

**NEDİR ŞU YEŞİLÇAM'IN MEYVESİ 'ALTIN PORTAKAL'?  
ANTALYA'NIN YENİDEN YAPILANDIRILMASI SÜRECİNDE  
ANTALYA ALTIN PORTAKAL FİLM FESTİVALİNİN  
METALAŞTIRILMASI**

WHAT IS THIS FRUIT OF PINEWOOD (TURKISH  
HOLLYWOOD), THE 'GOLDEN ORANGE'?  
THE COMMODIFICATION OF THE ANTALYA GOLDEN  
ORANGE FILM FESTIVAL DURING THE COURSE OF ANTALYA'S  
RESTRUCTURING

Reyhan VARLI GÖRK\*

**ÖZET**

Bu çalışmada, 2004-2009 yılları arasında Antalya Büyükşehir Belediyesi'nin neo-liberal yönetişimi önderliğinde Antalya'nın bir kültür kentine dönüştürülmesi senaryosu ile yeniden yapılandırılma sürecinde, Antalya Altın Portakal Film Festivali (AAPFF)'nin metalaştırılması süreci incelenmiştir. Bu süreç içinde, Hollywood filmlerinin dünyadaki yeni film yapım merkezlerinden biri olabilmek için Antalya'da kültür ve sanat alanının yanı sıra niş turisti kente çekmek için turizm alanı da yeniden yapılandırılmıştır. Bugün Antalya'nın en önemli kurumsallaşmış kolektif kültürel sermayelerinden biri olan AAPFF'nin ortaya çıkışı, kurumsallaşması ve küresel pazarda Antalya'nın markalaşması için Antalya'nın temsilini güçlendirmek üzere yeniden yapılandırılma süreci niteliksel alan araştırması ile elde edilen veriler ışığında değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** *Kentsel yeniden yapılandırma, neo-liberal kentsel yönetişim, Antalya Altın Portakal Film Festivali, kolektif kültürel sermaye, alan.*

**ABSTRACT**

In this study, the restructuring process of the Antalya Golden Orange Film Festival (AGOFF) is investigated within the context of the scheme to transform Antalya into a city of culture led by the neo-liberal governance of the Antalya Metropolitan Municipality in the 2004-2009 municipal governance term. During this process while the field of art and culture was being restructured with the hope of making Antalya a center for location of runaway film shooting activities away from Hollywood, the field of tourism was also being restructured in Antalya to reach urban tourists or so called niche tourists. The emergence of the AGOFF, its institutionalization process and, today, its restructuring process as the most important institutionalized collective cultural capital of Antalya to improve Antalya's representation in the global market for branding Antalya are examined in the light of the findings based on the qualitative field research conducted in Antalya.

**Key Words:** *Urban restructuring, neo-liberal urban governance, Antalya Golden Orange Film Festival, collective cultural capital, field.*

---

\* Çankırı Karatekin Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü  
Yazar, metnin ilk okumasını yapan Doç. Yüksel Şahin'e (Akdeniz Üniversitesi, GSF) teşekkür eder.

## GİRİŞ

Bu çalışmada bir 'kültür kenti'ne dönüştürme senaryosu ile Antalya'nın kentsel yeniden yapılandırılma sürecinde, Antalya Altın Portakal Film Festivali (AAPFF)'nin yeniden yapılandırılarak araçsallaştırılması süreci tartışılmaktadır. Tartışma, kentsel siyasal iktisat kuramları çerçevesinde bir yapıdan diğerine geçişi imleyen kentsel yeniden yapılandırma (KYY) kavramı etrafında dönmektedir. Bu nedenle, 2004–2009 yılları arasında Antalya Büyükşehir Belediyesi (ABŞB)'nin geliştirdiği kentsel kültürel politikaların stratejik rolüne vurgu yapılırken, bu dönemde yeniden yapılandırılan AAPFF, 1999–2004 yılları arasındaki ABŞB yönetimi dönemindeki festival ile karşılaştırılmaktadır.

Çalışmada kullanılan niteliksel veriler aşağıdaki araştırma teknikleri ile toplanmıştır: i. Antalya'da gündelik yaşamda insanları gözlemek; ii. derinlemesine mülakatlar; iii. Antalya'nın yerlilerinin, Antalya'ya hizmet vermiş kişilerin ve yerel tarihçilerin anı kitaplarını okumak; iv. Antalya'da bulunan kültür kurumları ve meslek odalarının yayınlarını okumak; v. Radyo ve TV'de Antalya ve kültür kenti tasarısına ilişkin haber ve yorumları izlemek; vi. ulusal ve yerel basında gazete ve dergilerde konuya ilişkin haberleri izlemek. Bu çalışmada yedi Kaynak Kişinin mülakat kayıtlarına başvurulmuştur.

## Güreş Şenliklerinden Film Festivali'ne

Türkiye'de ilk ve sürekli yerel film festivali olarak bilinen AAPFF'ni düzenleme fikrinin, ilk kez 1951 yılında Aspendos Antik Tiyatrosu<sup>1</sup> (AAT)'nda şenlik havasında düzenlenen yağlı güreş karşılaşmalarından doğduğuna dair genel kabulü burada tekrarlamakta yarar görüyorum (Çimrin, 2002: 88; 2003: 12; 2004: 2). 1963 yılına kadar süren bu etkinlikler, uzun yıllar Belediye Tabibi olarak görev yapan Dr. Avni Tolunay'ın Belediye Başkanı olmasından sonra ulusal film yarışmasını da kapsamına alarak 1964 yılından itibaren "Antalya Altın Portakal Film Festivali" (AAPFF) adı altında düzenlenmiştir. Altmışlı ve yetmişli yıllarda, tüm dünyada "kültür, film, imaj, moda, yaşam biçimi, pazarlama, reklâm, iletişim ve medya anlamına gelmeye

---

<sup>1</sup> 1953 yılında Antalya'ya gelen Ankara Konservatuari öğrencileri, Aspendos Antik Tiyatrosu'nda (AAT) "Romeo ve Juliet"i sergilemişlerdir (AKSAV, 2003: 12). 1956 yılında Devlet Tiyatroları'nın AAT'nda düzenlediği gösteriler 1959–60 yıllarında "Antalya Şenliği" adını almaya başlamıştır (Çimrin, 2002: 99). 1964–1973 yılları arasında yerel ölçekte düzenlenen AAPFF, 1973 yılında Belediye Başkanlığına seçilen Selahattin Tonguç tarafından devam ettirilir. 1978 yılında Plastik Sanatları da bünyesine alan Festival, bu dalda uluslararası olarak gerçekleştirilir. AAPFF'ne 1976 yılında uluslararası bir nitelik kazandırılmışsa da, 1978'den sonra bu karardan vazgeçilmiştir (Çimrin, 2002: 99). 1985 yılında Festival'e 'Akdeniz Akdeniz' adlı Uluslararası Müzik Yarışmasını da ekleyerek yeni bir boyut katan Yener Ulusoy, Akdeniz ülkelerini kapsayan bu yarışmayı 1985–1988 yılları arasında Altın Portakal Film Festivali ile birlikte gerçekleştirir.

başladı” diye yazan Eagleton’u (2005: 25) haklı çıkarırcasına Antalya, 1964 yılında düzenlenmeye başlanan AAPFF ile Berlin (1951) ve Cannes (1955) gibi film festivali düzenleyen Avrupa kentlerinin takipçisi olmuştur.

Dönemin Antalya Belediye Başkanı, ilk iş olarak festival için ödül heykelciği tasarlar. Elinde portakal taşıyan Venüs (Resim 1), AAPFF’nin ödül heykelciği olarak kabul edilir. Portakal, yalnızca Venüs’ün eline tutuşturulmakla kalmamış film festivalinin adı olarak da tescillenmiştir. Ercenk’e (2004: 18) göre 1960’lı yıllarda bir tarım kenti olan Antalya’da düzenlen film festivalinin ismi, hem ‘Antalya’ ile hem de kaçınılmaz bir şekilde bölgede en çok yetişen tarım ürünü ‘portakal’ ile özdeşleşmiştir.

İlk festivalin açılış töreninde, festivalin hem sahibi hem de düzenleyicisi olan Antalya Belediyesi’nin Başkanı olarak konuşma yapan Dr. Avni Tolunay, festivalin misyonunu, “Türk sinema sektörünü maddi manevi desteklemek, Türk film yapımcısını nitelikli yapıtlar üretmeye teşvik ederek; Türk Sinemasının uluslararası platforma açılmasına zemin hazırlamak” olarak belirlediklerini ifade eder (*City of Festival for 41 Years: Antalya*, 2004: 16).

1985 yılına kadar Antalya Belediyesi’nin himayesinde gerçekleşen AAPFF için ilk kurumsallaşma çalışmaları dönemin Belediye Başkanı Yener Ulusoy öncülüğünde başlatılır. Avukat Hasan Subaşı’nın 1989 yılında ABŞB başkanı olarak görevi devralmasından sonra, aralarında Belediye Meclis Üyeleri, turizm kuruluşları ve Antalya Ticaret ve Sanayi Odası (ATSO) Temsilcilerinden oluşan ‘Festival Yürütme Kurulu’ adlı bir platform oluşturulur. 1989–1994 yılları arasında AAPFF bu kurul tarafından düzenlenmiştir. 1995 yılında otuz yaşındaki AAPFF, aralarında ilçe belediyelerinin, bankaların, turizm yatırımcıları ve işletmecilerinin bulunduğu elli bir üye ile 1994 yılında idari olarak “Büyükşehir Belediyesi” unvanını alan ABŞB önderliğinde kurulan Altın Portakal Kültür ve Sanat Vakfı adıyla kurumsal bir kimliğe kavuşur. Vakıf, Eylül 2002’den bu yana Antalya Kültür Sanat Vakfı (AKSAV) adıyla hizmet vermektedir.

Antalya’nın en önemli ‘kurumsal kolektif kültürel sermayeleri’nden biri olan AKSAV, AAPFF dışında 1999 yılından bu yana Uluslararası Antalya Piyano Festivalini, 1997 yılından bu yana Altın Portakal Şiir Ödülü etkinliklerini de düzenlemektedir. Burada, Bourdieu’nun toplumsal özneler, bireyler ve aktörlerin sahip olduğunu düşündüğü sermaye çeşitlerinden birini tanımlamak için kullandığı ‘kültürel sermaye’ kavramını kente atfederek; bedenleşmiş (embodied), nesneleşmiş (objectified) ve kurumsallaşmış (institutional) ‘kolektif kültürel sermaye’ kavramı olarak kullanıyorum.<sup>2</sup> Benzer

---

<sup>2</sup> Bu konuda bakınız Varlı-Görk, R. (2010b) “Kültür Kenti: Sahibinden Satılık Kent Kültürü” içinde Sargın, G. A (der) *Dosya 21: Kent ve Rant*, Ankara: TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi, s. 40-48.

şekilde Harvey, Bourdieu'dan ödünç alarak “kolektif sembolik sermaye” kavramını kentler için kullanmıştır (Harvey, 2001: 405).

### **1999–2004 Yerel Yönetim Dönemi: 40 Yıllık AAPFF**

Genel itibarıyla 1999–2004 yerel yönetim dönemi, gerçekleştirilen projeler ve hizmetler bakımından ‘sosyal demokrat’<sup>3</sup> belediyeçilik olarak değerlendirilebilir olsa da ‘Üçüncü Yol’ yerel yönetim başlığı altında tanımlanabilir. Keil (2000: 262-263) ‘Üçüncü Yol’ (*Third Way*) yönetişimin hem ‘Toplumcu-İlerici’ (*Social Progressive*) yönetimden hem de Neo-liberal yönetimden farklı olduğunu ileri sürer. Keil’a göre Üçüncü Yol yönetişim biraz sosyal demokrat, biraz liberal, biraz çevreci, sürdürülebilir ve akıllı büyümeyi öngören, kültürel modernleşmeci ve feminist projelerin hatta girişimci yönetim politikalarının karışımından oluşan ama yine de toplumcu-ilerici ve neo-liberal gerilimin arakesitinde kentsel projeler üretebilen bir yönetim biçimidir. Üçüncü Yol Yerel Yönetişim Neo-liberal girişimci yerel yönetimler gibi muhafazakâr olmamakla beraber, sosyal farklılıkları kabul eden ancak yine de toplum mühendisliği olarak adlandırılacak projeler yoluyla toplumsal entegrasyonu hedefleyen politikalar güderler. Benzer şekilde Giddens (1998: 15), ‘Üçüncü Yol’u, sağın ve solun ötesinde olmaktan çok sosyal demokrat siyasetlerin yeni bir tezahürü olarak tanımlar.<sup>4</sup>

1999–2004 yerel yönetim döneminde Antalya’da, sosyal farklılıkları kabul eden ancak yine de sosyal entegrasyon hedefli politikalar üreten Üçüncü Yol yönetişim örneği olan ‘Özürlüler Köyü’, ‘Kültür Çadırları’ ve ‘Aile Tarihi’ projeleri gibi projeler üretilmiştir. Bu dönemde, kültür ve sanat alanı gelir getirecek ekonomik bir alan olarak değil bilakis maliyetine katlanılacak zorunlu

---

<sup>3</sup> Keil’a (2000: 262) göre, ‘Toplumcu-İlerici Yerel Yönetim’in (*Social Progressive/Democrat Urbanism*) dinamikleri belediye valilik, kaymakamlık gibi il yerel yönetim birimlerinden sivil toplum kuruluşları ve gayri-resmî toplumsal siyasal hareketlerin alanına doğru kaymaktadır. Toplumcu-ilerici yerel yönetimlerin kentsel projelerinin elle tutulur en önemli özelliği, yerelde ve kent ölçeğinde geçinmeye yetecek hakkaniyetli bir ücret ve diğer yeni işçi sınıfı tabanlı toplumsal hareketlerin geliştirdiği stratejiler olarak ortaya çıkmasıdır.

<sup>4</sup> Kavram olarak ‘Üçüncü Yol’, Amerikalı demokratlar tarafından ‘yeni-ilericilik’ kavramına karşılık olarak zikredilmiştir (Democratic Leadership Council/DLC, 1996 cited in Giddens, 2000: 2). 1999 Nisan’ında, Kosova Savaşı’nın en ateşli günlerinde, ‘Üçüncü Yol Politikalar’ adı altında halklar arası genel diyalog oluşturulması yolunda Washington’da yapılan toplantıya Bill Clinton, Tony Blair, Gerhard Schröder, Wim Kok—dönemin Hollanda Başbakanı—ve İtalya Başbakanı Massimo D’Alema katılmıştır (The White House, 25 April 1999 cited in Giddens, 2000: 4). D’Alema, “kültür, sosyal dahil edilmenin (social inclusion) en önemli biçimidir, [bu nedenle] kültüre yatırım yapmalıyız” diyerek toplumsal birlik ve dayanışmayı arttırmanın yollarını arayan Üçüncü Yol politikalar için en önemli aracın ‘kültür’ olduğunu vurgulamaktadır (Giddens, 2000: 5).

bir yatırım ve harcama alanı görülmektedir. Buradaki ‘alan’ [field] kavramını Bourdieu’nun (2001: 97, 106, 108) tanımladığı gibi “eyleyicilerin sahip olduğu sermaye biçimleri (ekonomik, sosyal, kültürel, sembolik sermayeleri) ile belirlenen pozisyonlarının (tavırlarının) nesnel ilişkileri veya bağıntıları ile oluşan bir konfigürasyon, bir ağ” anlamında kullanıyorum. Eyleyicilerin sahip olduğu sermaye çeşitlerinden oluşan toplam sermaye ile belirlenen kuvvetler ilişkisi genel iktidar alanı içinde yer alan görece özerk alanların yapısını belirlemektedir. Her ne kadar Bourdieu alanı bir ilişkiler/bağıntılar sistemi olarak tanımlasa da alan içinde yer alan eyleyiciler, mekanik olarak manyetik alana çekilen parçacıklar değildir. Bilakis, eyleyiciler alanda yer alabilmek için belli bir hacim ve yapıda olan sermaye çeşitleriyle, belli bir pozisyon (tavır) olarak alanda yer alma/kalma/tutunma çabasıındadırlar. 2004–2009 yerel yönetim dönemi, sahip oldukları sermaye biçimlerini birbirine dönüştürerek arttırma amacıyla, gerekirse alanda oynanan oyunun kuralını değiştirmek üzere, Antalya’da kültür ve sanat alanında oynanan oyuna yatıran yeni eyleyicilerin aktif rol aldıkları bir dönemdir.

Antalya’da 2004–2009 yılları arasındaki KYY süreci AAPFF’nin ve daha genel olarak Antalya’da kültür ve sanat alanının yeniden yapılandırılması ile eşzamanlıdır. 1970’lerde dünya petrol krizinin ardından gündeme oturan ‘iktisadi yeniden yapılandırma’ (*economic restructuring*) kavramı ile gündeme gelen sosyal bilimlerde ‘yeniden yapılandırma’ kavramı; 1990ların başından bu yana ‘kentsel yeniden yapılandırma’ (*urban restructuring*) (KYY) kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır. Yerel yönetimlerin iktisadi yeniden yapılandırmalara meşru zemin hazırlamak amacıyla bir tanıtım aracı olarak kullandıkları KYY siyasetleri, 2000li yılların Türkiye’sinde bazen birbirleriyle ‘yarışan’, bazen de birbirlerini ‘tamamlayan’ kentler olarak gözlenmektedir. Küresel sermayeyi çekmek için birbirleriyle ‘yarışan kentler’ (*competitive city*) kavramı yerine, de Roo’nun (2007), ortaya attığı birbirini ‘tamamlayan kentler’ (*complementary city*) kavramının önerdiği model, merkez çevre ilişkisindeki sermaye akışının yönünü tersine çevirmeyi amaçlamaktadır.

