi çekici kurgularla sunulması önem kazanmaktadır. Film turizminden iyi bir pay almak isteyen ülke ve kuruluşlar bir yandan insanlar tarafından izlenme rekorları kıracak filmlerin ve bu filmlere mekân olabilecek yerlerin peşindedir. Bu durumda insanların en çok hangi filmleri izlemek isteyecekleri ve hangi mekanların bu filmlerde kullanılacağına önceden tahmin edilmesi oldukça önem kazanmaktadır.

Bu durumda izlenme rekorları kıran ve çekildikleri mekanları ile insanları bu rotaları görmek üzere harekete geçiren filmlerin özelliklerini ve arka planını incelemek önemli ipuçları verecektir. Bu filmler incelendiğinde filmlerin ağırlıklı olarak tarihi, drama ve romantik kategorisinde oldukları dikkat çekmektedir. Tarihi filmlerde özellikle gerçekten yaşanmış savaşları veya toplumsal buhranları konu edinen filmler, insanların bu olaylara farklı bakış açılarıyla görmek istemesi ile açıklanabilir. Filmlerin

kurgusunun tarihi olaylardan kurgulanması, mekanların da söz konusu olayların yaşandığı gerçek mekanların sunulmasını beraberinde getirmektedir. Bu nedenle arkeolojik ve tarihi mekanlar birçok filmin mekânı olmaktadır. Diğer taraftan bu mekanları film çekimlerinde kullanmak, bu yerlerin koruma alanları olması nedeniyle mümkün olmayabilir. Bu sorun başka bir mevcut mekânda, tarihi olayların geçtiği mekanların dekorlar yardımı ile kurgulanması ile çözülmektedir. Ayrıca bilgisayar programları yardımı ile yapılan simülasyonlarla gerçek mekânın olayın geçtiği tarihteki durumuna birebir benzetilerek sunulabilmektedir. Bu durum izleyicinin mekândan etkilenmesini ve gerçek hayatta görmek istemesine engel olmadığı gibi, arkeolojik ve tarihi alanların film çekimlerinden zarar görmeden topluma tanıtılması ve sunulması yönünden fayda sağlamaktadır. Toplumun ikinci olarak izlemeyi tercih ettiği filmler bilim kurgu ve fantastik kategorisindeki filmlerdir. Bu filmlerde de genelde eşsiz ve etkileyici doğal alanların mekân olarak seçildiği görülmektedir. Bu tür filmlerde de gereklilik halinde bilgisayar teknolojilerinden faydalanılarak gerçek mekâna benzetilen kurgu mekanlarda çekimler yapılabilmektedir. Filmlerde gerçek mekanların ister kendilerinin ister kurgularının kullanılması, tüm toplumların başka bir toplumun arkeolojik, tarihi veya doğal miras alanlarını tanınmasını ve ziyaret etmesini sağlamaktadır. Bu sayede film sektörü bir nevi kültür elçisi görevi de görmektedir. Farklı toplumların birbirinin kültürel değerlerini tanınmasını ve birbirleri ile empati yapmasını sağlamaktadır.

İzlenme rekorları kıran ve çekildikleri mekanları ile insanları bu rotaları görmek üzere harekete geçiren filmlerin önemli ikinci özelliği de senaryolarının edebiyat, mitoloji, tarih gibi yazılı ürünlerden üretilmesidir. Bu enstrümanlardan tüm dünyada yankı bulanları, filmlere iyi bir senaryo konusu olmakta ve kalabalık bir izleyici kitlesinin ilgisini doğrudan çekmektedir. Bu yazılı ürünler her kategoriden filmlere senaryo konusu olabilmektedir.

Üçüncü önemli özellik bu filmlerin tanıtımları uluslararası gala, magazin, fragman gibi medyatik araçlarla çok iyi yapılmalıdır ve olabildiğince geniş bir coğrafyaya yayılması sağlanmalıdır. Dördüncü önemli özellik star oyuncu etkisidir. Dünyaca tanınmış star oyuncuların filmlerde yer alması, izleyicilerin bu filmleri izlemeyi tercih etmelerinde önemli bir etkidir. Ayrıca star oyuncuların rol alması, dünya magazin de filmle doğrudan ilgilenmesini sağlamaktadır.

Dördüncü önemli özellik rutin aralıklarla beyaz perdeye aktarılan film serilerinin fanatik izleyici kitlelerinin oluşması ve bu kitlelerin hem filmleri hem de film çekim mekanlarını takip etmeleridir.

