

## ESNEK UZMANLAŞMA PERSPEKTİFİNDEN AMERİKAN FİLM ENDÜSTRİSİ

Derya ÇETİN\*

### ÖZET

Amerikan film endüstrisinde, Keynesyen refah devleti döneminde destekleyici hükümet politikalarının da varlığıyla yapım, dağıtım ve gösterim alanında bütünleşmiş şirketler pazara hakim olmuşlar, yapım sürecini kitle üretim ilkelerine göre örgütlemişlerdir. İkinci Dünya Savaşı'nın sonuna kadar başarıyla sürdürülen bu sistem teknolojik bir yenilik olan televizyonun rekabeti karşısında krize girmiş, değişen izleyici tercihleri ve hükümetin tekel karşıtı yeni politikaları bu krizi şiddetlendirmiştir. Kriz karşısında sabit giderlerini azaltmak zorunda kalan stüdyolar uzun süreli kontratlarla çok sayıda personeli çalıştırmaya son vermiş ve yapmak istedikleri projeye uygun personeli bir araya getiren bağımsız yapımcılara yönelmiştir. Böylelikle Amerikan film endüstrisi üretimin bütün aşamalarının tek merkezde gerçekleştirildiği kitle üretim sisteminden koparak, üretimin çeşitli aşamalarının dışsallaştırıldığı ve taşeron şirketlere aktarıldığı esnek üretim biçimine geçmiştir. 1970'lerden itibaren iyice pekişen bu yapı günümüz Amerikan film endüstrisinde yapım sürecinin karakteristiğini oluşturmaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Esnek uzmanlaşma, Amerikan film endüstrisi, Hollywood stüdyo sistemi, Yeni Hollywood, dikey bütünleşme

### ABSTRACT

In American film industry, companies which integrated in production, distribution and exhibition phases with the effect of supportive government policies in Keynesian Wealthfare State era, organized the production process according to mass production principles. This system which was practiced succesfully until the end of the Second World War, got into crisis against the competition of the new technology television, and this crisis became deeper through the changing audience preferences and new government policies against monopoly. The companies which had to decrease their standby costs, stopped employing staff in long-term contracts and tended to independent producers who gets the suitable staff together for the project to be re-

\*Yrd. Doç. Dr., Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, Eposta: dryctn@yahoo.com

alized. Thus the American film industry changed its mass production system in which the entire phases of the production process carried out in one center, to flexible production in which various phases of production process are outsourced to subcontractor companies. Becoming rigid since 1970's, this structure forms the characteristics of production process in recent American film industry.

**Keywords:** Flexible specialization, American film industry, Hollywood studio system, New Hollywood, vertical integration

## GİRİŞ

Amerikan film endüstrisi Birinci Dünya Savaşı'nın Avrupa'da film yapımını kesintiye uğratmasının ardından uluslararası pazar üzerinde egemenlik kurmuş ve bu egemenliği günümüze dek sürdürmüştür. 1929 Büyük Bunalım'ın ve sese geçişin getirdiği sorunların çözümünden sonra Hollywood Stüdyo Sistemi olarak adlandırılan dönem başlamış ve 1940'ların sonuna kadar filmler kitlesel olarak üretilip tüketilmiş, yapım-dağıtım-gösterim alanında dikey olarak bütünleşen şirketler pazara hakim olmuştur. 1950'lerden itibaren ise çeşitli sebeplerle Hollywood Stüdyo Sistemi ve onun üretim pratiği olan kitlesel üretim şekli sona ermiş, o döneme ait endüstri ilişkileri de dönüşmeye başlamıştır. Amerikan film endüstrisinin 1970'lerden sonraki yapısı ise sıklıkla “yeni Hollywood” terimleriyle tanımlanmaktadır.