2000li yıllara doğru, giderek daha girişimci bir yaklaşımla şirket yöneten işadamları gibi kentleri yöneten belediye başkanlarının kentsel kültürel politikaları, iktisadi kavramlarla kendini ifşa etmeye başlamıştır. Bu yeni dönemin en göze çarpan kavramlarından biri ‘marka’ kavramıdır. Marka, bir alamet-i farika olarak simgeleştirilebilen ve iyi yönetildiği takdirde bir ‘değer’e dönüştürülebilien somut ve soyut özellikler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Clifton ve Maughan, 2000: xvi). Pazarlamacılık alanında, ‘marka’nın üründen daha önemli olduğuna dair genel bir kanı vardır çünkü ‘marka’, tüketici nezdinde ürüne ve ürünün güvenilirliğine dair öze ilişkin tüm değerlerin iletebilirliğini sağlayan bir mesaj içermektedir (Hubbard, 2006: 86-87). Kent markası söz konusu olduğunda ise kenti simgeleyen ‘şey’in kendisi, kente atfedilen tüm pozitif özellikleri hem içermek hem de iletmekle mükellef olduğu için bir temaşa nesnesine dönüşmektedir (Boyer, 1999: 186).

***Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metalaştırılması***

---

Dönemin ABŞB Başkanı Dr. Bekir Kumbul, 2003 yılında düzenlenen 40. AAPFF'nin ana temasını 'Festivaller ve Kentler' olarak belirlediklerini ve festival sürecince "Kent Markalarının Oluşumunda Festivallerin Önemi"<sup>5</sup> konulu uluslararası bir panel gerçekleştireceklerini duyurmaktadır (AKSAV, Kumbul, 2003, *Portakal*, 8: 3). 2004-2009 yerel yönetim döneminin en önemli gündem maddesi olan 'Antalya'nın markalaşması' meselesi, ilk kez 2003 yılında ABŞB meclisinde ve AKSAV Yönetim Kurulunda tartışılmaya başlanmış ve bu amaç doğrultusunda AAPFF'nin araçsallaştırılması düşünülmüştür:

'Kent' ve 'kentli' kimliğinin belirginleşmesinde, olgunlaşmasında çoğu zaman festivaller, şenlikler, görsel ya da yazınsal sanatların oluşturdukları iklim, belirleyici olabilmektedir. Kentimizle paralelliği açısından baktığımızda, Cannes, Venedik, Berlin, Selanik, film festivalleriyle tanınmışlar, 'marka' olmuşlardır (AKSAV, Kumbul, 2003, *Portakal*, 8: 3).

Anlaşılan o ki; kuruluş misyonu, "Türk sinema sektörünü maddi manevi desteklemek, Türk film yapımcısını nitelikli yapıtlar üretmeye teşvik ederek; Türk Sinemasının uluslararası platforma açılmasına zemin hazırlamak" olarak tanımlanmış olan AAPFF, kırk yıl sonra Antalya'yı markalaştıracak bir araç olarak görülmeye başlanmıştır. Antalya'nın markalaştırılması meselesi, 2004-2009 dönemi belediye yönetimi için en önemli stratejik projelerden birisi olarak görülmüştür (Varlı-Görk, 2010a: 338).

Antalya Tanıtım Vakfı (ATAV) Başkanı Nizamettin Şen, 2003 yılında "Kentli Olabilme Bilinci ve Festivaller" başlıklı bir yazısında "kentler arası tanınırlık yarışında 'kültür kentleri' önemini bir kat daha arttırmıştır" diyerek bu yarışta festivallerin önemini vurgulamaktadır (AKSAV, 2003, *Portakal*, 8: 4-5). Cannes, Berlin, Venedik gibi markalaşmış film festivallerini taklit etmeden, özgün kalarak, farklılığı ön plana çıkartarak ve rakipleri iyi gözleyerek AAPFF'ni yeniden yapılandırmanın zamanının geldiğine inanan Şen, "festivali, Antalya'nın imajı ile ilişkilendirmek için uluslar arası platforma taşımayı ve film sanayi ile ilişkilendirmeyi" önermektedir.

Önceki yıllarda gelenekselleştiği biçimiyle, kırkıncı yılındaki AAPFF'nin ödülleri; sinema sektörü alanında etkin rol oynayan, oyuncuların, yapımcıların, yazarların oluşturduğu sivil toplum kuruluşlarını temsil eden jüri tarafından

---

<sup>5</sup> 2003 yılında AAPFF kapsamında düzenlenen "Kent Markalarının Oluşumunda Festivallerin Önemi" konulu panelde tartışılan konular dört ana başlık altında toplanmıştır: i. Kent ve Sanat ilişkisi temelinde festivallerin kentleşme olgusu içerisindeki yeri ve işlevi; ii. AAPFF'nin Antalya'nın kentleşme sürecine yaptığı sosyal ve ekonomik katkı; iii. kent-ülke tanıtımında ve imaj oluşumunda festivallerin önemi; iv. Antalya'nın bir marka haline gelebilmesi için sanatın ve Festivalin üstleneceği rol" (AKSAV, Kumsal, 2003, *Portakal*, 8: 5).

belirlenmiştir.<sup>6</sup> Kırkıncı yıl festival afişi de önceki yıllarda olduğu gibi ulusal afiş tasarımı yarışması<sup>7</sup> (Resim 3-18) sonucunda seçilmiştir.

AAPFF'nin yeniden yapılandırılmasına<sup>8</sup> dair tartışmalar ilk kez 2003 yılında gündeme gelmiş olmasına rağmen, aynı yıl festival yine geleneksel ulusal formatı ile düzenlenmiştir. Ancak, festivalin kırkıncı yılını daha coşkulu ve görkemli gerçekleştirmek amacıyla 2002 yılında dağıtılan toplam 50 milyar TL olan para ödülü yerine, 2003 yılında toplam 125 milyar TL para ödülü dağıtılmasına karar verilmiştir. Bu miktarda para ödülünün yurt içinde yapılan hiçbir yarışmada verilmediğine dikkat çeken ABŞB Başkanı ve aynı zamanda

---

<sup>6</sup> Örneğin, 1–5 Ekim 2003 tarihleri arasında düzenlenecek olan Altın Portakal ödüllerini belirleyecek jüride;

- AKSAV'ı temsilen Mayıs 2003 Belçika genel seçimlerinde Belçika Senatörü olan Fatma Pehlivan,
- Sinema Eserleri Sahipleri Meslek Birliği (SESAM) adına Nida Karabol Akdeniz,
- Film Yapımcıları Derneği (Fİ-YAP) adına Şevki Tosunoğlu,
- Film Yönetmenleri Derneği (FİLMYÖN) adına Erden Kırıl,
- Senaryo Yazarları Derneği (SENDER) adına Sefa Önal,
- Sinema Emekçileri (SİNE-SEN) adına Sevda Sevil Aktolga,
- Sinema Oyuncuları Derneği (SODER) adına Süleyman Turan,
- Çağdaş Sinema Oyuncuları (ÇASOD) adına Engin İnal,
- Sinema Yazarları Derneği (SİYAD) adına Mehmet Açar,
- Müzik Eserleri Sahipleri Meslek Birliği (MESAM) adına Murat Hasan ve Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı Başkanı Prof. Dr Özden Çankaya bulunuyor (AKSAV, 2003 *Portakal*, 9: 10).

<sup>7</sup> AKSAV, 40'ıncı AAPFF için düzenlediği Ulusal Afiş Tasarımı Yarışmasının amaçlarını, festivalin “tanıtımında kullanılacak afişi belirlemek, tasarım alanında çalışan kişileri desteklemek ve grafik sanatına katkıda bulunma[k]” olarak tanımlamaktadır (AKSAV, 2003, *Portakal*, 3: 2).

<sup>8</sup> Kırkıncı yaşında AAPFF'ne özel bir anlam yükleyen ABŞB ve AKSAV, festivalin yeniden yapılandırılması yönünde öneriler geliştirmişlerdir. Kırkıncı AAPFF'nin daha görkemli ve coşkulu geçmesi için, Ulusal Sinema Platformu ve sinema dernekleri ile sürekli temas halinde olan ve ilk toplantısını Kasım ayında İstanbul'da yapan AKSAV, aşağıdaki gündem maddelerinin tartışıldığı ikinci toplantıyı Antalya'da gerçekleştirmiştir: i.festival süresinin uzatılması; ii. festivalin onursal başkanının seçilmesi; iii. jüri yapılması; iv. kortejin daha coşkulu geçmesi ve sanatçı katılımının artırılması için çözüm önerileri; v.sinema eğitimi veren üniversitelerden öğrencilerin davet edilmesi; vi. sinemanın akademik kuşağının festivale entegre edilmesi; vii. medya sponsorluğu, festivalin sponsor arayışları için AKSAV ve Ulusal Sinema Platformu temsilcilerinden oluşan bir heyetin seçilmesi; viii. Altın Portakal Sinema Müzesi'nin sponsorluk kanalıyla bir bankaya inşa ettirilmesi (AKSAV, 2003, *Portakal*, 3: 3).

## ***Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metaştırılması***

---

AKSAV Yönetim Kurulu Başkanı Bekir Kumbul, amaçlarının Türk sinemasına yeni filmler ve yeni isimler kazandırılmasına katkıda bulunmak olduğunu vurgulamaktadır (AKSAV, 2003, Portakal, 4: 7). 2004-2009 dönemi AKSAV Başkanı olan Kaynak Kişi K1'e göre Türkiye'de halen devam eden en uzun soluklu festivallerden biri olan AAPFF, kırk yıl boyunca yerel kalmış olmasına rağmen her dönem için ciddi miktarlarda para ödülü de içerdiği için Türk Sinemasını destekleme anlamında önemli bir etkinliktir. K1 sözlerine şöyle devam eder:

**K1:** *Mesela geriye dönük batırıyorum bir film çekmek için ne kadar bobin film gerekiyorsa o kadar film bediye edilirdi. O bile önemliydi.*

Antalya'da kültür ve sanatın konumunu sorgulamak, sanatçı ve sanata destek vermesi beklenen temsilcilerin bir araya gelmesini sağlamak amacıyla düzenlenen 'Antalya'da Kültür ve Sanat Sempozyumu'nun sonuç bildirgesi "bu kent kültür sanatın maliyetine katlanmak zorundadır" olarak açıklanmıştır (AKSAV, 2003, Portakal, 5: 3). Daha yerel düzlemde fikirlerin üretildiği bu dönemde, kültür ve sanat ürünleri henüz bir emtia gibi pazara sokularak kar elde etmek için bir endüstriyel ürün gibi değerlendirilmemektedir. Bilakis, bu dönemde, Antalya'da kültür ve sanat ortamını oluşturmak ve bunu sürekli canlı tutmak için ABŞB ve AKSAV, sponsor görevi üstlenmektedirler.

2003 yılında Antalya'da kültür, sanat ve turizm alanında aktif rol oynayan eyleyiciler için en önemli tartışma konusu, kırk yıllık bir festival olmasına rağmen AAPFF'nin neden bir Venedik, Selanik, Cannes ya da Berlin film festivalleri gibi uluslararasılaştırılmamış olmasıdır. AAPFF'nin öncelikle uluslararasılaştırılarak yeniden yapılandırılmasına dair görüş birliğinde olan Antalya'daki kent seçkinleri, 2003 yılında 56. yaşını kutlayan Cannes Film Festivali'nin yolundan gitmeyi hayal etmektedirler.

### *Yeşilçam Nasıl Endüstrileşir?*

Kırkıncı yılında AAPFF'nin öncelikle uluslararasılaştırılması yoluyla yeniden yapılandırılması yönündeki tartışmalar, Yeşilçam film sektörünün endüstrileşmesi tartışmalarını da beraberinde getirmiştir. 1-5 Ekim 2003 tarihleri arasında Antalya'da AAPFF bünyesinde düzenlenen İkinci Türk Sinema Kurultayı kapsamında "Yeşilçam Nasıl Endüstri Olur?" başlığı altında beş uzmanlık komisyonunda 55 delegenin çalışmaları sonucunda 66 bildiri sunulmuştur.

İkinci Türk Sinema Kurultayı Sonuç Bildirgesi'nde tartışmaların en temel başlığı "Türkiye'de sinema alanının yeniden yapılandırılması" olarak vurgulanmıştır. Bildirgede, 'yeniden yapılanma' için üç açılı bir yaklaşım önerilmiştir. Birinci açı, Türkiye'deki sinema sektörünün uluslararası kültür endüstrisi karşısında uluslar arası sermaye, dağıtım ve yayın alanlarıyla etkin ve verimli bir işbirliğine girebilmesi yönünde yeniden yapılandırılarak endüstrileşmesine ilişkindir. İkinci açı, Türk yapımı filmlerin izleyici



potansiyeline ilişkindir. Türkiye'nin üyesi olmaya hazırlandığı AB üyesi ülkelerde yaşayan Türkiye kökenli insanların, Ortadoğu ülkeleri ve Türk-i Cumhuriyetlerde yaşayan ortak kültüre sahip insanların potansiyel izleyici olarak düşünülmesi gerektiğinin altı çizilmiştir. Sonuç bildirgesi, "Bugün [1-5 Ekim 2003] tam da Irak'a ne göndereceğimizi tartıştığımız sırada, biz sanatçıların teklifi, belgesel, imgesel ve animasyon filmlerimizi sanat ürünlerimizi göndermektir" sözleriyle bitmektedir. Türk sinema sektörünü sinema endüstrisine dönüştürme hayaliyle bir kültürel coğrafya tanımlamaya çalışan sonuç bildirgesi, dünyada "kültür endüstrisi"<sup>9</sup> olarak tanımlanan iktisadi faaliyet alanına dahil olma stratejilerini özetlemektedir.

Günümüzde 'kültür endüstrisi' söylemi, yalnızca merkezi hükümetlerin değil, yerel yönetim anlayışında 'yeni bir kültür ekonomisine dayalı yeni bir yönetim anlayışına doğru evrilmeyi işaret etmektedir (O'Connor, 2004: 40-41). O'Connor, bu tarz yönetişime doğru seyrin ilk örneklerinden biri olarak 1997'de İngiltere'de iktidara gelen Tony Blair hükümetinin kültür politikalarını örnek gösterir. Blair döneminde İngiltere, 'kültür endüstrisi' yerine gündeme oturan 'yaratıcı endüstri' (*creative industry*) ile ilgili yeni siyasalar geliştiren danışmanlarını, hatta akademisyenlerini bu konuda tavsiye almak isteyen diğer AB ülkelerine ihraç etmeye başlamıştır.

Sinemanın ekonomik gücüne tartışmasız inanan Kaynak Kişi K5; Türkiye standartlarına göre astronomik bir rakam olduğunu düşündüğü on milyon dolara çevrilmiş olan *Kurtlar Vadisi* filminin, bir yıl dolmadan anaparayı geri kazandırdığını, bu zamana kadar hiç cesaret edilmeyen bir yatırım alanı olarak sinema sektörünün bu kadar hızlı ve kar marjı yüksek bir geri dönüşü olduğunu farkına varılması gerektiğinin altını çizmektedir. K5, sinemanın ekonomik gücünün yanı sıra kültürel gücünün asla unutulmaması gerektiğini vurgulayarak sözlerine şöyle devam etmektedir:

**K5:** Geçen sene [2005] İbrahim Tatlıses Erbil'e gitti. "Göndere Türk bayrağı çekmezseniz ben şarkı söylemem" dedi. Bugün kaç tane F16 ile Erbil'de göndere Türk Bayrağı çekebilirsiniz? O zaman; bu sinema aracılığıyla kendi kültürünü, kendi tüketim ürünlerini, kendi politikasını da empoze edebilirsiniz. Bunun bir de politik boyutu

---

<sup>9</sup> 'Kültür endüstrisi' kavramı, Frankfurt Okulu'nun iki önemli temsilcisi Adorno ve Horkheimer'ın 1947 yılında yayınladıkları *Aydınlanmanın Diyalektiği* kitabında kullandıkları 'kitle kültürü' kavramının yerine daha sonra önerdikleri bir kavramdır. Adorno'ya göre (2007: 109), kültür endüstrisinin "tüm dallarında kitleler tarafından tüketilmeye uygun olan ve bu tüketimi büyük ölçüde belirleyen ürünler, az çok planlı bir biçimde üretilir" çünkü kültürün endüstrileşmesiyle, endüstri toplumu içinde yer alan birey de endüstri ürünü gibi görülen ve neyi tüketeceği önceden planlanan herhangi bir nesneye indirgenir.