Beşinci önemli özellik bu filmlerin sayısı azımsanamayacak kadar çoğunluğu dizi filmlerdir. Dizi filmler, yıllarca ve her hafta düzenli bir şekilde yayınlanmaktadır ve toplumdaki etkisi sinemadan daha uzun sürelidir. Hatta yıllarca çok sayıda izleyici tarafından takip edilen diziler beyaz perdeye aktarılmakta ve yine sinema dünyasında da izlenme ve ödül rekorları kırmaktadır. Ancak IMDb puanı yüksek olan dizi filmlerin turist sayısına etkisi üzerine sayısal ve istatistiksel araştırmaların yapılmamıştır. Dizi filmlerin, film turizmine katkıları hem filmin çekildiği ya da kurgulandığı gerçek mekânın bulunduğu ülkenin turizm kuruluşları hem uluslararası film kuruluşları tarafından takip edilerek resmi rakamlarla açıklanmalıdır. Aynı şekilde sinema filmleri de farklı yerlerde dağılık ve eksik olarak yayınlanmak yerine uluslar arası ortak bir platform da yayınlanmalıdır.

Film – mekan – turizm ilişkisine daha fazla veri sağlamak amacıyla ülkemizin hangi mekanlarının filmlere konu olabileceği, izleyicinin Türkiye'deki hangi doğal ve tarihi mekanları bildiği, izleyicinin ne tür filmler izlemekten hoşlandığı, izledikleri bir filmdeki mekânı ziyarete gitme durumları gibi verilerinin toplanması için bu çalışma kapsamında 203 Türk ve 139 yabancı katılımcıyla 21 soruluk bir anket yapılarak yukarıdaki soruların cevapları elde edilmeye çalışılmıştır.

Anket sonuçlarına göre insanların çoğunluğu hem sinema hem dizi filmlerini izlemeyi sevmektedir. Ama kadınlar daha çok film izlemektedir. Film sektörüne ve film turizmine en çok 18-45 yaş arasındaki kişiler ilgi göstermektedir. Film mekanlarını araştıranlar, gitme planı yapanlar ya da gidenler genelde üniversite mezunudur. Mesleklerin, film ve dizi izleyicisi olmada çok önemli bir etkisi yoktur.

Günümüzde insanların çoğunluğu seyahat etmeyi sevmektedir. Birinci derecede tarihi ve kültürel mekanlar ile doğal ormanlık ve dağlık alanlara gitmeyi tercih etmektedirler. Daha az bir kısmı da plaj

alanlarını sevmektedir. Bu nedenle tarihi, kùltürel ve doğal alanlar ile plajlar, film endüstrisi için öncelikli tercih edilecek mekanlar olmalıdır.

En çok tarihi filmler izlenmektedir. İkinci derecede bilim kurgu, drama, romantik filmler tercih edilmektedir. Sevilen bir kategoride filmin yapılması, filme olan ilgiyi artıracaktır. İzleyiciler genelde izleyecekleri filmlere karar verirken gişe rekorlarına da bakmaktadırlar. Bu nedenle filmin kurgusu olabildiğince geniş bir kitleye hitap edebilmelidir.

Star bir oyuncunun oynaması da filmlerin izlenme oranını artıran önemli bir etkidir. Bazı izleyiciler hayranı oldukları star oyuncuların filmlerini özellikle takip etmektedirler.

Hem sinema hem dizi filmlerin önemli bir izleyici kitlesi vardır. Bu kitlelerin sayısal değeri birbirine çok yakındır. Sinema filmi izlemeyi seven insanların çoğunluğu “haftada bir” ya da “ayda bir” film izlemektedir. Dizi film izlemeyi seven insanların çoğunluğu haftada 1-5 arası, önemli bir kısmı da haftada bir dizi film izlemektedir. Bazıları da tüm sezonları toplu bir şekilde izlemeyi tercih etmektedir.

Film izleyicilerinin çoğunluğu film mekanlarını merak edip dünyadaki yerini araştırmaktadır. Birçok izleyicinin çok etkilendiği bir film ve gitmek istediği bir film mekânı vardır. Filmin isminin mekân olması, filmin ana konusunun mekân olması, filmde mekânın çok etkileyici olması ve filmin konusunun dikkat çekici olması durumunda izleyici de filmin çekildiği mekânı araştırma duygusu meydana gelmektedir.

Yurt dışındaki film severler, izlediği filmlere göre yaptıkları seyahatleri genelde bir kùltür turu olarak görmekte ve turizm şirketlerinin düzenlediği film mekânları turlarına katılmaktadırlar. Tatil mekânı olarak plajları tercih etmektedirler. Bu nedenle film mekanlarını aynı zamanda plajlara yakın yerlerde seçmek ve tatil programları ile birleştirmek bu mekanlara gelen turist sayısının artırılması açısından faydalı olacaktır.