Literatürde Amerikan sinemasının yeni yapısını geniş bir yaklaşım kullanılarak kavramaya yönelik çalışmalar sınırlıdır. Bu konudaki çalışmaların en erkeni ve etkilişi Susan Christopherson ve Michael Storper'in çalışmaları olmuştur (Storper ve Christopherson, 1987; Christopherson ve Storper, 1989; Storper, 1989, Storper, 1993). Yazarlar Amerikan film endüstrisinde 1950'lerden 1970'lere kadar bağımsız yapımcılığa doğru bir geçiş yaşandığını 1970'lerden itibaren Hollywood sinemasındaki filmlerin çoğunun uzmanlaşmış küçük taşeronlar olan bağımsız yapım şirketleri tarafından gerçekleştirildiğini söylerler. Film endüstrisindeki üretim organizasyonunun bu şeklini ‘esnek uzmanlaşmış’ olarak tanımlarlar. Bu çalışmada esnek uzmanlaşma yaklaşımının temel öncülleri kullanılarak Amerikan film endüstrisinin tarihsel bir değerlendirmesi yapılmaktadır. Çalışma iki ana bölümden oluşmaktadır. Günümüz Amerikan film endüstrisinin üretim örgütlenmesi biçimini ortaya koyabilmek için öncelikle Hollywood Stüdyo Sisteminin oluşumu ve krizi ilk başlıkta ele alınmakta ardından endüstrinin yeni yapısı incelenmektedir.

Esnek uzmanlaşma yaklaşımı Michael J. Piore ve Charles F. Sabel'in 1984 yılında yayınlanan *The Second Industrial Divide* adlı çalışmasına dayanmaktadır. Piore ve Sabel'e göre işgücü ve makinelerin kullanımında nadiren ortaya çıkan yenilikler bir genişleme dönemine yol açar. Bu genişleme dönemi var olan düzenlemelerin sınırlarına ulaşılmasıyla krizlerle sonuçlanır. Bu krizler iki türdür. Birinci tür kriz var olan düzenleme kurumlarının malların üretimi ve tüketimi arasında uyumu sağlayamamasıyla ortaya çıkar. Bu durumda arz ve talebi düzenleyen kurumlar geliştirilmeli ya da değiştirilmelidir. 1930'larda ortaya çıkan kriz bu tür krizlere örnektir. İkinci tür kriz teknolojik seçimle ilgilidir. Yazarlar teknolojik gelişmenin yol

ayrımına geldiği bu anlara ‘endüstriyel yol ayrımı’ demektedir. Bu tür anlarda çoğu birbiriyle bağlantısız olan sosyal çatışmalar teknolojik gelişmenin yönünü belirler. Sanayiciler, işçiler, politikacılar ve entelektüeller teknolojik seçeneklerin tam olarak farkında olmamalarına rağmen onların eylemleri gelecekteki ekonomik kurumları şekillendirir.

Piore ve Sabel’e göre birinci endüstriyel yol ayrımı 19. yüzyılda meydana gelmiştir. Öncelikle İngiltere’de ve ardından ABD’de ortaya çıkan kitle üretim teknolojileri Batı Avrupa’nın çeşitli bölgelerinde birincil olan daha az katı zanaat üretim teknolojilerinin gelişimini kısıtlamıştır. Zanaat sistemlerinde nitelikli işçiler, sürekli değişen pazarlara yönelik, değişen çeşitlilikteki malları üretmek için çok yönlü genel amaçlı makineler kullanırlar. Kitlesele üretimde ise özel bir ürüne yönelik özel amaçlı makineler yarı nitelikli işçiler tarafından standartlaşmış ürünlerin üretimi için kullanılır. Yazarlar 1970’lerden beri yaşanan ekonomik gerilemenin kitle üretimine dayalı endüstriyel gelişimin sınırlarından kaynaklandığını ve ikinci endüstriyel yol ayrımını yaşadığımızı savunurlar (Piore ve Sabel, 1984: 4-6). “Kitlesele üretimin krizi derinleşirken yeni gelişen mikroelektronik teknolojilerin de katkısıyla yeniden canlanan zanaat üretimine (esnek uzmanlaşmaya) doğru bir eğilim başlamıştır (Taymaz, 1993: 11)”