## ***Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metaştırılması***

---

*var, ben ona hiç girmiyorum. Ama bunun ekonomik boyutunu göz ardı etmemek gerek. Kim bilir bu sektörden kaç kişi ekmek yiyecek?*

Bugün sinemanın gücü, Kaynak Kişi K2'nin anlattığı Alanyalı varlıklı bir eşraf ailenin oğlu olan Hasan Karagöz'ün elle kurulan sinema makinesi ile çarşaftan geldiği sinema perdeleri üzerinde, katır sırtında gezdiği dağ köylerinde sinema oynatarak Antalya ve bölgesindeki kırsal yerleşimlerdeki halkı etrafına topladığı 1950'lerden çok daha fazladır. Kırkıncı AAPFF kapsamında düzenlenen İkinci Türk Sinema Kurultayı boyunca yapılan tartışmaların sonuç bildirgesinde Türkiye'de sinema alanının 'yeniden yapılandırılması' yönünde önerilen üçüncü açı "üç büyük dine ev sahipliği yapmış" olan Türkiye'nin bulunduğu coğrafi bölgenin "Türk sinema sanatının gerçek potansiyel kaplama alanı" olarak tanımlanmasıdır. Ancak sonuç bildirgesinde dikkat çeken ifadelerden en önemlisi "güçlü bir omurgası, yaptırım gücü ve devlet koruması olmayan bir sinema sektörünün, bu coğrafyalarda hareket etmesi olanaksızdır" cümlesidir (AKSAV, Çetin, 2003, 10: 16-17).

Sinema emekçileri arasında devlet desteğine<sup>10</sup> dair tartışmalar bir yandan sürerken, Antalya Tanıtım Vakfı (ATAV) Başkanı Nizamettin Şen (2007), Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hazırladığı "2023 Türkiye Turizm Stratejisi" raporunun Tanıtım ve Pazarlama bölümündeki "Sinema sektörü bir tanıtım aracı olarak kullanılacaktır" cümlesine dikkat çekerek *devletin sinemanın desteğine duyduğu ihtiyacı* göstermektedir.

---

<sup>10</sup> Devlet koruması veya devlet desteği konusunda Türk sinema sektöründe yer alan oyuncu, yönetmen ve diğer emekçiler farklı görüşlere sahiptirler. Örneğin, 23 Mayıs 2008 akşamı TÜRKMAX Televizyon Kanalında "Gala" adlı Sinema Söyleşi Programı'na konuk olarak katılan sinema oyuncusu Nurgül Yeşilçay, Türkiye kökenli Alman Yönetmen Fatih Akın'ın *Yaşamın Kıyısında* adlı filmi ile 2007 yılında katıldığı Cannes Film Festivali'ne oyuncu olarak davet edildiğinde; Dünya sinema endüstrisinin önemli figürleriyle tanışabilmek için bile Cannes'da belli başlı isim yapmış otellerde kalabilmenin, önemli davetlere katılabılmanın Kültür Bakanlığı'nın sponsorluğuyla mümkün olabileceğini ileri sürmektedir. Öte yandan, *Gömül Yarası* ve *Eşkıya* filmlerinin yönetmeni Yavuz Turgul, "sinemada devlet yardımına karşıyım" demektedir (*Hürriyet-Kelebek*, 21 Eylül 2006). Turgul, sinemaya bazı sanat vakıfları aracılığı ile bir yere kadar yardım yapılmasının kabul edilebilir olduğunu, doğrudan devlet destekli sinema projelerinin ise yönetmenin ve oyuncunun bağımsız yaratıcılığını engelleyeceğine inanmaktadır.

Antalya’da düzenlenen Sinema Kurultayı’nda sunulan “Festivaller ve Kent Markası İmajı”<sup>11</sup> başlıklı bildiriye, sinema festivallerinin sadece sinema çevresini ilgilendiren etkinlikler olmadığı; bilakis kent yönetimlerini, merkezi iktidarın kültürel ve iletişim idarelerini, medya ve şehrin iktisadi/turistik kuruluşlarını da kendi programlarına katarak etkinliğini arttırdığı vurgulanmıştır (AKSAV, Türkoğlu ve Öztürk, 2003, Portakal, 10: 23).

Çok işlevli sinema festivallerinin ‘kentsel turizm’in geliştirilmesinde oynadığı rolün üzerinde duran Türkoğlu ve Öztürk’ün ilk önerisi Ulusal Antalya Altın Portakal Film Festivali’ne yeni bir program ekleyerek uluslararası bir festivale dönüştürülmesi yönündedir. 2004-2009 yerel yönetim döneminde AAPFF’nin yeniden yapılandırılma sürecinin hazırlayıcısı gibi görünen önerileri aşağıda özetlenmiştir:

Antalya; iktisadi ve kültürel, turistik ve alt yapı donanımıyla uluslararası bir film festivalini gerçekleştirilebilir. Böyle bir festival “Üç Kıtanın Buluşması” (Asya-Avrupa-Afrika) veya “Akdeniz Ülkeleri Film Festivali” şeklinde olabilir. Bu tarz bir festival, çeşitli ülke sinemalarını buluştururken, Antalya’nın kültürel ve turistik zenginliğine eşlik edeceği kadar ona yeni zenginlikler de katabilir. Bir ‘Dünya Kenti’ kapasitesine sahip olan Antalya, hem ulusal sinemaya bir hareketlilik katacak, hem kendi tanıtımını yapabilecektir. [...] Antalya Film Festivali, ulusal çapta bir markalaşmayı rahatlıkla aşıp uluslararası bir nitelik kazanabilir (Türkoğlu ve Öztürk, 2003, Portakal, 10: 23).

‘Kentsel turizm’, güneş-deniz-kum üçlemesi ile kurgulanan geleneksel ‘kitle turizminin’ yerine, eğitim-eğlence-çevre üçlemesi ile kurgulanan ‘niş turizmin’ özellikle kent merkezindeki gündelik yaşamı deneyimlemek, kent merkezinde gerçekleşen konser, festival, kongre, sempozyum gibi kültürel etkinlikler için gelen *hiper-turist* ya da *post-turist* olarak adlandırılan turistlerin katıldığı bir turizm biçimidir (Fainstein ve diğerleri, 2003). Kentsel turizmi geleneksel turizmden ayıran en önemli fark, turizm pazarına sunulan ürün ve bu ürünün pazarlanma biçimidir. Kentsel turizm kurgusunda pazarlanan ürün, bizatihi ‘kent kültürü’ ya da bu tartışmada önerilen kavramla ‘kentin kolektif kültürel sermayesi’ olduğu için, kentsel turizm siyasaları güden kentler giderek

---

<sup>11</sup> İşlevsel açıdan kentsel turizm stratejik planı gibi hazırlanmış olan bu bildiriye sinema festivallerinin işlevleri vurgulanmıştır: a. ‘Sektör’ olan Türk Sineması’nın bunu aşip bir sinema endüstrisinin kurulabilmesi; b. Film sanatının yeni biçimlerinin sunulup, süregelen bir biçimde yenilerine alan açılması; böylece izleyicinin film beğenilerini geliştirmesi; c. Kentin kültürel ve sosyal hayatına yeni bir yön katması; d. İktisadi, turistik bir canlılığa alan açması; e. Sinema kültürü/film festivalleri (sanat ve kültür çevreleri) aracılığıyla, ülke ve özel olarak bazı kent ve evrelerinin yakından tanınması; f. Festivallerin medya aracılığıyla uluslar arası kamuoyuna duyurulması, dolayısıyla genel bilgi akışının dolaşımı (AKSAV, Türkoğlu ve Öztürk, 2003, Portakal, 10: 23).

üretim merkezlerinden tüketim merkezlerine dönüşürler. Kentsel turizm merkezlerinde üretilen, paketlenen, pazarlanan ve tüketilen hizmetler boş zaman aktivitesi, temaşa ve eğlence olarak sıralanabilir (Stevenson, 2003: 100).

İstanbul'da yeşeren sinema sektörünün ürünlerinin kesintisiz 12 kırk yıldır düzenlenen AAPFF'de yarışması, Antalya'nın kırk yıl boyunca sektörün her kademesinde hizmet vermiş sanatçıları, emekçilerini ağırlaması başı başına önem taşımaktadır. 2006-2009 yılları arasında dört yıl katılımcı-gözlemci olarak takip ettiğim AAPFF'ndeki izlenimlerim, İstanbul gibi kültürel bir merkeze oldukça uzak bir taşra kentinin kırk yıl boyunca ev sahipliği yaptığı Antalya'da, entelektüel kapasitesi ve algısı oldukça yüksek bir sinema izleyici kitlesi oluştuğunu doğrulamaktadır. Bu açıdan bakıldığında, bana göre, AAPFF'nin en önemli işlevi özellikle İstanbul'da odaklanan 'kültürel merkezliyetçiliğin' karşısında en azından taşrada 'sinema izleme kültürünü' oluşturabilmiş olmasıdır.

1999-2004 yılları arasında AKSAV Yönetim Kurulu eş başkanı olarak görev yapmış olan Giray Ercenk, "Metropol ve Taşra" başlıklı yazısında; İstanbul'da yaşayan aydının Ankara ve İzmir'de yaşayan aydınları küçümsediğini ileri sürmektedir (AKSAV, 2003, *Portakal*, 9: 4). Ercenk'e göre, "bu üç kentte yaşayan aydınlar için, bu üç kent dışındaki şehirler taşradır ve onlara göre 'taşra', entelektüel bilgi açısından geridir, sanatçıları da dar görüşlüdür. Ufuk çizgileri burunlarının ucunda biter." Ercenk'in sözünü ettiği üç kentin bilimin ve sanatın merkezi, bilim adamı aydın ve sanatçıların yoğunlaştığı merkezler olmaya devam ettiği, bu yoğunluğun penceresinden bakıldığında doğru kabul edilebilir. Ancak, Ercenk'in de hatırlattığı gibi Antalya, AAPFF'ni yalnızca 40 yıldır sürdürüyor olmakla kalmayıp, Türk sinemasının en nitelikli ürünlerinin yarıştığı bir platform oluşturarak sinema sanatının gelişimine önemli bir katkıda bulunmaya devam etmektedir. Merkez İstanbul'da gelişen sinema sektörünün simgesi 'Yeşilçam', meyvesi 'Altın Portakal'ı kırk yıldır taşra Antalya'da dağıtıyorsa, Ercenk'in de söylediği gibi "Antalya, Türkiye'de, başta sinema olmak üzere sanat merkezi olma yolundadır" denilebilir.

### **2004-2009 Yerel Yönetim Dönemi: AAPFF'nin Yeniden Yapılandırılma Süreci**

Antalya'da KYY süreci ile birlikte başlayan neo-liberal belediyeçiliğin en önemli işareti, 2004 yerel seçimleri sonucuna göre ABŞB Başkanı seçilen Menderes Türel'in seçimlerden yaklaşık bir hafta sonra 12 Nisan 2004'de, Hürriyet gazetesi yazarı Yener Süsoy'a verdiği röportajda kendini göstermektedir:

---

<sup>12</sup> AAPFF, ilk kez 1979 yılında sansürü protesto etmek üzere düzenlenmemiştir. İkinci kez ise 12 Eylül 1980'in hemen ardından düzenlenememiştir.

Antalya'yı uçurmaya kararlıyım Yener ağabey, bunun için özel sektörün önünü açacağım. Göreceksiniz, dünyanın en ünlü üniversiteleri burada üniversite kuracaklar. Çoğu yurtdışından 30 bin öğrenci gelip okuyacak. Altın Portakal'ı Cannes gibi uluslararası bir film festivaline dönüştüreceğim. Gelecek olan dünyanın en ünlü starları buradan birer villa alıp gidecekler. Bu arada denizin içinde bir otel ve bir akvaryum yapmak istiyorum.

Harvey'e göre (2002; 2005: 166) neo-liberalizm, sermayenin akışı yönünde sınır tanımaz bir hızla, gerektiğinde "kültürü, tarihi, kültürel mirası, cinselliği, doğayı, sağlık ve dinlenme hizmetlerini, herhangi bir ürününün [zanaat ürünü, tarım ürünü, sanat eseri] orijinalliğini, otantikliğini ve biricikliğini metalaştırarak" hayal bile edemediğiniz birçok şeyi fiyat etiketile önünüze ürün olarak sunabilir. Bütün bu özelliklerinin ötesinde neo-liberalizm, herhangi bir siyasaya özgü özellikler yığını olarak değil kapitalist sistemin "sermaye seçkinlerinin iktidarını sürekli kılmak üzere sermayenin birikim koşullarını hazırlayan bir siyasi proje, bir 'neo-liberalleşme süreci' olarak anlaşılmalıdır" (2005: 19).

Yerel seçimlerden bir ay sonra, Başkanı olduğu AKSAV'ın resmi yayın organı *Portakal* dergisinde yayınlanan ilk yazısında Başkan Türel'in, kendi döneminde izleyeceği kültür ve sanat politikalarının uluslararası düzeyde ele alınacağını ve kentsel turizm politikalarına yönelik olacağını ifade eden sözleri aşağıdadır:

Antalya'da sanatı yerel düzeyde değil, uluslararası düzeyde düşünüp, tüm altyapıyı bu düzeyde tasarlamamız gerekmektedir. Hedefimiz Antalya'yı kongre, kültür ve sanat turizmine dayanan bir şehir haline getirmek olduğuna göre, hem altyapımızı hem de organizasyonlarımızı uluslararası düzeyde tasarlamak zorundayız. Antalya'da sanat, yerel kurumların kısıtlı imkan ve zorlamaları ile yaşamak durumunda kalmaz. Turizm ile kültür ve sanat arasındaki karşılıklı bağları güçlendirerek iki yönlü bir gelişme yaratmamız mümkündür (AKSAV, 2004, Türel, Portakal, 14: 3).

Geleneksel güneş-deniz-kum üçlemesi ile 'kitle turizmi' için önemli bir destinasyon merkezi olan Antalya ve bölgesinde, eğitim-eğlence-çevre üçlüsü ile anılan 'kentsel turizmine' yönelik Antalya kent merkezine hiper-turisti çekmek amacıyla, küresel turizm pazarında 'Antalya'nın markalaşması sürecinde AAPFF araçsallaştırılmaktadır. Bu amaca yönelik, 2004-2009 yerel yönetim döneminde AAPFF'nin uluslararasılaştırılması, kent elitlerin kendi tanımlamalarına göre bir 'Vizyon Proje' olarak daha ilk günden ABŞB'nin en stratejik Kentsel Propaganda Projesi olarak önemsenmiştir. Eleştirel bir yaklaşımla tanımlandığında; vizyon proje, kentsel gösteri, marka etkinlik veya kentsel pazarlama projeleri olarak da anılan Kentsel Propaganda Projeleri, Boyle'ye (1999: 55) göre kentteki ortak kentlilik duygusunu ve bilincini değiştiren ama özünde "kent paydaşlarının ortak çıkarlarını karşılamak üzere geliştirilen siyasi projelerin meşrulaştırılmasını sağlayan" pırlıtlı etkinliklerdir.

***Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metaştırılması***

---

2004 yerel seçimleri sonrasında ABŞB öncülüğünde başlatılan KYY sürecinde Antalya'yı 'kültür kenti'ne dönüştürme senaryosu altında kültür ve sanat *alamının* yeniden yapılandırılması süreci aynı zamanda turizm *alamını* yeniden yapılandırmaktadır. Harvey ([1989] 1990), iktisadi yeniden yapılandırmaların travmatik sonuçlarına çare olarak görülen KYY sürecinde yerel ve merkezi yönetimde rol alan siyasetçilerin dört elle sarıldıkları kültür politikalarını; toplumda giderek artan sosyal eşitsizliği, adaletsizliği, kutuplaşmayı ve çatışmayı gizlemek üzere geliştirilmiş 'karnaval maskeleri' olarak adlandırır. Öte yandan, Tony Blair döneminde İngiltere'den diğer AB ülkelerine danışman olarak ihraç edilen danışmanlardan Bianchini (1993: 14-15), kültür politikalarının kentleri modernleştirdiğini ve aynı zamanda ekonomik sorunlara çözüm getirdiğini ileri sürmektedir. Bianchini'ye göre, kentsel kültürel politikaların ürünleri olan Kentsel Propaganda Projeleri'nin en başında, prestijli sanat festivalleri, önemli spor organizasyonları ve yüksek profilli kültürel etkinlikler gelmektedir Kent sosyolojisi, kültür sosyolojisi ve turizm sosyolojisi yazınlarında; festival turizmi,<sup>13</sup> kongre turizmi, spor turizmi olarak geçen kavramlar kent elitleri ya da dilimizdeki yaygın kullanımıyla kanaat önderlerinin gündemine oturmaya başlamıştır.