Uluslararası platformlarda izlenmesi amacıyla Türkiye’de bir film çekilecek olsa, “tarihi kent merkezleri, arkeolojik alanlar ve doğal koruma alanları” tercih edilmelidir. Ancak bu koruma alanlarının zarar görmemesi için mevcut mekanın başka bir mevcut mekanda kurgulanması yönteminin kullanılması daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Diğer taraftan uluslararası dijital film platformlarına ve IMDb puan listelerine bakıldığında Türkiye’ye özgü ve Türkiye’den mekanların kullanıldığı sinema ve dizi film sayısı çok düşüktür. Bu konuda daha fazla çalışma ve üretime ihtiyaç vardır.

Kaynakça

- Adiloğlu, F. (2005). Sinemada Mimari Açılımlar. İstanbul: Es.
- Affron, C., Affron, M., (1995). Sets in Motion: Art Direction and Film Narrative New Brunswick. New Jersey: Rutgers University.
- Akdu, U., Akın, H., M. (2016). Film ve Dizilerin Destinasyon Tercihine Etkileri. Uluslararası Sosyal Araştırmalar. C:9, Sayı:9 Issue:45, 1042-1052.
- Akkaya, A.K.; Şimşek Tolacı, S. (2019). Yeme-İçme Kültürü Mekânları: Pekmezlik / Pekmez Damı, Antalya Çukurköy Örneği. ART-E. Cilt:12 Özel Sayı, 151-171.
- Akyıldız, Ö. (2012). Mimari Mekanların, Sinemanın Kurgusal Mekanları Üzerine Etkileri. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi / Fen Bilimleri Entitüsü, İstanbul.
- Dayı, S., Kanburoğlu, Ö. (2020). Sinemada Özel Efekt Kullanımının Tarihi ve Gelişimi. Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu, 15 (57), 67-83. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/abmyoder/issue/55751/762801>
- Duruel, A. S., (2002). Sinema Tarih İlişkileri ve Türk Sinemasında Tarihe Bakış. (Yayımlanmamış sanatta yeterlilik tezi), Mimar Sinan Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ersoy, E., (2010). Mimarlık ve Sinema Etkileşimi Bağlamında Mekansal İmge Kullanımıyla Durağan Mekânın Dinamik Mekâna Dönüşümü. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi / Fen Bilimleri Entitüsü, İstanbul.
- Hudson, S. ve Ritchi, B.R.J., (2006). Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives. Travel Research, Vol. 44, May 2006, 387–396.
- Kale, G., (2004). Sinemada görsel Deneyim ve Mimarlık. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi / Fen Bilimleri Entitüsü, İstanbul.
- Köseoğlu, Ş., (2013). Kültür, Mekan ve Sinema: Yeşim Ustaoğlu Filmleri. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi / Fen Bilimleri Entitüsü, İstanbul.
- Schulz, C.N., (1971). Existence, Space & Architecture. London: Studio Vista.
- Scognamillo, G., (1977). Dünya Sinema Sanayi. İstanbul: Timaş.
- Scognamillo, G., (2018). Türk Sinema Tarihi. İstanbul: Kabalcı.
- Sivas Gülçur, A. (2017). Dijital Dönemde Erken Sinema Tarihini Okumak. <http://acikerisim.ticaret.edu.tr/xmlui/handle/11467/1646>.
- Smith, G.N. (2008). Dünya Sinema Tarihi. (çev. Ahmet Fethi). İstanbul: Kabalcı. <https://emfika.wordpress.com/2012/03/04/hindistan-sinemasinin-populerlesme-sureci-nilgun-yildiz-kara/>
- Spotiswoode, R. (1979). Televizyonun tarihi. Kurgu, 2 (2), 205-225. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1505022>
- Vickers, J. (2018). Black Or Black-Ish: Decoding Black-Ish and Its Place In The Conversation Of Diversity. (Unpublished master's thesis). Syracuse University, New York. <https://www.proquest.com/docview/2067412961?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true#>
- Vincenti, G. (2008). Sinemanın Yüz Yılı. (çev. Engin Ayça) İstanbul: Evrensel. https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=h9_BwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=sinema+tarihi&ots=dEtSBdLyUP&sig=5uM6O9jlbxLJoOJ4LxVJSzC_tv8&redir_esc=y#v=onepage&q=sinema%20tarihi&f=false
- Yanmaz, P. (2006). Turizm Tanıtımında Sinemanın Sinemanın Rolü. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kocaeli Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

Yılmaz, B. (2014). 2000'li Yıllarda Türk Dizi Sektörünün Durumu. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kadir Has Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Web Kaynakları

URL 1 <https://www.imdb.com/title/tt1010048/awards>

URL 2 <https://www.imdb.com/>