Kitle üretimini ve esnek uzmanlaşmayı iki ayrı teknolojik paradigma olarak gören Paul Hirst ve Jonathan Zeitlin’e göre her iki paradigmanın da uzun dönemli ekonomik başarısı için çözülmesi gereken makro ve mikro düzenleme sorunları vardır. Kitle üretimi için en önemli mikro düzenleme sorunu pazarlarda arz ve talebin dengelenmesi sorunudur. 1930’lardaki Büyük Bunalım, büyük şirketlerin pazarı kendi kendilerine sabitleme stratejilerinin kitle üretiminin merkezi düzenleme sorununu çözmediğini göstermiştir. Keynesyen refah devleti savaş sonrası dönemde baskın makro düzenleme biçimi olarak ortaya çıkmıştır. Esnek uzmanlaşma için ise en önemli mikro düzenleme sorunu üretim birimleri arasında rekabet ve işbirliğinin dengelenmesi yoluyla kaynakların yenilikçi karışımını devamlı kılma sorundur. Bu işlevleri yerine getirebilecek iki ana kurumsal çerçeve tanımlanabilir: küçük ve orta ölçekli şirketlerden oluşan endüstriyel bölgeler ya da büyük merkezsele (adem-i merkezize) şirketler ya da gruplar (Hirst ve Zeitlin, 1991: 3-4).

Christopherson ve Storper (1989) Amerikan film endüstrisinde yaşanan dönüşümün esnek uzmanlaşmaya geçişin iyi bir örneği olduğunu düşünürler. Endüstri 1950’lere kadar kitle üretim esaslarına göre örgütlenmiş, 1950’lerde teknolojik bir yenilik olan televizyonun gelişi ve anti-tröst kararının etkisiyle esnek uzmanlaşmaya geçiş dönemi başlamış, 1970’lerde ise endüstri dramatik şekilde dönüşmüştür. Esnek uzmanlaşmaya geçilirken bir yandan küçük ve

orta ölçekli şirketlerin sayısı artmış bir yandan da büyük Hollywood stüdyolarının dikey bütünleşmiş yapısı parçalanmış ve filmin değişik aşamalarında uzmanlaşmış farklı şirketlerin katılımıyla filmler gerçekleştirilmiştir. Diğer taraftan üretim sürecindeki riski bölüştürmek ve artan maliyetleri karşılamak için diğer eğlence alanlarındaki şirketlerle finansal işbirlikleri yapılmış, sinemanın yanında ses, video ve televizyonu da içeren yeni eğlence endüstrisi kompleksi doğmuştur. Amerikan film endüstrisinin bu yapısı günümüzde de sürmektedir.