AAPFF'nin uluslararasılaştırılmasının ancak profesyonel bir destekle mümkün olacağına inanan ABŞB Başkanı Türel, yönetimi devraldıktan sonra festivalin yeni rotasını 'Avrasya', yeni hedefini 'Bir Dünya Festivali' olarak tanımlar ve 2005 yılını AAPFF'nin 'uluslararası platforma geçiş yılı' olarak ilan eder (AKSAV, 2004, *Portakal*, 15: 3). Festival organizasyonunun profesyonel uzmanlardan oluşan bağımsız bir kurul tarafından yürütülmesine karar verilmesinden sonra AKSAV Yönetim Kurulu AAPFF'nin organizasyonunu 2005'de yapılan kırk ikinci festivalden itibaren TÜRSAK Vakfı<sup>14</sup> Yönetimine

---

<sup>13</sup> Festival turizmi 1960'lı yılların sonlarına doğru ciddi bir atılım yapmışsa da bugünkü boyutta bir bolluk ve geniş kapsama ulaşması ve ülkelerin turizm hareketlerinde önemli bir yer almaya başlamasının tarihini 1980'li yıllara götürülebilir (Picard ve Robinson, 2006: 1). Bu yıllarda festivallerin gelecekte turistlerin tercih edeceği en önemli turizm seçenekleri arasında yer alacağı ileri sürülmüş (Martin ve Mason, 1987) ve bu konuda yapılan ilk araştırmalarla bu alan turizm içerisinde "*kendini göstermeye başlayan bir dev*" biçiminde tanımlanmıştır (Getz ve Frisby, 1988: 22). Festivallerin turizm açısından önemli katkılarını fark eden yerel yönetimler ve hükümetler de bu yıllarda festivallere etkin biçimde destek olmaya ve festival etkinlikleri hakkında öneriler getirmeye başlamışlardır (Getz ve Frisby, 1989: 14-15). Destinasyon yöneticilerinin gözdesi haline gelen festivaller giderek artan biçimde yer pazarlama faaliyetlerinde kullanılmakta ve giderek büyüyen ticarileşme ve profesyonelleşme ile önemli bir sektör haline gelmektedir (Long, 2008). "Festival Turizmi" hakkında bakınız Yıldırım, F. (2010) "Festival Turizmi" Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.

<sup>14</sup> AAPFF'ni 2004 yılından itibaren düzenlemeye başlayan ve 2005 yılında uluslararasılaştıran TÜRSAK Vakfı, 1991 yılında bir STK tüzüğüyle kurulmuş bir

teslim eder. TÜRSAK Vakfı Başkanı kendisiyle yapılan görüşmede de AAPFF'nin organizasyonunu devralma aşamasını 'teslimiyet' olarak adlandırmıştır. Merkezi İstanbul'da bulunan Türkiye Audio Visual Sanatlar Vakfı (TÜRSAK)'nın Başkanı olan Kaynak Kişi K4, AAPFF'nin düzenlenme görevini devralması aşamasında, ABŞB ve AKSAV ile bağlantıların nasıl kurulduğunu şöyle açıklar:

**K4:** *Bize on senedir, on beş senedir Antalya müracaat eder. Hasan Subaşı zamanında, Bekir Kumbul zamanında işte uluslararası yapalım şöyle yapalım falan diye. Ben hiç Antalya'ya o zaman gitmedim sadece turist olarak gittim. Bakım, Antalya bizim kültürümüz falan değil. Antalya'ya sadece 41. Festivalde şöyle dahil olur gibi oldum. [...] Bakım ortam iyi değil hemen çekildim. Fakat bu 41. Senede Antalya yerlere serildi bitti Antalya. Çok kötü bir festival oldu. Feci kötü bir festival oldu. Zaten son on yıldır gide gide aşağı doğru iniyordu. Çünkü festival yapmanın kuralları var. Siz o kurallara ilkelere riayet etmezseniz festival falan yapamazsınız. Festivaler dünyanın en zor organizasyonlarıdır. Biz 42'de tekrar Menderes Bey gelince oturduk konuştuk. Dedim: "Teslim oluyor musun?" Yani, teslim olması lazım.*

Öte yandan Kaynak Kişi K2, AAPFF'nin TÜRSAK Vakfı'na teslim edilmesini eleştirmektedir. K2'ye göre, 1985 yılında kurulan AKSAV'ın tecrübesine rağmen, 40 yıl boyunca AAPFF'nin uluslararasılaştırılması yönünde bir adım atılmayışının nedeni, "festivalin yıllarca yalnızca belediye kaynaklı kat bir bütçe ile düzenlenmiş olması[dır]." K2, K3, K16 numaralı Kaynak Kişiler, 2005-2008 yılları arasında önceki yıllara kıyasla şişkin bir bütçe ile düzenlenmiş olan festivalin odak noktasının yarışma filmlerinden Hollywood yıldızlarını ağırlamaya doğru kaymasını da şiddetle eleştirmişlerdir. AAPFF'nin neden TÜRSAK Vakfı tarafından düzenlendiğini Vakfın Başkanı Kaynak Kişi K4 aşağıdaki şekilde açıklamaktadır:

**K4:** *Çünkü Menderes (Türel)'in orada söylediği çok doğru bir şey var: "Festivaleri festival yapan kültür sanat kurumlardır. Belediye değil." Belediye destekler. Nasıl destekler? Biraz para bulur. İşte ben Aspandos'u istiyorsam Aspandos için yazışmayı o yapar. [...] Şimdi bize gelmelerinin sebebi buydu.*

İstanbul'dan bir kurum tarafından yeniden yapılandırılarak düzenlenen AAPFF'nin Antalya'ya ve Antalyalıya giderek yabancılaşması<sup>15</sup> sürecini Kaynak Kişi K3, şu sözlerle eleştirmektedir:

**K3:** Lokomotif olabilecek yerel faktörler ve tabii ki yerel aktörler bugün geriye çekilmiş ya da çektirilmiş durumda Antalya'da özellikle kültür-sanat

---

vakıftır. Yaklaşık 215 kurucu üyesi olan Vakfın üyeleri arasında; yönetmenler, senaristler, genç sanatçılar, Yeşilçam'ın tanınan sanatçılarının yanı sıra Türk sinema sektörüne emek vermiş kişiler bulunmaktadır.

<sup>15</sup> Burada 'yabancılaşma' kavramını Marx'ın 'yabancılaşma' (*alienation*) kavramını kullandığı anlamıyla kullanıyorum. "Yabancılaşma: kendi özgün etkinliğinin sonuçlarına ya da ürünlerine yabancılaşma" (Bottomore, 2002: 621)

## ***Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metalaştırılması***

---

alanında. Düşün adamları olarak birçok kimseyi yazan çizen takımını dışarıda tutuyorlar. Bunun yerine başka bir yol izliyor kendisi [Menderes Türel] gazeteci olduğu için medyayı iyi kullanıyor. Memed Ali Birand'ın Ajans 1'i aracılığıyla Antalya haberlerini dışarı geçiyor. Bu kanalları çok iyi kullanıyor. [...] Antalya uzun yıllardır Sosyal Demokrat Belediyecilik geleneğinde şekillenmiştir. Menderes'in bu yaptığına akıl sır ermiyor. Kendi varlığına, entelektüel potansiyeline inanmadığı, güvenmediği için İstanbul'dan bir ekibe emanet ediyor Altın Portakal'ı. Ben böyle anlıyorum. Yoksa o işi yapacak bir adam yok mu burada?

2004 yılındaki yerel seçimlerden sonra kentteki kültür-sanat alanındaki 'yeniden yapılanma' sürecinde neredeyse tüm kültür-sanat kurum ve kuruluşlarının yönetiminde; Antalyalı olmayan, ağırlıklı olarak İstanbullu eyleyiciler gözlenmektedir. Antalya'da, özellikle kültür-sanat alanında, 'kültür kenti' tasarısı ile oluşmaya başlayan bu yeniden yapılanma sürecinde etkin rol oynayan eyleyicilerin Antalya dışından olması konusundaki Kaynak Kişi K3'ün yorumu aşağıdadır:

***K3:*** *Altın Portakal yaklaşık iki senedir TÜRSAK Vakfı tarafından yapılıyor sanki Antalya'da bu işten anlayan hiç kimse yokmuş gibi ele geçirdiler ve tamamen Antalya'daki entelektüel grubu dışlayarak organize ediliyor. Şimdi yapılan şeyler daha çok pazarlamaya yönelik.*

Alan araştırması bulgularından biri olarak, Kaynak Kişiler arasında Antalya'daki bütün kültür-sanat etkinliklerinde İstanbul'un hakimiyeti olduğuna dair ortak kanı, 42. AAPFF'nin hazırlık toplantısının 15 Haziran 2005'de İstanbul'da toplanmasıyla da kendini göstermektedir (<http://www.ntvmsnbc.com/news/328942.asp>). Bu toplantıda, Antalya kent merkezinde birbirlerine yürüme mesafesinde yakın olan otellerin ve sinemaların bulunduğu bir bölgenin 'Festival Vadisi' olarak tanımlanmasına karar verilmiştir. Aynı toplantıda, Birinci Uluslararası Avrasya Film Festivali'nin Avrupa ve Asya filmlerinin yapımcı, yönetmen ve oyuncularının Türk sineması ile tanışmasını sağlayacağı ve ortak yapımlar için zemin oluşturacağı vurgulanırken, yabancı yönetmenlere Antalya'daki film stüdyolarının ve doğal platolarının da Türkiye'de film çekimi için tanıtılacağı belirtilmiştir.

Toplantıda alınan bir diğer karar ise kırkıncı yıla kadar düzenlenen afiş yarışmalarının yerine festival afişlerinin (Resim 20-25); kırk birinci yılda olduğu gibi kırk ikinci festivalde de Hollywood'un ünlü grafik sanatçısı Emrah Yücel<sup>16</sup> tarafından tasarlanması yönündedir.

---

<sup>16</sup> Hollywood yapımı filmler için tasarladığı afişlerle adını dünyaya duyuran ve sinema reklâmçılığının Oscar'ı sayılan 'Key Art' ödülünü iki kez üst üste kazanan Emrah Yücel, 2004-2008 yılları arasında AAPFF, Uluslararası Avrasya Film Festivali ve



Yeniden yapılandırılma sürecinde AAPFF'nin yarışma jürisinin gelenekselleşmiş yapısından da vazgeçilmiştir. 2005-2008 yılları arasında yeniden yapılandırılarak düzenlenmiş olan festivallerin jüri üyeleri<sup>17</sup> bir kurum, bir dernek bir grup ya da meslek kuruluşunun temsilcisi olarak değil, sinema alanında kendi bireysel kariyerlerini temsil ederek yer almışlardır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı ve yerel sponsorların<sup>18</sup> desteğiyle kırk yıl boyunca ABŞB ve AKSAV işbirliğiyle düzenlenen AAPFF'nin bütçesi kırk birinci yıldan itibaren arttırılmış, sponsor sayısında da artış gözlenmiştir. AAPFF'nin yeniden yapılandırılma sürecindeki bir diğer yenilik 2006 yılında, festivalin resmi sponsoru Real Şirketler Grubu'nun destekleriyle, Türkiye ve ABD'de tanınmış reklamcı Alınur Velidedeoğlu'na 'Festival Tanıtım Filmi' hazırlanmasıdır.<sup>19</sup> 2005 yılında İstanbul'da yapılan Festival Hazırlık

---

Avrasya Film Market afişlerini tasarlamıştır Emrah Yücel Amerika'nın en büyük kablolu televizyon kanalı HBO ve Miramax, MGM, Fox, Paramount, Universal, Warner Brothers, Dreamworks, Intermedia ve Lions Gate Home Entertainment gibi dünyanın önde gelen yapım şirketleri için işler yapmaktadır. Grafik tasarımcılığı kariyerinde; *Kill Bill I ve II, Frida, Cold Mountain, Hero, The Hours, Star Wars Trilogy, Spider, I Robot, Talented Mr. Ripley ve Tailor of Panama* gibi ünlü film afişlerinin yanı sıra Sopranos, the Wire, Robin Williams in Broadway, Oz ve Six Feet Under gibi dizilerin de afişlerine imza atan Emrah Yücel Türkiye'de de *Vişontele, G.O.R.A* gibi filmlerin afişlerinin tasarımını gerçekleştirmiştir.”  
[http://www.sadibey.com/dosyalar/Basin\\_Bultenleri/2006\\_Antalya\\_Festivali\\_02.doc](http://www.sadibey.com/dosyalar/Basin_Bultenleri/2006_Antalya_Festivali_02.doc)

<sup>17</sup> 15 Haziran 2005 tarihinde İstanbul'da yapılan festival hazırlık toplantısında alınan kararlar metnine göre yönetmen Şerif Gören'in başkanlığında toplanacak olan 2006'daki 43. AAPFF'nin Jürisinde: Giovanni Scognamilo, Ara Güler, Serra Yılmaz, Reha Erdem, Fatih Özgüven, Mine Vargı, Nejat İşler, Paul Grandsard” yer almaktadır.  
[http://www.sadibey.com/dosyalar/Basin\\_Bultenleri/2006\\_Antalya\\_Festivali\\_18.doc](http://www.sadibey.com/dosyalar/Basin_Bultenleri/2006_Antalya_Festivali_18.doc), son erişim tarihi 05.06.2010.

<sup>18</sup> Havayolu şirketlerinden şarap üreticilerine, beş yıldızlı otellerden yerel televizyon kanallarına kadar çeşitlilik gösteren sponsorlara (AKSAV, 2003, “Altın Portakal'ın Sponsorları” *Portakal*, 8: 15) ek olarak 2006 yılında Alman menşeli Metro Group'un perakende sektöründe faaliyet gösteren şirketi olan Real Hipermarketler Zinciri, AAPFF'ne ana sponsor olmuştur ([http://www.sadibey.com/dosyalar/Basin\\_Bultenleri/2006\\_Antalya\\_Festivali\\_19.doc](http://www.sadibey.com/dosyalar/Basin_Bultenleri/2006_Antalya_Festivali_19.doc)).

<sup>19</sup> Tanıtım filminin sadece kırk üçüncü yıl için değil, gelecek yıllarda da kullanılacak 'kalıcı bir jenerik' olarak hazırlandığını ifade eden uluslararası reklamcı Velidedeoğlu; “tanıtım filminin, özellikle 'festivalin ulusal çizgisini', 'uluslararası sinema' ile buluşturmasını ve bu buluşmanın kentinin de, zengin tarihi, doğal güzelliği ve mitolojik öyküleriyle dünyanın en büyüğü kentlerinden biri olan Antalya olduğunu anlatması gerektiğini” ileri sürmüştür (<http://altinportakal.TÜRSAK.org.tr/index.php?haber=33>).

## ***Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metalastırılması***

---

Toplantısında, TÜRSAK ve AKSAV yönetiminin aldığı kararla kırk ikinci AAPFF'nde dağıtılacak olan toplam ödül miktarı da artırılmıştır.<sup>20</sup> 2004-2009 dönemi AKSAV Başkanı olan Kaynak Kişi K1'in bu konuda söyledikleri aşağıdadır:

**K1:** *Mesela bizim bu yıl (2006) vereceğimiz 300 000 YTL Türkiye'de çekilebilecek ortalama bir filmin %30 maliyetidir. En azından bu rakam bir yönetmeni film çekmek için tabrik edecek bir rakam. Yani, bu kadarını buradan alırsam bu filmi kurtarırım, maliyetini çıkarırım diye düşünebileceği bir rakam.*

15 Haziran 2005'de İstanbul'da yapılan basın toplantısında, kırk birinci AAPFF ödül törenin, festivali düzenleme fikrinin doğduğu yer olan, ilk kez 1951 yılında güreş şenliklerinin yapıldığı Aspendos Antik Tiyatrosu'nda düzenlenmesine karar verilmiştir. 2005 yılında 42'nci festivalin kapanış ve ödül töreninde sergilenen görkemi, TÜRSAK Vakfı Başkanı Kaynak Kişi K4, şu sözlerle anlatmaktadır:

**K4:** *Kapanışı Aspendos'ta yaptık. Dünyanın en büyük kapanıştıydı. 15.000 kişiyle kapanış yaptık. Ben Avrupa'da gösterdiğim zaman kimse inanmıyor. Resim göstererek inandırdım. Locarno 7000'di. O güne kadar Locarno geçiyordu dünyada. Biz 15.000 ile Locarno'yu ikiye kattık. Ve 2800-3000 yıllık bir Antik Tiyatro'da yaptık kapanışı. Muazzam bir şeydi.*

"Antalya deyince bir kere Aspendos aklıma geliyor" diyen Kaynak Kişi K4, orada yaptıkları kapanış gecesinin "bambaşka bir şey" olduğunu, "Aspendos'ta festivalin üstünde bir şey" yaşandığını, "rüya gibi bir şey" oluştuğunu ifade etmektedir. Heideggerci bir yaklaşımla yorumlarsak, kırk ikinci AAPFF'nin kapanış ve ödül töreninin Aspendos Antik Tiyatrosu'nda düzenlenmesi ile talep edilen şey, "sanatın sanat olarak [mutlak] hakimiyeti ve bu yolla elde edilen katıksız duygu halinin—bir duygu coşması, bir duygu taşması—hakimiyetidir. Orada, 'yaşanan deneyimin' kendisi şüphe götürmez kesinliktedir. Yapılan iş, sadece bu deneyimin harekete geçirilmesidir" (Heidegger, 1991: 86). Burada, mimari bir yapı olarak Aspendos Antik Tiyatrosu, yalnızca "kentsel kültürel yaşamın kültürel mobilyası" (Gadamer, 1998: 1) ya da Bourdieu'nun kavramıyla 'nesneleşmiş kolektif kültürel sermaye' olarak kullanılmamış, seyircinin yalnızca orada 'olma hali' ile deneyimleyebileceği 'duygu hali'nin, 'yaşanan deneyim'in bir parçası olarak kullanılmıştır. Heidegger'e göre burada 'yaşanan deneyim', psikolojik duygulanımların estetik duyuların yerine geçmesi halidir (1991: 89). Öte yandan gazeteci Ayşe Özyılmazel'e göre, 2006 yılında kırk üçüncüsü

---

<sup>20</sup> "TÜRSAK ve AKSAV yönetiminin aldığı ortak kararla, 'En İyi Film' Ödülü 300.000 Yeni Türk Lirası olarak belirlenirken, 'En İyi Yönetmen' ödülü de artırılarak 30.000 YTL'ye çıkartılmıştır. 2005 yılından itibaren Festival'de ilk kez "En İyi Senaryo" ve "En İyi Müzik" dalında da para ödülleri verilmeye başlanmıştır." [http://www.sadibey.com/dosyalar/Basin\\_Bultenleri/2006\\_Antalya\\_Festivali\\_22.doc](http://www.sadibey.com/dosyalar/Basin_Bultenleri/2006_Antalya_Festivali_22.doc)

düzenlenen AAPFF'nin açılış töreni, “Bollywood dansçılarının bitmek bilmeyen gösterileriyle festivalden çok otel animasyonuna benzemektedir” (*Sabah-Günaydın*, 18.09.2006).

TÜRSAK Vakfı ve AKSAV işbirliğinde gerçekleşen kırk birinci festivalden bugüne değişen ödül kategorileri ve miktarları dışında, 2006'daki kırk ikinci festivalden itibaren kazananlara verilen ‘Ödül Heykelcikleri’ de değiştirilmiştir (Resim 2). Dönemin AKSAV Yönetim Kurulu eş başkanı olan Kaynak Kişi K1, Ödül Heykelciklerinin değiştirilme sürecine dair aşağıdakileri söylemiştir:

**K1:** *Şimdi biz toplantılarda dedik ki “tamam bu film festivalini yapacağız ama Antalya’yı en iyi temsil eden bir heykelcik olsun. Ödül heykelciğini bir elden geçirmemiz lazım. Çünkü bu ödül kent in ve festivalin bir simgesi olacak.” Bir tasarımlar firmasına bize bir şey tasarlayın dedik. Onlar da bize tasarımlarını getirdiler. Müzede ki eserleri kullanarak onlardan esinlenerek bize bir şey tasarladılar. Her zaman halka sormak çok doğru değil.*

#### *Film Market*

Antalya’da sinema endüstrisini oluşturma çabalarının giderek küreselleşen film pazarına eklenmedikçe başarısız olacağını öne süren TÜRSAK Vakfı, AAPFF kapsamında bir Film Market organizasyonunun kaçınılmaz olduğuna inanmaktadır. AAPFF’nin uluslararasılaştırmanın önemine değinen Kaynak Kişi K4, “altı milyar nüfuslu küreselleşen dünyada sinema endüstrisi alanında büyük bir yarış olduğunu, Cannes’ın bile hala birinci olmasına rağmen yarıştığını” ileri sürmektedir. K4, “dünya sinema endüstrisindeki pasta çok büyük olduğu için AAPFF’ni uluslararasılaştırmalarının ardından Film Market’i eklememiz bir gereklilik” diyerek şöyle devam etmiştir:

**K4:** *Bir de Türkiye’de ekonomik olarak düşündüğümüz zaman, dünyada sinemanın turnover’ı yani dönen para ilk defa geçen sene galiba silah ticaretini geçti: 220 milyar dolar. Silah pazarı 210 milyar dolar. Amerika bir marketi tutmazsa o marketin tutma şansı yok. Milano’da vardı. Oradan Amerikalılar bir çekildi, Pazar çöktü. Berlin Fuarının en büyük şansı Amerikalılardır. Cannes’ı zaten Fransızlar yapıyor, Amerikalılar yapıyor. Bütün büyük firmalar orada. Biz de zaten Amerika’dan bir iki büyük firma getiriyoruz ki—Amerikalılar arkamızda demekten ziyade adamlar şimdilik itiraz etmiyorlar bu pazarı yıkmak için bir şey yapıyorlar. Çünkü ben onları şu şekilde ikna etmeye çalışıyorum: “Bakın” diyorum “biz, arkamızda ne var baritada? Arap ülkeleri, Filistin. Çok iyi sineması var. İsrail çok iyi sineması var. Mısır başlıyor. Fas, Tunus başlayacaklar. Dubai bile geçen sene Film Festivali yaptı. Milyon dolarlar harcadılar hiçbir şey yok. Film üretilmiyor.*

Kaynak Kişi K4, TÜRSAK Vakfının izlediği politikayı; coğrafi olarak da Asya ile Avrupa arasında bulunan Türkiye’de bir sinema endüstrisi merkezi oluşturmayı hedefleyen “küresel bir kültür politikası” olarak tanımlamaktadır. Bu politikanın ilk uygulaması olarak; Güney Kore’deki Pusan Film Festivali’nde düzenlenen Film Market ile Fransa’daki Cannes Film Festivali’nde düzenlenen

## ***Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metalaştırılması***

---

Film Market arasında ya da K4'ün sözleriyle, “*o müthiş coğrafyada ki onun göbeğinde Avrasya'da*” Avrasya Uluslararası Altın Portakal Film Festivali ve ardından Avrasya Film Market'in hayata geçirilmesidir.

2005 yılında, AKSAV'ın resmi internet sitesinde AAPFF'nin yeni rotası, “Yeşilçam'ın endüstrileşmesi, Türk sinemasının dünyaya tanıtımı, Antalya ve Türkiye ekonomisine kültürel katma değer yaratılması[na] olanak tanımak” olarak, yeni hedefi ise “Avrasya coğrafyasının ve bu coğrafya üzerindeki sinema dillerinin kendini ifade ettiği bir zemin haline gelmesi[ni] sağlamak” olarak tanımlamaktadır (<http://www.aksav.org.tr/tr/111.htm>).

Avrasya Film Market için Türkiye'nin ve özellikle Antalya'nın coğrafi konumunun önemini vurgulayan K4, sinema sanatının ve yavaş yavaş endüstrisinin geliştiği Orta Doğu ülkelerinin dışında Türkiye'nin komşu olduğu ve film üretemeyen Türki Cumhuriyetlerin, Türk sinema endüstrisi için potansiyel bir pazar olduğunu düşünmektedir ve bu konudaki düşüncelerini şöyle açıklamaktadır:

**K4:** *Onların abisi değiliz henüz olmadık ya bu konuda en azından niyetimiz var. E şimdi ben bir köprüyüm bu hakikaten tarihten gelen bir şey. (coğrafi olarak da) İpek yolu orada duruyor. 3000 yıl evvel düşünmeyle bugünün arasında bir fark yok. Sadece teknoloji. Şimdi uçaklar var. Şimdi ben artık uzak ülkelere gitmek istemiyorum. 17 saat uçak yolculuğu çekilmez bir şey, mahvoluyorum. Belli davetlere katılmak da zorundayım. Çok uzak olursa nazlına nazlına bir hal oluyorum. Ama arada bir orta durak bulursam atlayıp gidiyorum. Orta durakta bir şey varsa eğer daha da istekli gidiyorum. Şimdi, bizimki bir nevi köprü ve orta durak Paris, Pusan arasında.*

Bu çalışmada “kültürel coğrafya” olarak kavramsallaştırılan ve 2003 yılında AAPFF kapsamında düzenlenen İkinci Türk Sinema Kurultayı'nda ilk kez gündeme gelen “Türk sinema sanatının gerçek potansiyel kapsama alanı” Film Market'in kurulmasını meşrulaştıracak bir zemin olarak sunulmaktadır. İlk kez 2005 yılında, 1'inci Avrasya Uluslararası Film Festivali ile adını uluslararası platformda duyuran AAPFF, 2006 yılında Türkiye'nin ilk Film Marketi olan 1'inci Avrasya Film Market'i ile Cannes Film Festivali kapsamında düzenlenen Marche Du Film (Cannes Film Market)'de stand açarak ekonomik alanda uluslararası kültür endüstrisi pazarına çıkmıştır. Avrupa ve Asya ülkeleri başta olmak üzere Amerika'dan çağırılan yapımcıları, dağıtımçıları, senaristleri, yönetmenleri bir araya getirmeyi hayal eden TÜRSAK Vakfı Başkanı Yiğitgil, Avrasya Film Market'in konseptinin, Macaristan-Discop ve Hong Kong Film Market modellerinden esinlenilerek oluşturulduğunu belirtmektedir (<http://www.sadibey.com...>). “Avrasya” olarak belirlenen bu ‘kültürel coğrafya’, hem hızla uluslararasılaştırılan AAPFF'nin hem de Film Market'in adı olarak tescillenmiştir.

AAPFF kapsamında 2006 yılında düzenlenen Avrasya Film Festivali için Emrah Yücel tarafından tasarlanan afiş (Resim 23) Avrasya Film Market için tanımlanan ‘kültürel coğrafya’yı temsil eden en iyi örneklerden biridir.

TÜRSAK Vakfı Başkanı Engin Yiğitgil, Nihat Toklu'ya verdiği röportajda Avrasya Film Market'in Türkiye için çok büyük bir fırsat olduğunu, on yıl sonra dünyanın ilk beş marketi arasında yer alacağını ileri sürerek şunları söylemektedir:

Biz Avrupa ile Asya arasındaki önemli bir boşluğu dolduruyoruz. Bugün Türk sinemasının en önemli sorunu dünya pazarına yeterince açılmamasıdır. Filmlerimizin pazarlanamamasıdır. Avrasya Film Market, öncelikle bunu yapacak. Türk sinemasının yerinde pazarlanmasını sağlayacak. Daha da önemlisi ortak yapımların önünü açacaktır (*Sabah-Akdeniz*, 19.09.2006).

28 Ekim 2007 akşamı düzenlenen 44'üncü Antalya Altın Portakal Film Festivali ve 3'üncü Uluslararası Avrasya Film Festivali Ödül Töreni'nde konuşma yapan *Elizabeth: The Golden Age* filminin yönetmeni Hint asıllı Shekhar Kapur'un sözleri, "kültürel coğrafya" kurgusunun farkında olmanın başka bir ifadesi olarak karşımıza çıkmaktadır:

Altın Portakal Film Festivali Antalya'nın bir kültür kenti olma yolunda ilerlemesine katkıda bulunmaktadır. Sinemanın geleceği doğudadır. Antalya, Avrupa ve India/Asya'nın ortasındadır. Asya olarak Avrupa'da fark edilmek isteriz. Avrupa da Asya'da fark edilmek ister.

Alan araştırması kapsamında kendisiyle yapılan mülakatta, Türkiye sinema sektöründe yapımcının giderek yok olduğuna değinen TÜRSAK Vakfı Başkanı Kaynak Kişi K4, "*Avrasya Film Market aracılığıyla Türkiye'ye dünya sinema endüstrisi alanında yer alan yapımcıları getirmeyi*" amaçladıklarını aynı zamanda "*marketin Türk Sinema Sektöründe üretilen filmlerin küresel pazara açılma yeri olacağını*" belirtmektedir:

**K4:** *Yani, sermaye getirmeye çalışıyorum ben Türkiye'ye. Çünkü normal bir film dünyada 3000-2000 kopyayla çıkıyor. Bizde 400 kopya çıktığı zaman "Aman Allah'ım" diyoruz. 400 kopya bir şey değil. Bir de yaptığın filmi, Edirne ile Kars arasında göstermenin anlamı yok. Açılacaksın. Çünkü bu bir evrensel pazar. Her filmün pazarı var. Cannes Film Festivali'nde en kalabalık stand zombi filmleri satıyordu. Kapış kapış. Ben seyretmem bile. Dünyanın en kötü filmleri bence ama onun bile alıcısı var. Tabii, ekonomi başka bir şey. Sinema çok yönlü bir sanat. Siz, filminizi yapıyorsunuz yönetmensiniz. Yapımcı, yatırım yapıyor bitiyor. Bittikten sonra beni bile aşılıyor film. Pazarlamacı bir başkasıdır. Ben yapımcıyım, ticaret adamıyım ama pazarlamasını bilmiyorum olabilirim. O da bir uzmanlık konusu. Pazarlayıcılar, o filmi her yere satar. Olmadı gider Fas'a satar, gider İsrail'e satar. Satar, satar, satar. Bizim markete de geldikleri zaman Türk Filmlerine de alıcı çıkıyor. Geçen yıl değil evvelki sene Ezel Akay altı yere film sattı—Karagöz Hacivat'ı. Nuri Bilge Ceylan o sene İklimler ile Cannes'da çok büyük sükses yapmıştı zaten bir sürü yere satmıştı. Bana telefon etti. "Engin Abi biliyor musun? Senin markette de sattım" dedi. Nereye sattın lan dedim sen her yere satmıştın filmini? "Litvanya'ya sattım" dedi. Oraya satmamış mesela. Litvanyalılar gelmiş. Ününü duymuşlar filmin orada Nuri Bilge ile buluşmuşlar. Pazarlar, marketler buluşma yeridir.*

***Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metaştırılması***

---

5 Mayıs 2007'de yapılan AKSAV Genel Kurulu'nda özellikle Avrasya Film Market üzerinde duran ABŞB Başkanı ve AKSAV Yönetim Kurulu Başkanı Menderes Türel, daha ilk yılında markette otuz iki film satışı ve dokuz senaryo anlaşması yapıldığına dikkat çekerek sözlerini şöyle sürdürmüştür:

Genelde bu tür marketlerin ilk yıllarında satış yapılması beklenmez, yıllar içinde yerleştikçe artan bir pazara sahip olurlar. Ancak bizim marketimiz sınırları aşarak beklenenden çok daha fazla etkin oldu. Bu da Antalya'nın hem kültür-sanat hayatı, hem ekonomisi için çok önemli fırsatlar sunan ve gelecek vadeden bir durumdur. Markette amacımız Antalya'yı Batı'daki imalat ile Doğu'daki Pazar arasında kilit bir nokta yapmak ve Batı-Doğu arasında bir köprü olmasını sağlamaktır (<http://www.aksav.org.tr/tr/111.htm>).

Hollywood'dan yazan gazeteci Karsten Kastelan da AAPFF kapsamında düzenlenen Avrasya Film Festivali'nin en çekici yanının, bizzat festivalin düzenlendiği 'yer' olduğunu düşünmektedir (2007). Kastelan'a göre, Türkiye'nin güneyinde bir Akdeniz kenti olan Antalya'da, AAPFF'nin 41 yaş küçük kardeşi Avrasya Film Festivali henüz ilk adımlarını atmakta olmasına rağmen düzenlendiği coğrafya itibarıyla bir avantaj yakalama şansına sahiptir. Ancak, Milano'daki Film Market'e yaşama şansı tanımayan Cannes ve Berlin festivalleri dururken Antalya'nın başarı şansının ne kadar olacağına dair bir kestirimde bulunmak oldukça güçtür. Bu konuya dair TÜRSAK Vakfı Başkanı Yiğitgil aşağıdakileri söylemiştir:

Biz bu film fuarını (Film Market) aslında ortak projeler fuarı haline getirmek istiyoruz. Burada asıl amaç Türk sinema sektörünün ve endüstrisinin güçlenmesi, ortak projelerde lider konumunda olabilmesi için yapılacak olan bir fuar. Bu ne demektir; özellikle Avrupa'dan ve Asya'dan dünyanın çeşitli ülkelerinden film yapımcıları ellerindeki projelerle gelecekler bir masanın başına oturup karşılıklı konuşacaklar, tartışacaklar. Sadece konuşma olmayacak hepsi de senaryodan, hikayeden alanlar yetkili kişiler olacağı için 'tamam' demeleri yeterli olacak yeni filmlere (*Aksiyon*, Sayı: 559, 22.08.2005, <http://www.aksiyon.com.tr/detay.php?id=22373>).

2004-2009 yılları arasında önceki yıllardan daha büyük bir bütçe ile düzenlenen AAPFF'nde ulusal ve uluslararası yarışma filmleri dışında pek çok yerli ve yabancı filmin gösterimi yapılmıştır. Dolayısıyla bir sinema seyircisi, Uzakdoğu'dan İran'a, Avrupa'dan Amerika'ya pek çok filmi izleme imkanı elde etmektedir. Benzer şekilde düşünüen gazeteci Aktuğ, Radikal Gazetesindeki yazısında, bir gazeteci arkadaşının "Çok büyüdü festival, bir sürü güzel film var, izleyemiyoruz, takip edemiyoruz!" diye serzenişte bulunduğunu bu durumun festival açısından iyi bir şikâyet olduğunu yazmaktadır. Aktuğ'a göre:

Çok değil bundan dört yıl öncesinde Altın Portakal'da 10-12 tane ulusal yarışma filminin yanı sıra birkaç eski Yeşilçam filmi gösterilirdi, o kadar. [...] Üç yıl önce Antalya Belediye Başkanı Menderes Türel, TÜRSAK'la

güç birliğine gitti. Ondan sonra festival büyüdü, serpildi. Altın Portakal'la birlikte uluslararası Avrasya Film Festivali ve Avrasya Film Market düzenlenmeye, dünya sinemasının önemli, yıldız isimleri Antalya'ya gelmeye başladı. Şimdi Altın Portakal'ın iki kalın katalogu mevcut. Bir tarafta yerli filmlerin galaları, diğer tarafta dünya festivallerinde adından söz ettiren yabancı filmler, yıldızlar [...] Takip etmek, gerçekten zor (Aktuğ, *Radikal*, 27.10.2007).