## **1. AMERİKAN FİLM ENDÜSTRİSİNİN YENİ YAPISI**

### **1.1. Bağımsız Yapımcılığın Yükselişi**

“Bağımsız yapımcı” terimi Hollywood’ta genelde kullanıldığı anlamıyla, bir dağıtım şirketiyle kalıcı bir ilişkisi olmayan küçük yapım şirketlerini ifade etmek için kullanılır. Bağımsız yapımcı bir dağıtım şirketiyle anlaşma imzalayabilir ya da bir dağıtım ağına katılabilir ancak bir dağıtım şirketine sahip olmadığı gibi bir dağıtım şirketi de ona sahip değildir. Terim aynı zamanda yılda sadece birkaç film yapan küçük bir şirket iması da taşır. Bu anlamıyla bağımsız yapımcıların çok makaralı filmlerin görülmeye başladığı 1911-1914 yılları civarında doğduğu söylenebilir (Bordwell vd., 1988: 317). Bağımsız yapımcılık, stüdyo sistemi döneminde dahi Hollywood’un bir parçası olmasına karşın güçlenmeye başlaması öncelikle 1940’lara değişmeye başlayan üretim pratikleriyle ilgilidir. Hükümetle ilişkilerini düzeltmek isteyen majörlerin 1940’ta kendi aralarında imzaladıkları Uzlaşma Kararı kitlesel film üretiminden kopmaya başlamanın ilk belirtisi olmuştur. Bu kararla blok satıştaki filmlerin sayısını beş filmle sınırlandırıldığı ve önceden izleme yaptırmadan satışa son verildiği için stüdyolar daha az miktarda ve daha pahalı yapımlara yöneldiler. Bu arada stüdyo sisteminin katı hiyerarşik denetiminden kurtulmak isteyen bazı yazar ve yönetmenler sözleşmeli çalışmaya geçti. Arz tarafındaki bu değişim izleyicinin yüksek kaliteli pahalı yapımlara olan talebiyle de desteklenince Hollywood kitlesel üretimden uzaklaşmaya başladı. İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra Paramount Kararı’yla gelen ilk gösterim salonlarına eşit erişim imkanı, vergi düzenlemeleri ve yüksek bütçeli filmlere gösterilen talebin devamı kitlesel üretimden kopup bağımsız yapımcılığa geçişi arttırdı. “1946’nın sonunda MGM hariç bütün majörler normal üretimlerinin yanında bazı bağımsız projelere sahiptiler (Staiger, 1985: 332)”.

1950’lerde televizyon yaygınlaşması, değişen tüketici tercihleri sonucu izleyici sayısı düşünce stüdyolar sabit giderlerini azaltmak için uzun süreli kontratlarla personel çalıştırmaya son vermek zorunda kaldı. Diğer taraftan

salonlarını kaybetmeleri ve dolayısıyla filmleri için gösterim garantilerinin ortadan kalkması stüdyolar için yetenek ve ekipleri sözleşme altında tutmayı ekonomik bir sorun haline getirdi. Dereceli olarak yıldızların, yönetmenlerin, yazarların ve teknik personellerinin uzun dönemli sözleşmelerini feshetmeye başladılar. Bu onların ödemelerine olumlu bir etki yaptı (Tzioumakis, 2006: 106). Artık çok sayıda yapım personelini uzun süreli anlaşmalarla elde tutmak pratik olmadığından yeni şartlarda film yapmanın en iyi yolu bir projeye uyan yetenekleri bir araya getiren bağımsız yapımcıları finanse etmektir (Balio, 1990: 165). Üretim, tek bir film bazında planlanıyor ve finanse ediliyordu. Stüdyolar gitgide daha fazla şekilde bağımsız yapımcılara finans, stüdyo alanı ve en önemlisi dağıtım sağlıyorlardı. Bağımsız yapımcıların stüdyolarla uzun süreli bağları yoktu, genelde tek film için anlaşılıyorlardı. Çoğu bağımsız yapımcı, stüdyolarla uzun süreli kontratları biten ve kendi şirketlerini kuran eski stüdyo çalışanlarıydı (Maltby, 2003: 170).

Bağımsız yapımcılığın yükselmesinin bir diğer sebebi televizyon kanallarının büyük stüdyoları televizyon film fiyatları üzerinde rekabete girmeye zorlamak için küçük stüdyolarla sözleşme yapmaya başlamasıydı. Varlıkları küçük stüdyolara taşeronlukla başlayan bağımsız yapım şirketleri düşük bütçeli sinema ve televizyon filmleri yaparken, büyük fiziksel alanlara sahip stüdyolar rekabette zorlandı. 1960'ların başında Avrupalı yapımcıların Amerikan pazarlarındaki varlıklarının gelişmesiyle durum ağırlaştı. Dolayısıyla 1960'larda pazar büyümesine rağmen majör stüdyolar bunu kontrol edemedi (Storper, 1989: 284). Diğer taraftan bağımsız yapımcılarla koşullara uygun bir ilişki kurulduğunda karların artabileceğini gösteren örnekler de oldu. Tino Balio'ya göre sayıları hızla artan bağımsız yapımcılarla nasıl bir ilişki kuracağını en erken belirleyen ve böylece yeni dönemdeki şirketlerin prototipi haline gelen şirket United Artists'tir. United Artists 1919'daki kuruluşundan beri endüstride baskın olan diğer şirketlerden farklı olarak sadece bağımsız yapımlara dağıtım hizmeti vermiştir. Şirketin stüdyoları, sözleşmeli personeli ve salonları olmamıştır. 1950'lere kadar sekiz şirketin en küçüğü olarak kalmasına ve 1951'de iflasın eşiğine gelmesine rağmen yeni dönemde geliştirdiği stratejilerle 1960'larda dünyanın en geniş yapımcı ve dağıtımcısı haline gelmiştir.