Yeniden yapılandırılan AAPFF'nin birçok olumlu kazanımlarına rağmen; 2006, 2007, 2008 yıllarında katılımcı gözlemci olarak dünya sinemasının seçkin örneklerini de izleme fırsatını bulduğum sinema gösterimleri arasında, izleyicilerle gerçekleştirdiğim yapılandırılmamış spontane mülakatlarda, izleyicilerin en büyük şikayeti, bilet fiyatları ve davetiyeler hakkındaydı. Yeniden yapılandırılmış haliyle AAPFF, bir yanda bilet alamayan, galalara davetiye bulamayan ama taşrada sinema izleme kültürü edinmiş ortalama halkın kapılarda biriktiği (Resim 19), diğer yanda tüm film gösterimlerini ve galaları kapsayan davetiyeler edinmiş İstanbullu VIP konukların ağırlandığı Antalya'ya *yabancılaşmış* bir etkinliğe dönüşmüştür.<sup>21</sup>

Kırkınıcı yılına doğru AAPFF'nin uluslararası açılımının altyapısının hazırlandığını ancak gerçekleşemediğini vurgulayan Kaynak Kişi K16, AAPFF'nin kurumsallaşma sürecini tamamlayamadan uluslararasılaşmasının festivalin halktan uzaklaşmasına neden olduğunu düşünmektedir. Böylece AAPFF, İstanbul'dan gelen VIP konuklar ve dünya sinemasının ünlülerinden oluşan yeni konuklarıyla eliteleştirilirken ait olduğu coğrafyanın halkından uzaklaşmaktadır. Kaynak kişi K16'nın da dediği gibi:

**K16:** *Davetiye koltuk sayısı sınırlıdır en nihayetinde. Herkese AKM'deki gösteri için davetiye veremezsin. Herkesin sinemaya verecek parası da olmayabilir. Hatta şöyle bir durum da var geçen seneden (2005) beri. Sanki yerli sinema sanatçılarımız ve yönetmenlerimiz geri planda kaldı, basından izlediğim kadarıyla yabancı starlara ve yönetmenlere aşırı ilgi alaka var.*

Kaynak Kişi K2, Antalya halkının AAPFF'ne katılımını; *"daha çok bariyerlerin dışından, daha önce sinemada ya da TV ekranında gördüğü starı birebir canlı*

---

<sup>21</sup> 2006'daki 43. AAPFF'nde iki farklı boyutta ve içerikte hazırlanan davetiyelerin tüm etkinlikleri kapsayan formatta olanı İstanbul'dan gelen VIP konuklara dağıtılırken, Antalyalı sanatseverler, galalara ve kapanış törenine katılamayacakları küçük davetiyelerle kapılarda durdurulmuşlardır. İçeri giremeyen halk, Antalya Atatürk Kültür Parkı'nda Cam Piramit önünde davetiyelerini yakarak durumu protesto etmişlerdir. Kaynak Kişi K2'nin "ortalama halk" diye adlandırdığı protestocu Antalyalı sinemaseverler *"böyle bir şeyin ilk kez başlarına geldiğini festivalin giderek Antalya'dan uzaklaştığını ve İstanbullulaştığını"* dile getirmişlerdir.

***Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metalaştırılması***

---

görmenin zevkiyle yetindiği, son zamanlarda da izleyici sayısının iyice düştüğü bir durum” olarak tanımlamaktadır. K2’ye göre:

**K2:** *İşi iyice salon, görkem, haşmet, kırmızı halı işine dökerseniz bu kalan izleyici de gidecek bence. Kırmızı halıya balkın ayağını bastıramazsınız. Protokolün olduğu yerde balk var mıdır? Halk ortalama insandır.*

AAPFF'nin AKSAV ve TÜRSAK işbirliği ile yeniden yapılandırılarak düzenlendiği 2005-2008 arasında özellikle Avrasya Film Festivali'nin açılış ve kapanış törenlerine katılmaları için dünya sinemasının ödüllü yönetmenleri ve oyuncularını festivale davet edilmişlerdir.<sup>22</sup> AKSAV yönetimine göre Dünya sinemasının tanınmış isimlerinden oluşmuş olan konuk listesi,<sup>23</sup> AAPFF'nin bir dünya festivali olma yolunda emin adımlarla ilerlediğini kanıtıdır (<http://www.aksav.org.tr/tr/111.htm>). Benzer bir yaklaşımla dönemin ABŞB Başkanı Türel, Türk ve Dünya sinemasının ünlülerini Antalya’da ağırlayan AAPFF'nin dünyanın en önemli festivallerinden biri olacağına inanmaktadır (*Hürriyet*, 18.10.2008; *Hürriyet*, 21.10.2008).

---

<sup>22</sup> Örneğin, 2005’de AAPFF’nin uluslararasılaştırıldığı ilk yıl, Berlin ve Venedik Festivalleri’nden ‘en iyi yönetmen’ ödülü alan Kim-Ki-Duk, Eurasia Film Festivali’nin yarışmalı bölümüne *The Bow* filmiyle katılmıştır. Yine, 2004 yılında Cannes Film Festivali’nde ‘en iyi yönetmen’ ödülünü almış olan Michael Haneke, *Cache* filmi ile 2005 Eurasia Film Festivali’nin yarışmalı bölümüne katılmıştır. 2006 yılında kırk üçüncüsü düzenlenen AAPFF’nin küçük kızı 2. International Eurasia Film Festivali’ne davet edilen konuklar dış basında da haber değeri taşıyan dünya sinemasının ünlüleri ve celebritilerden oluşmaktadır. 2006 yılında AAPFF’nin 1964’den bu yana gelenekselleşen ulusal film yarışma bölümünde yönetmen Ömer Uğur’un *Eve Dönüş* filminde oynayan Sibel Kekilli ‘en iyi kadın oyuncu’ ödülünü almıştır. Sibel Kekilli, 2005 yılında Berlin Film Festivali’nde ‘en iyi yönetmen’ ödülü almış olan Türk kökenli Alman yönetmen Fatih Akın’ın *Duvara Karşı* filminin de başrol oyuncusudur.

<sup>23</sup> Örneğin, 16-23 Eylül 2006 tarihleri arasında düzenlenen 43. AAPFF, 2. Uluslararası Avrasya Film Festivali ve 1. Uluslararası Avrasya Film Market süresince Antalya’da; Helen Mirren, Norman Jewison, Taylor Hackford, Faye Dunaway ve Irvin Kershner gibi dünyaca ünlü Hollywood ünlüleri ağırlanmıştır (*Sabah-Günaydın*, 18.09.2006).



Magazin Gazetecileri Derneği Başkanı Nurettin Soydan, TÜRSAK Vakfı Başkanı Yiğitgil'in AAPFF'ni Oscar Ödülleri gibi bir etkinliğe dönüştürme çabalarını olumlu karşıladığını, ancak “kırk üç yıllık bir çınar olan festival [yeni] yüzünü dünya yıldızlarına çevirirken; dalları, kolları, yaprakları ve gövdesi olan Türk sinema yıldızlarına sırtını dönmemeli!” diyerek AAPFF'ni uluslararasılaştırmak için kırmızı halıda boy gösteren dünya sinemasının ünlülerinden medet uman anlayışını eleştirmektedir (*Sabah-Günaydın*, 21.09.2006). Bunun yanı sıra, 2004-2008 yılları arasında ulusal yarışmaya katılan ortak ve yabancı yapımların çok ödül almalarını şaşırıca bulan gazeteci Ömür Gedik, “bizim ödül ellere gitti” diyenler olduğunu, ödül alan “Ben Hopkins'in kendisinin dahi sonuçlara şaşırıldığını” aktarmaktadır (*Hürriyet-Kelebek*, 21.10.2008).<sup>24</sup>

Kaynak Kişi K4, AAPFF kapsamında Hollywood startı ağırlamanın “*Türkiye'nin tanıtımında yer alan ilk üç tanıtım ögesi ne ise onlardan bir tanesi belki de birincisi*” demektedir. Çünkü K4'e göre;

**K4:** *[M]esela Helen Miren gibi bir kadın gelip bir hafta boyunca burada [Antalya'da] sizlerle kalıp hayran olarak ayrılırsa—çünkü benim kulağıma geliyor hatta yazılı olarak da geliyor—gider Hollywood'da bir partide “Ya iki ay önce bir festivaldeydim Antalya'da Türkiye'de bir yer, mükemmeldi. İnanılmaz filmler vardı” gibi bir laf söylerse bizim için çok büyük reklamdır. İstediklerimiz kadar reklam satın alın, bastırın veya yayınlayın o kadar etkili olmaz. Başka bir Amerikalı başka bir Amerikalıya ya da İngiliz böyle bir şey söylerse bunun değeri para ile ölçülemez. Ülke böyle tanıtılır. Buraya gelen bütün o davetliler gittikleri zaman ülkelerine bizim birer iyi niyet kültür elçilerimiz oluyorklar.*

*Antalya, Hollywood Filmleri Prodüksiyon Merkezi Olabilir mi?*

1999-2004 yılları arasında Antalya Büyükşehir Belediye Başkanlığı yapmış olan Kaynak Kişi K16'ya göre “başladığı dönem itibarıyla deyim niteliğinde bir etkinlik” olan AAPFF son yıllardaki yeniden yapılandırılmış hali ile “*Türk sinema sektörünün endüstrileşmesine dair farklı tartışma alanları açmıştır.*” Ancak, Antalya'da başta portakal olmak üzere tarım ürünleri üretip, turizm endüstrisi alanında hizmet verip, film festivali düzenlemenin anlamsızlığına değinen Kaynak Kişi K5'in söylediklerinden çıkarsarsak; Antalya'da Sinema Festivali düzenlemek, sinema alanında üretim yapmanın kültürüne sahip çıkmak ve bunu tanıtmak için anlamlıdır. K5, bir yerde bir festival düzenlenebilmesi için o yerde, “*festivale konu olacak olan şeyin kültürünün var olması gerektiğini*”

---

<sup>24</sup> 2007 yılında *Yaşamın Kıyısında* ile Fatih Akın ‘en iyi yönetmen’ seçilirken, 2008 yılında İngiliz yönetmen Ben Hopkins'in Türk-İngiliz-Alman-Kazak ortak yapımı olan *Pazar: Bir Ticaret Masalı* filmi ulusal yarışmada ‘en iyi film’ ödülünü, ‘en iyi kostüm’ ödülünü ve filmin başrol oyuncusu Tayanç Ayaydın ‘en iyi erkek oyuncu’ ödülünü almıştır. Bu konuda bakınız Ömür Gedik “Antalya'dan Son Notlar” *Hürriyet-Kelebek*, 21.10.2008; “Dünya Sineması Antalya'da Yarışıyor” *Hürriyet-Pazar Keyfi*, 25.09.2005

## ***Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metaştırılması***

---

söylemiştir. Diğer bir deyişle Antalya'da Sinema Festivali düzenlemek için orada sinema prodüksiyon (üretim) kültürünün olması ön koşuldur. K5, bu konudaki görüşlerini şöyle açıklamıştır:

**K5:** *Eğer Isparta'da gül festivali yapıyorsanız, anlamlıdır ama gül yetiştiriciliğinin kültürüne sahip çıkmak için, bunu tanıtmak için anlamlıdır. Ancak Antalya'da portakal yetiştirip film festivali düzenlerseniz, sorarlar adama. Belediye Başkanının çabalarını takdirle karşılıyorum ama burada bir sinema endüstrisi kurulmadan sinema festivalini düzenleyerek uluslararası festival yaratmak hele buna dayanarak kültür kenti yaratmak çok zor. Kültür zor kazanılan bir şeydir. Öyle iki günde bir nesilde kavranılan bir şey değil ki. Bunun için zaman gerekiyor. Öncelikle altyapının oluşması gerekiyor.*

Tartışmanın başında önerilen kavramlardan biri olarak “Antalya'nın bedenleşmiş kolektif kültürel sermayesi” yine Bourdieu'nun kavramını kullanırsak Antalya'nın *habitus*'u, bir başka deyişle Antalya'daki/Antalyalıların ortak üretim aktiviteleri ile belirlenebilir (Varlı-Görk, 2010b: 42-43). Kırk yıllık geçmişine rağmen AAPFF, Antalya'da 'sinema izleme kültürü'nü oluşturmanın ötesinde 'sinema üretimi kültürü'nü oluşturamamıştır. Dolayısıyla kırk yıl boyunca AAPFF, İstanbul'u 'tamamlayan' bir taşra kenti olan Antalya'da 'sinema izleme kültürü'nü oluşturmak ve korumak adına tekrarlanmışken, kırk birinci yıldan itibaren Antalya'da 'sinema üretimi kültürü'nü oluşturmak amacıyla yeniden yapılandırılmaktadır.

Kaynak Kişi K4, “Antalya, Türkiye’de sinema endüstrisinin—sadece ulusal sinema değil, uluslararası anlamda—oluşmasına olanak tanıyabilir mi?” sorusuna aşağıdaki yanıtı vermiştir:

**K4:** *Tam yeridir bence. [...] Müthiş bir mekan zenginliği var. Işık olağanüstü. Saklıkent'e çıkar kar sahnesi, kayak sahnesi çekersiniz, aşağıya inersiniz deniz sahnesi çekersiniz. Ve bakın kuralları var. Adam diyor ki: “İlk dış mekana 40 dakikada ulaşmazsam gitmiyorum diyor.” Şimdi Hill-Side’i merkeze alıp 40 dakikada ulaşılabilir yerleri bir daire içine alırsanız Phaselis giriyor, Termessos giriyor, Aspendos giriyor, o işe yaramayan stüdyo [Çandırwood] bile olabilir. Şimdi yapmanın derdi şu. Adam diyor ki 40 dakikayı aşınca ben ekibimi götürmem oraya çünkü maliyet artıyor diyor. Olağanüstü koşullar. “Ben bir otelde en aşağı 200 oda bulmam lazım” diyor. İstedığı gibi yüzlerce otel var üstelik hepsi beş yıldızlı. “Rent a Car”lar. O hoo en lüks arabalarla. Artık kamera falan bıkaydı. İstanbul’dan alırsın kameranı 55 dakika sonra Antalya’dasın. Dolayısıyla Antalya bu anlamda bir numara.*

Tıpkı Kaynak Kişi K4 gibi Antalya ve Bölgesi’nde Türk sinema endüstrisinin oluşmasının koşullarının var olduğuna, hatta bu bölgenin Avrupa Sinemasının Yapım Merkezi olmaya aday bir yer olduğuna inanan Kaynak Kişi K5, bunun gerçekleşebilmesi için çok fazla neden olduğunu ileri sürmektedir.

K5'e göre bu nedenlerden ilki, Antalya'da kurulmuş olan ve Çandırwood<sup>25</sup> olarak bilinen film stüdyosudur (*Hürriyet*, 08.10.1998). 1998 yılında kurulan Çandırwood, Türkiye'de büyük prodüksiyonların çekilebileceği tek mekan olarak lanse edilmiş olmasına rağmen bugüne kadar sadece *Arabian Night* ile *G.O.R.A.* filmlerinin çekimlerine ev sahipliği yapmıştır. Hollywood'un artık film çekiminden çok şov ve turistik amaçlı kullanıldığını ve Amerikalı yapımcıların başka ülkelere yöneldiğini söyleyen Film Stüdyoları İdari Yöneticisi Bülent Güçer, şu bilgileri vermiştir:

Yasal bazı düzenlemelerin gerçekleştirilmesi halinde Çandırwood, dünyanın belli başlı film çekim merkezlerinden biri olabilir. Ancak öncelikle gümrük, çalışma izni, vergi düzenlemesi gibi birtakım yasal değişikliklerin olması gerekiyor. Bunlar gerçekleştiği takdirde ülkemize yıllık 80-90 milyon dolar girdi sağlama gücüne sahibiz (*Akşam*, 16.12.2004).

Kaynak Kişi K5'e göre "*Antalya'nın Avrupa'nın yeni Sinema Prodüksiyon Merkezi olabilme nedenlerinden*" ikincisi, dış çekimler için ön koşul olan Antalya'daki ışığın konumu, yansımaları ve yoğunluğudur. O'na göre dış mekanda film çekmek için Antalya, ideal ışığa ve iklim koşullarına sahiptir. Üçüncüsü, *Yüzüklerin Efendisi* gibi fantastik bir filmdeki sahnelerin çoğuna arka plan olacak kanyonlar, deniz, dağ ve orman Antalya'da doğal olarak zaten vardır. Kaynak Kişi K5'e göre dördüncü neden, K4'ün de vurguladığı gibi, ulaşım ve konaklama olanaklarıdır. Dünya'daki birçok havaalanından doğrudan uçuşun yapıldığı Antalya Dış Hatlar Terminali'nin önemine değinen K5'e göre beşinci ve en önemli neden ise burada 1964'den bu yana aralıksız bir Film Festivali'nin düzenleniyor olmasıdır.

Kaynak Kişi K5, yerli ve yabancı film yapımcıları ve yönetmenlerin Antalya'daki potansiyelin farkına varmaya başladıklarını düşünmektedir. Ancak K5, yapımcı ve yönetmen için Antalya'da film çekimi olanaklarının film çekimi maliyetlerini düşürme yönünde yeniden düzenlenmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Bu amaca yönelik, Antalya'da film endüstrisinin yan alanları olan dekor, sahne tasarımı, kostüm, tekstil gibi alanlarda hizmet verebilmek üzere ara elemanların yetiştirilmesinin bir zorunluluk olduğunun altını çizen K5, sinema endüstrisindeki ara eleman açığını karşılamak üzere Serik Sinema Meslek Yüksek Okulu'nu açtıklarını söylemiştir. K5, ileride bu Yüksek Okulu, Altın Portakal Sinema Meslek Yüksek Okuluna dönüştürmeyi planladıklarını, oradaki Kaymakamlığın bunu desteklediğini hatta yer tahsis ettirdiğini ancak sonrasında Akdeniz Üniversitesi'ne bağlandığı bilgisini vermiştir.

---

<sup>25</sup> Amerikan Golden Horn Film Industry Company ve Türk Tekfen Holding işbirliği ile Antalya'nın Serik ilçesinde Çandır mevkiinde kurulmuş olan film stüdyoları 14 000 metrekaare kapalı alan ve 60 000 metrekaare açık alandan oluşmaktadır. (*Hürriyet*, 08.10.1998, <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=-46741> erişim tarihi 20.07.2010).

## ***Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metaştırılması***

---

Bugün, Hollywood film endüstrisinin kapsadığı yeni 'kültürel coğrafya', hem sanatsal yaratıcılık hem de ucuz emek gücü arayışında olan Amerikan film endüstrisinde yer alan eyleyicilerin, sermayenin küresel dolaşımına paralel olarak dünyanın farklı yerlerinde yeni film yapım merkezlerinin oluşmasına yol açarak genişlemektedir. Hollywood film endüstrisindeki üretim sisteminin de diğer endüstri alanlarında olduğu gibi post-Fordist esnek üretim biçimine dönüştüğü bu süreçte küresel yayılımı hızlandıran bir önemli neden, film yapım merkezi olmaya talip olan kentlerin veya bölgelerin birbirleriyle olan yarışıdır. Sanatsal yaratıcılık, teknolojik birikim ve nitelikli emek gücü bakımından yetkin olmayan bölgeler bu yarışta yer almak için sunabilecekleri ucuz emek gücü veya doğal film platolarıyla bu yeni oyun alanında yer almaya çalışmaktadırlar. (Daha detaylı bilgi için bkz. Varlı-Görk, 2010: 62-64; Scott, 2004; Bassett ve diğerleri, 2002; de Bruni, 2007; Scott ve Pope, 2007).

### *29 Mart 2009 Yerel Seçim Sonrası*

2004-2009 döneminde Antalya'da KYY'nın baş aktörü olan ABŞB başkanı Menderes Türel, 29 Mart 2009 günü yapılan yerel seçimlerde yeniden aday olmuştur. Seçim sonuçlarına göre Akdeniz Üniversitesi eski Rektörü Prof. Dr. Mustafa Akaydın ABŞB'nin yeni başkanı seçilmiştir. Seçimlerden beş gün sonra Star Gazetesi yazarı Alin Taşçıyan, düzenlendikleri kentlerin yerel yönetimler ve özellikle Büyükşehir belediyeleri tarafından düzenlenen film festivallerinin durumunun endişe ile takip edildiğini yazmıştır. Taşçıyan "Belediye Başkanları değişti, festivaller zora düştü" başlıklı yazısında "Antalya cezalandırılacak mı?" diye sorarken sinema sektöründe yer alan aktörlerin seçim sonuçlarına dair değerlendirmelerini aşağıdaki gibi özetlemektedir:

Sinema sektöründe, seçimi CHP adayı Prof. Dr. Mustafa Akaydın kazandığı için, hükümetin dört yıldır gözbebeği olan, 10 milyon bütçeli Antalya Altın Portakal Film Festivali'nden desteğini çekeceğine kesin gözüyle bakılıyor. Antalya Belediye Başkanı, festivali düzenleyen AKSAV'ın yönetim kuruluna da geleneksel olarak başkanlık ediyor. 2008 festivalinin borçlarının önemli bir kısmının ödenmemiş oluşu ve bir tek Hollywood yıldızının Antalya'da ağır lanma masrafının on binlerce dolar tutması Prof. Dr. Mustafa Akaydın'ın seçim öncesi eleştirilerine hedef olmuştu (Taşçıyan, *Star*, 04.04.2009).

Yerel seçimlerden bir ay sonra, 29 Nisan 2009 günü partisinin ilçe belediye başkanları toplantısında yaptığı konuşmada Başbakan Erdoğan'ın "*Arkadaşlar, şu lüzumsuz, gereksiz, yok festivaller, yok şölenler, yok bilmem neler filan, bunlardan ortak kesinlikle vazgeçmeliyiz, vazgeçmelisiniz*" ([http://www.haberler.com/erdogan-festivalden-solenden-vazgecin-haberi/;](http://www.haberler.com/erdogan-festivalden-solenden-vazgecin-haberi/) <http://www.haberler.bbs.tr/erdogan-festivalden-solenden-vazgecin.html>) sözleri, Taşçıyan'ın "Antalya cezalandırılacak mı?" sorusuna bir yanıt niteliğindedir.

AAPFF’ni yıllardır düzenleyen AKSAV’ın yönetim kurulu başkanı olan yeni ABŞB başkanı, 10-17 Ekim 2009 tarihleri arasında kırk altıncı festivali düzenleme görevini TÜRSAK’dan devralır. Ardından, Vecdi Sayar festivalin genel sanat yönetmenliğine getirilir. Sayar, AKSAV’ın doğru bir tercih yaptığını vurgulayarak son üç aya sığdırılmış bir çalışma dönemine, bütçe ve zaman dezavantajına rağmen iyi bir mönüyle izleyici karşısına çıkacaklarını ifade etmiştir (*Hürriyet-Kelebek*, 09.10.2009). Vecdi Sayar’ın AAPFF’nin 2009 bütçesine dair söyledikleri de Taşçıyan’ın “Antalya cezalandırılacak mı?” sorusuna verilen bir başka yanıt olarak kabul edilebilir:

Geçen yılki [2008] bütçenin 21 milyon TL olduğunu ABŞB kendi muhasebe kayıtlarından çıkardı. Şu anki bütçeye gelince: 3,5 milyon ABŞB kaynaklarından, 1 milyon 250 bin TL de Kültür ve Turizm Vakfı’nın desteği [var]. Hepsi bu kadar. [Kültür ve Turizm Bakanlığı] Tanıtma fonundan hala cevap bekliyoruz [festivalin başlamasından bir gün önce].

Dünyada üç-dört tane önemli film marketin egemen olduğu film endüstrisi alanında, Antalya’da yeni kurulan Film Market’in gerçekçi olmadığını ve bu nedenle yaşama şansının olmadığını düşünen yeni AKSAV yönetimi Film Market’i kaldırır. Yeniden geleneksel Venüs heykeliğini ödül olarak dağıtma kararı alınır. Yeni festival yönetimi, TÜRSAK’ın önemseydiği Antalya’da Hollywood yıldızı ağrılama yaklaşımından da vazgeçer. Bu konuda Vecdi Sayar şunları söylemektedir:

Festivalin kalitesi ne kadar star getirdiğinizle ölçülmez. Büyük festivallere starlar filmlerinin tanıtımı için gelir. Bu festivale de bazı oyuncu ve yapımcılar gelecek gereksiz insanlar ve gereksiz harcamalardan kaçınılrsa, festivalin geleceği ve saygınlığı açısından daha doğru olur. Para vererek oyuncu getirdiğiniz zaman uluslararası sinema çevrelerinde itibar kaybı olur. Onları getirmek bir marifet değil, asıl marifet o insanları film programlarıyla paralel olarak kullanabilmek.

2009 yılında AAPFF’nde yapılan değişiklikler hakkında “Festival gibisin, katılmak istiyorum” başlıklı bir yazı yazan *Hürriyet* (20.08.2009) yazarlarından Ömür Gedik, Dünya sinemasının ünlülerinin davet edildiği tatil festivali yerine entelektüel seviyesi yüksek bir festival hazırlığından söz etmektedir. 2009 festivaline katılan bir başka gazeteci Rahşan Gülşan (*HaberTürk*, 17.10.2009) “saçma sapan geyikler yerine deli gibi ‘sinema muhabbeti’ dönüyordu ortalıkta” diye yazarak festivalin “star ağrılmak gibi gereksiz bir yükü üzerinden attığını ve işin konsantre bölümünün orada olduğunu” vurgulamaktadır.

## **Sonuç Yerine**

1964’den bugüne düzenlenmekte olan AAPFF’nin, ilk kez 2003 yılında kırkıncı festivalde gündeme gelen festival süresinin uzatılması, jüri yapılması, akademik kuşağın sinemaya entegrasyonu, medya sponsorluğu,

***Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metalaştırılması***

---

özel sektörle işbirliği, festivalin Antalya'nın imajı ile ilişkilendirilerek Antalya'nın markalaştırılması, festivalin Türk sinema endüstrisi ile ilişkilendirilmesi gibi konular; yeniden yapılandırıldığı 2004-2009 döneminin ana izleğini oluşturmaktadır. Bu dönemde, öncelikle festivalin uluslararasılaştırılması, jüri üyelerinin oluşturulması, afiş tasarımları, ödül heykelcikleri, ödül miktarları, festival sponsorları ve bütçesi alanında yapılan değişikliklerle yeniden yapılandırılma sürecine giren AAPFF, Türk sinema sektörünün endüstrileşmesi yönünde yeniden yapılandırılması sürecinde, Hollywood film endüstrisinin yeni yapım merkezi olmaya aday olan Antalya'nın sahip olduğu potansiyelin vitrini olarak araçsallaştırılmıştır.

Alan araştırmasının bulgularına göre, Antalyalı kent paydaşlarının festivalden beklentileri değiştiği için AAPFF'nin yeniden yapılandırılması sürecine gidilmiştir. Bu süreçte, Asya ile Avrupa arasında Akdeniz kıyı kenti Antalya'nın coğrafi konumu özellikle vurgulanmaktadır. AAPFF kapsamında 'Avrasya' olarak belirlenen 'kültürel coğrafya', 2005 yılında uluslararasılaştırılan festivalin ve ilk kez 2006 yılında düzenlenen Film Market'in isimleri olarak tescil edilmiştir. Doğal güzellikleri, iklimi, konaklama olanakları ve kültür endüstrisi pazarına sunacağı ucuz konaklama tesisleri, ara eleman, atıl da olsa bir stüdyosu ile Antalya, 'sanatsal yaratıcılık' arayışında olan yapımcılar için olmasa bile 'ucuz emek gücü' arayışında olan Hollywood'lu yapımcıların gözünde film prodüksiyon merkezi olmaya aday diğer bölgelerden daha cazip hale getirilmeye çalışılmaktadır. Tüm bunların yanı sıra, AAPFF, Antalya'nın en önemli kurumsallaşmış kolektif kültürel sermayelerinden biri olarak hem film endüstrisi alanına yatırım yapacak sermayedarları, hem de hiper-turistleri kente çekmek için önemli bir Kentsel Propaganda Projesi olarak görülmüştür.

Gelenekselleşen formatıyla 40 yıl boyunca Antalya'nın en önemli kurumsal kolektif kültürel sermayelerinden biri olan AKSAV tarafından düzenlenen AAPFF'nin yeniden yapılandırılma sürecinde Antalya'daki kültür-sanat alanında etkin rol oynayan Antalyalı olmayan eyleyiciler gözlenmektedir. Antalya'da kültür-sanat alanında yatırım yapacak yerli ve yabancı sermayedarı ve en önemlisi Antalya'da film çekmek üzere Hollywood yapımcılarını bölgeye çekmek amacıyla AAPFF'nin yeniden yapılandırılması sürecinde yer alan eyleyiciler, dünya kültür endüstrisi alanında rol oynayan küresel eyleyicilerle temasa geçebilecek sosyal ve kültürel sermayeye sahip İstanbullu eyleyicilerle işbirliği içine girmişlerdir. Bu süreç boyunca festival giderek Antalya'ya ve Antalya'ya yabancılaşmıştır. Diğer taraftan, 45 yıllık festival aracılığıyla Yeşilçam ürünlerine pazar arayan İstanbul bu işbirliğine dünden razıdır. 'Yarışan' kent kavramı Antalya gibi küresel sermayeyi bölgelerine çekmek için benzer ekonomik faaliyet gösteren kentlerle yarışan kentleri tanımlamak için uygun bir kavram olarak görülebilir. Ancak alan araştırmasının bulguları Antalya'nın turizm alanında Akdeniz'de kıyası olan diğer turizm destinasyonu merkezleriyle yarışırken ya da yenilerde Cannes ve Venedik gibi film festivali düzenleyen kentlerle yarışa girmişken, bu yarışta kendine destek olacağına

inandığı İstanbul'u 'tamamlayan' kent olma yolunu seçmiş olduğunu göstermektedir. Wallerstein'in 'dünya sistemi' modelinde sözünü ettiği biri merkezde diğeri çevrede olan iki kentin bazı alanlardaki eyleyicilerinin işbirliği yapması ile çevreden merkeze doğru olan sermaye akışını tersine çevirmeyi amaçlayan 'tamamlayan' kent modeli tartışmalı bir modeldir. Birbirini 'tamamlayan kentler' arasında 'merkez', 'çevre'deki kente yatırım dahi yapmış olsa, sermaye birikiminin ağırlık merkezi olarak 'çevre'den kendisine doğru sermaye akışını sürdürecektir.

Sonuç itibariyle, 2004-2009 belediye yönetimi döneminde, başta kültür-sanat olmak üzere genel iktidar alanı içinde yer alan pek çok alt-alanın yeniden yapılandırıldığı gözlenmiştir. Kamu-özel ortaklıklarıyla kurulmuş kamu ve iş dünyasının ortak çıkarlarını karşılamaya yönelik, sermaye birikimini hızlandıran işbirliklerinin hızlandığı bu yeni yönetim dönemi bir 'neo-liberalleşme süreci' olarak tanımlanabilir. Sermaye seçkinlerinin iktidarını sürekli kılmak için sermayenin birikim koşullarını en elverişli hale getirmeye yönelik bir siyasi proje olan Antalya'da yerel yönetimin neo-liberalleşmesi sürecinde, kırk yıl boyunca naif ve yerel kalmış olan AAPFF'nin orijinallığı, otantikliği ve biricikliği metalaşmasını olanaklı kılmak üzere yeniden yapılandırılarak tanımlı bir kültürel coğrafya pazarına sunulmuştur.

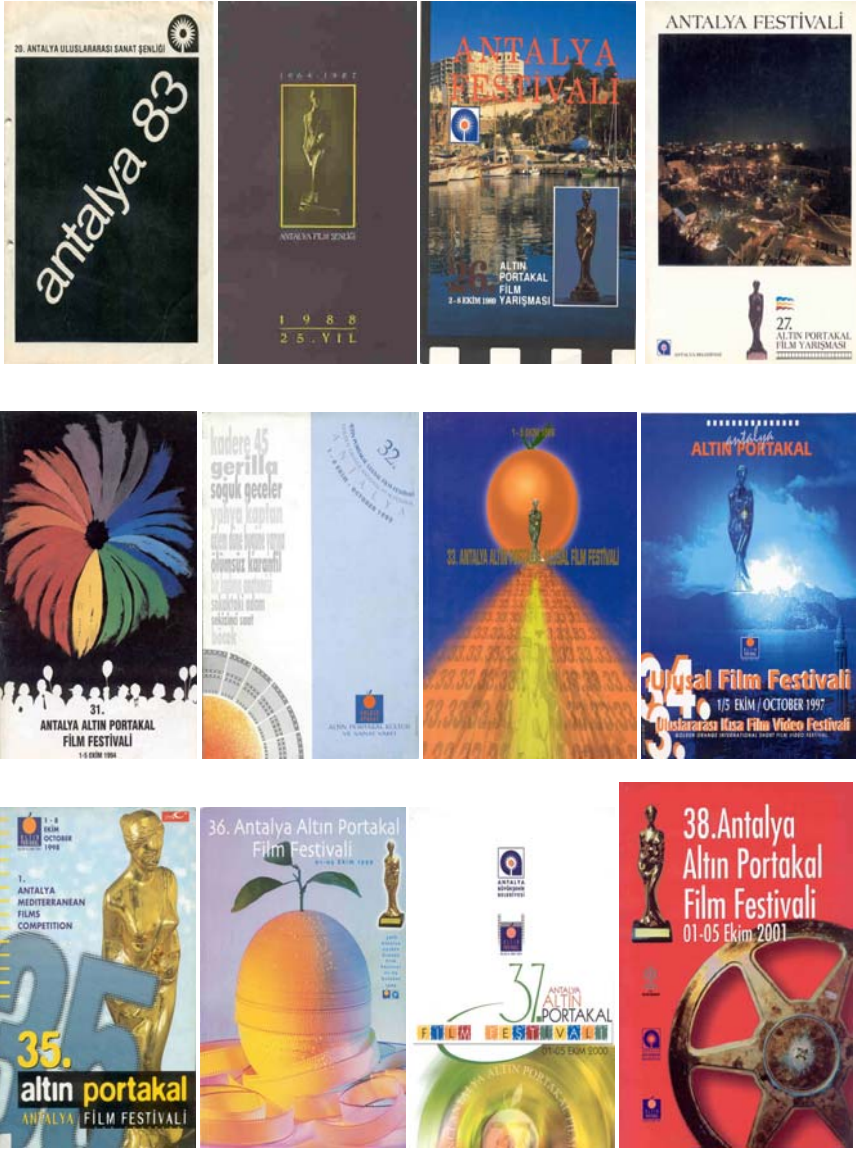


**Resim 1** AAPFF Geleneksel Ödül Heykeli  
**Kaynak:** Aslı Toprak (2008)



**Resim 2** Yeni tasarlanan AAPFF Ödül Heykelciği  
**Kaynak:** son erişim tarihi 30.05.2010  
<http://www.antalyamiz.com/tr-metinler-16-5-.html>

*Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metalastırılması*



Resim 3-14 Afiş Yarışması ile elde edilen AAPFF Afişleri





Resim 15-18 Afiş Yarışması ile elde edilen AAPFF Afişleri

Kaynak: <http://www.grafikerler.net/dunden-bugune-altin-portakal-film-festivali-afisleri-t29846.html> son erişim tarihi 30.05.2010;  
<http://www.antalyadanhaber.com/2001antalyahaberleri> son erişim tarihi 30.05.2010



Resim 19 Antalya sinema izleyicileri davetiye protestoları 43. AAPFF, 2006

Kaynak: Varlı-Görk (2006)



Resim 20-22 Emrah Yücel tarafından tasarlanan AAPFF Afişleri

Kaynak <http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/376725.asp> son erişim tarihi 30.05.2010

*Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metalastırılması*

---



Resim 23-25 Emrah Yücel tarafından tasarlanan AAPFF Afisleri

Kaynak: <http://www.dizifilm.com/forum/showthread.php?t=56210> son erişim tarihi 30.05.2010

## KAYNAKLAR

<http://www.aksav.org.tr/tr/111.htm>, son erişim tarihi 10.06.2008

“45. Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin kapanış partisi Beverly Hills'in çilgin partilerini aratmadı” *Hürriyet*, 21.10.2008. <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/ShowNew.aspx?id=10164613>, son erişim tarihi 30.05.2010

“Antalya Büyükşehir 2009 Yerel Seçim Sonuçları” <http://secim.haberler.com/2009/sonuc.asp?il=antalya>, son erişim tarihi 30.05.2010.

“Avrasya'ya muhteşem açılış” *Sabah-Akdeniz*, 19.09.2006.

“Dünya'nın en önemli festivallerinden olacak” *Sabah-Günaydın*, 18.09.2006.

“Hollywood yıldızları Antalya'da buluştu” *Hürriyet*, 18.10.2008, <http://www.hurriyet.com.tr/magazin/anasayfa/10148008.asp>, son erişim tarihi 30.05.2010.

“Yiğitgil yanlış yönlendiriliyor” *Sabah-Günaydın*, 21.09.2006.

AKSAV (2003) “40. Altın Portakal Film Festivali Afış Yarışması” *Portakal*, 3, s. 2.

AKSAV (2003) “40. Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin Ardından” *Portakal*, 10, s. 6.

AKSAV (2003) “40. Yıldı, 40 Mekan, 40 Coşku” *Portakal*, 9, s. 9.

- AKSAV (2003) “Altın Portakal’a Hazırlık Toplantıları Devam Ediyor” *Portakal*, 3, s. 3.
- AKSAV (2003) “Altın Portakal’da 40. Yıla Özel Uygulamalar” *Portakal*, 4, s. 7.
- AKSAV (2003) “Altın Portakalları Onlar Verecek” *Portakal*, , 9, s. 10.
- AKSAV (2003) “Bu kent, kültür sanatın maliyetine katlanmalıdır” *Portakal*, 5, s. 3.
- AKSAV (2003) “İkinci Türk Sinema Kurultayı” *Portakal*, 9, s. 9.
- AKSAV (2003) “Yeşilçam Nasıl Endüstri Olur?” *Portakal*, 10, s. 16-17.
- AKSAV (2003) Çetin, S. “2. Türk Sinema Kurultayı Sonuç Bildirgesi” *Portakal*, 10, s. 24-25.
- AKSAV (2003) Ercenk, G. “Geniş Açık: 40 Yılın Hatırı” *Portakal*, 8, s. 4.
- AKSAV (2003) Ercenk, G. “Geniş Açık: Şimdi ‘Kabuk Kırmı’ Zamanı” *Portakal*, 10, s. 4.
- AKSAV (2003) Kumbul, B. “Bakış: 40. Yıl Coşkusu” *Portakal*, 8, s. 3
- AKSAV (2003) Kumsal, G. “40. Yıl ve Yeni Rota” *Portakal*, 9, s. 5.
- AKSAV (2003) Kumsal, G. “Festivaller ve Kentler” *Portakal*, 8, s. 5
- AKSAV (2003) Kumsal, G. “Kırmızı Balon” *Portakal*, 2.
- AKSAV (2003) *Portakal*, 9, s. 12.
- AKSAV (2003) Şen, N. “Kentli Olabilme Bilinci ve Festivaller” *Portakal*, 8, s. 4.
- AKSAV (2003) Türkoğlu, N. ve M. Öztürk, “Karşılaşma Yeri Olarak Kentler ve Film Festivalleri” *Portakal*, 10, s. 21-23.
- AKSAV (2004) “AKSAV’da Yeni Yönetim” *Portakal*, 15, s. 3.
- AKSAV (2004) Türel, M. “Bakış: Antalyalı Sanatseverlere Merhaba” *Portakal*, 14, s. 9.
- Aktuğ, E. “Favoriler Netleşiyor” *Radikal*, 27.10.2007, <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=236985>, son erişim tarihi 20.07.2010.
- ATSO (2004) Özgen, K. “Markalaşma Antalya’nın, Turizm’den Tarıma Bütün İşletmelerimizin Ortak Hedefidir” *Vizyon* 18 (199), s. 3.
- AYŞE ÖZYILMAZEL’in Haberi “Festival değil, otel animasyonu” *Sabah-Günaydın*, 18.09.2006.
- ADORNO, T. W. (2007) *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*, çev. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen, İstanbul: İletişim.

*Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metaştırılması*

---

- BAŞCI, E. (1990), “Günümüzde Kültür-Sanat Değerleri ve Etkinliklerinin Turizmle Etkileşiminin Düşündürdükleri”, *Anatolia*, Sayı:1, Ocak 1990, s. 11-14.
- BIANCHİNİ, F., (1993) “Remaking European Cities: the Role of Cultural Policies” in *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience* Edited by Franco Bianchini and Michael Parkinson, Manchester and New York: Manchester University Press, s. 1-20.
- BOURDIEU, P. and WACQUANT, LOIC J.D. (2001); *An Invitation to Reflexive Sociology (Réponses. Pour une anthropologie réflexive.)*, Chicago: The University of Chicago Press.
- BOTTOMORE, T. (2002) *Marxist Düşünce Sözlüğü*, İstanbul: İletişim.
- BOYLE, M. (1999) “Growth Machines and Propaganda Projects: A Review of Readings of the Role of Civic Boosterism in the Politics of Local Economic Development,” in Jonas, E. G. Andrew, and David Wilson (Eds.) *The Urban Growth Machine: Critical Perspectives, Two Decades Later*, New York: State University of New York, s. 55-70.
- CENGİZ SEMERCİOĞLU, “Beyin özürlülere anında müdahale” *Hürriyet-Kelebek*, 21.10.2008, <http://www.cnnturk.com/2008/kultur.sanat/sinema/10/19/altin.portakal.aoda.oduller.sahiplerini.buldu/497471.0/index.htm>, erişim tarihi 30.05.2010; <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=10170965&yazari d=105>, erişim tarihi 30.10.2010.
- CLIFTON, R. ve MAUGHAN, E. (2000) *Twenty-Five Visions: The Future of Brands*, London: Macmillan
- ÇİMRİN, H. (2002) *Antalya: Tarihi ve Turistik Rehberi*, Antalya: Simge Yayınevi.
- ÇİMRİN, H. (2004) *City of Festival for 41 Years: Antalya*, Antalya: AKSAV Yayınları.
- ÇİMRİN, H. (2007); *Bir Zamanlar Antalya: Tarih, Gözlem, Anılar*, v1. 4<sup>th</sup> ed., Antalya: ATSO Yayınları.
- ÇİMRİN, H. AKSAV “Altın Portakal Film Festivali'nin İlk Yıllarına Yolculuk” *Portakal*, Antalya: Antalya Büyükşehir Belediyesi, Antalya Kültür Sanat Vakfı- (Eylül-Ekim 2003), s. 12.
- ÇİMRİN, H. *Kuruluşundan Günümüze Antalya Kent Kronolojisi [İÖ 158-2005]* (2005) Antalya: Azim Matbaası.
- DE BRUIN, A. (2007) “The Film Industry in New Zealand: An Entrepreneurship Continuum” in Henry, C. (ed.) *Entrepreneurship in the*

- Creative Industries: An International Perspective* Cheltenham and Northampton: Edward Elgar, s. 87-103.
- DE ROO, G. (Ed.), (2007) *Fuzzy Planning: The Role of Actors in a Fuzzy Governance Environment* Porter Aldershot, Burlington: Ashgate Publishing.
- “Dünya Sineması Antalya’da Yarışıyor” *Hürriyet-Pazar Keyfi*, 25.09.2005.
- EAGLETON, T. (2005) *After Theory*, New York: Basic Books.
- ERCENK, G. (2004) “The Initial Steps for Change” *City of Festival for 41 Years: Antalya*, Antalya: AKSAV Yayınları.
- “Erdoğan: Festivalden, Şölenen Vazgeçin” 29.04.2009, <http://www.haberler.com/erdogan-festivalden-solenden-vazgecin-haberi/> <http://www.haberler.bbs.tr/erdogan-festivalden-solenden-vazgecin.html>, son erişim tarihi 30.05.2010.
- GADAMER, H. G. (1998) “Culture and the Word,” *Praise of Theory: Speeches and Essays*, translated by Chris Dawson, New Haven and London: Yale University Press, s. 1-15.
- GETZ, D. ve FRISBY, W. (1988) “Evaluating Management Effectiveness In Community-Run Festivals”, *Journal Of Travel Research*, Vol:27 No:1, s. 22–27.
- GETZ, D. ve FRISBY, W. (1989) “Şehir Festivallerinin Turizm Üzerindeki Etki Düzeyi Üzerine Bir Araştırma”, *Turizmde Seçme Makaleler*, sayı:3, s.14- 34.
- GIDDENS, A. (1998) *The Third Way: The Renewal to Social Democracy*, Cambridge and Malden: Polity Press.
- HARVEY, D. ([1989] 1990) *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Oxford and Cambridge: Basil Blackwell.
- GIDDENS, A. (2000) *The Third Way and Its Critics*, Oxford and Malden: Polity Press
- HARVEY, D. (2001) [First published in (1989c) *Geografiska Annaler* 71B: 3-17.] “From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation of Governance in the Late Capitalism” in David Harvey (ed.) *Spaces of Capital: Towards a Critical Geography*, New York: Routledge, 2001, s. 345-368.
- HARVEY, D. (2001) [Prepared for the Conference on Global and Local, held at the Tate Modern in London, February, 2001p] “The Art of Rent: Globalization and the Commodification of Culture” in David Harvey (ed.) *Spaces of Capital: Towards a Critical Geography*, New York: Routledge, 2001, s. 394-411.

***Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metaştırılması***

---

- HARVEY, D. (2001b) [İlk basımı 1975, *Antipode*]; “The Geography of Capitalist Accumulation: A Reconstruction of the Marxian Theory” in David Harvey (ed.) *Spaces of Capital: Towards a Critical Geography*, New York: Routledge, s. 237-266.
- HARVEY, D. (2002) “The Art of Rent: Globalization Monopoly and the Commodification of Culture” *Socialist Register*, s. 93-110.
- HARVEY, D. (2005) *A Brief History of Neoliberalism*, Oxford and New York: Oxford University Press
- HARVEY, D. (2006) *Spaces of Global Capitalism: Towards a Theory of Uneven Geographical Development*, London and New York: Verso.
- HEIDEGGER, M. (1991) *Nietzsche, Volume 1: The Will to Power as Art*, translated from the German David Farrel Krell, New York, San Francisco, London: Harper and Row, Publishers, s. 80-91.
- Hürriyet*, 08.10.1998, <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=-46741> son erişim tarihi 20.07.2010.
- KASTELAN, KARSTEN “Eurasia fest is interesting mix of East, West” Nov 2, 2007  
[http://www.hollywoodreporter.com/hr/content\\_display/features/columns/postcard/e3i653608aa3a0ea3bb5080cc2617ae7883](http://www.hollywoodreporter.com/hr/content_display/features/columns/postcard/e3i653608aa3a0ea3bb5080cc2617ae7883), son erişim tarihi 20.07.2010.
- KEIL, ROGER “The Third Way Urbanism: Opportunity or Dead End?” *Alternatives*, Vol. 25, No. 2, 2000. s. 247-67.
- MARTIN, B. ve MASON S. M. (1987), “Social Trends And Tourism Futures”, *Tourism Management*, June 1987, United Kingdom: Butterworth And Co.
- MUHSİN ÖZTÜRK’ün TÜRSAK Vakfı Başkanı Engin Yiğitgil ile yaptığı söyleşi, *Aksiyon*, s.559 - 22.08.2005, <http://www.aksiyon.com.tr/detay.php?id=22373>, son erişim tarihi 19.07.2010.
- MUMFORD, L. (1938) *The Cultures of Cities*, New York: Harcourt, Brace Company.
- MUSTAFA KOZAK, “Çandırwood’u GORA kurtaracak” *Akşam*, 16.12.2004,  
<http://www.aksam.com.tr/arsiv/aksam/2004/12/16/magazin/magazin3.html>, son erişim tarihi 20.07.2010.
- NİHAT TOKLU’nun Engin Yiğitgil ile yaptığı Röportaj “Bu festivale sahip çıkılmalı” *Sabah-Akdeniz*, 19.09.2006.

- NURGÜL YEŞİLÇAY, *Gala Sinema Söyleşisi Programı*, TÜRKMAX Televizyon Kanalı, 23.05. 2008, Saat: 22.55.
- O'CONNOR, J. ( 2004) "Cities, Culture and "Transnational Economics"" in Scott, A. J. and Power, D. (eds) *Cultural Industries and Production of Culture*, London and New York: Routledge, s. 37-53.
- ÖMÜR GEDİK "Antalya'dan Son Notlar" *Hürriyet-Kelebek*, 21.10.2008.
- PICARD, D. ve ROBINSON, M. (2006) "Remaking Worlds: Festivals, Tourism And Change", *Festivals, Tourism And Social Change* (Ed. David Picard Ve Mike Robinson), Clevedon: Channel View Books, s. 1- 31.
- PRENTICE, R. (2003) "Festival As Creative Destination", *Annals Of Tourism Research*, Vol.30, No.1, s. 7-30.
- RAHŞAN GÜLŞAN "Altın Portakal'dan gerekli gereksiz notlar" *HaberTürk*, 17.10.2009.
- REGEV, M. (2009) "International Festivals İn A Small Country: Rites Of Recognition And Cosmopolitanism" *Public Culture And Festivals Workshop, 26-27 February 2009*, Vienna, s. 1-22.
- SAYAR, V. (2009) "Festivalde değişim rüzgarları esiyor" (Gazeteci Sinem Vural Röportajı) *Kelebek-Hürriyet*, 09.10.2009.
- SCOTT, A. J. ve POPE, N. E. (2007) "Hollywood, Vancouver, and the world: employment relocation and the emergence of satellite production centers in the motion-picture industry" *Environment and Planning A*, 39, s. 1364-1381.
- SCOTT, A. J. (2004) "Cultural-Products Industries and Urban Economic Development: Prospects for Growth and Market Contestation in Global Context," *Urban Affairs Review*, 39(4), s. 461-490.
- SÖNMEZ, N. (2001) "Sinemasal Yolculuklar", *Gezi Traveler*, Sayı: 41, s. 32-38.
- STEVENSON, D. (2003) *Cities and Urban Cultures*, Maidenhead, Philadelphia: Open University Press.
- ŞEN, N. (2007) "Figüran Kim?" 05. 03.2007. <http://www.turizm gazetesi.com/articles/article.aspx?id=34630>, son erişim tarihi, 19.07.2010.
- TURGUL, Y. "Sinemada devlet yardımına karşıyım" *Hürriyet Kelebek Eki*, 21 Eylül 2006.
- TÜREL, M. (2007) "Dünyaca Ünlü Üniversiteler Antalya'da Kurulacak" (Gazeteci Yener Süsoy Röportajı) *Hürriyet*, 12.04.2004,

***Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metaştırılması***

---

<http://webarsiv.hurriyet.com.tr/2004/04/12/441950.asp>, son erişim tarihi 19.07.2010.

VARLI-GÖRK, R. (2010a) "The making of a 'city of culture': Restructuring Antalya", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.

VARLI-GÖRK, R. (2010b) "Kültür Kenti: Sahibinden Satılık Kent Kültürü" içinde Sargın, G. A (der.) *Doğya 21: Kent ve Rant*, Ankara: TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi, s. 40-48.

SİNEM VURAL'ın Vecdi Sayar ile Röportajı "Festivalde değişim rüzgarları esiyor" *Kelebek-Hürriyet*, 09.10.2009.

YILDIRIM, F. (2010) "Festival Turizmi" Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.

"Erdoğan: Festivalden, Şölerden Vazgeçin"  
<http://www.haberler.com/erdogan-festivalden-solenden-vazgecin-haberi/>; <http://www.haberler.bbs.tr/erdogan-festivalden-solenden-vazgecin.html> son Erişim tarihi: 30.05.2010.