Balio, United Artists'in bağımsız yapımcılara temel içerik üzerinde özerklik vermesinin önemini vurgular. Şirket yöneticileri film öyküsü, oyuncular, yönetmen ve bütçe taraflarca onaylandıktan sonra her şeyi yapımcılara bırakıp, masrafları veya yönetmenin yaratıcı kararını sorgulamadılar. Stüdyo sisteminin katı hiyerarşik denetiminden hoşnutsuz olan yönetmenlere büyük bir özerklik

tanyan United Artists ayrıca bağımsız yapımcıya filmin sahipliğini ve filmde kar payı verdi. Majörlerle çalışırken jenerikte baş ismi alamayan yönetmenler United Artists'le çalıştıklarında filmin sahipliğini de elde ettiler. Son olarak diğer majörler bağımsız yapımcıları stüdyolarında çalışmaya zorlarken United Artists yapımcıya projenin gereklerine uygun olan dünyanın herhangi bir yerinde çalışma imkanı verdi. Yıllar geçtikçe diğer majörler United Artists'in yöntemlerine yaklaştılar (Balio, 1990: 166-170).

Böylece bağımsız yapımcılığın anlamı da değişmeye başladı. Artık sadece bir dağıtım şirketiyle sahiplik ilişkisi olmamasıyla tanımlanmıyordu. Stüdyo döneminde yapım öncesi, yapım ve yapım sonrası aşamaları bölünerek stüdyolar tarafından kontrol edilmekteyken artık filmin bütün aşamalarını gerçekleştirmek üzere gereken unsurları bir araya getiren "paketleyici" bağımsız yapımcılar önem kazanıyordu (Braston, 2000: 41). Balio, paketleyicilerin bağımsız yapımcıların en tipik örneği olduğunu söyler. Bunun dışında "yaratıcı yapımcı" ve "yıldız/yönetmen yapımcı" olmak üzere iki bağımsız yapımcı türü daha vardır. Yaratıcı yapımcı yapım sürecinin çoğu aşamasında bulunur. Senaryonun geliştirilmesi, denetleme, ekibi oluşturma, bütçeyi kontrol etme gibi işlevleri yerine getirir. Paketleyiciden farkı yapımda daha birincil bir pozisyon almasıdır. Bu tür yapımcılığın en iyi örneği James Bond serisinin yapımcıları Harry Saltzman ve Albert Brokoli'dir. Yıldız/yönetmen yapımcı ise yıldızın ya da yönetmenin yapım sürecine dahil olduğu yapım şeklidir. Yapım amiri, hikaye editörü, muhasebeci ve avukat gibi kişilerden oluşan bir ekip ile desteklenir. Böylece yıldız ya da yönetmen yaratıcı meseleleri düşünürken ekip iş ilişkileriyle ilgilenir. Stanley Kramer bu tip bağımsız yapımcılığa örnek gösterilebilir. Stüdyo sisteminden ayrılış sürecinde yaratıcı yapımcılık güç kazansa da 1960'lerden itibaren paketleyici bağımsız yapımcılık öne çıkmıştır. Mirisch Company 1960'lar boyunca bağımsız yapım için ideal yapı haline gelmiştir (Balio, 1990: 171-175).

Filmlerin yapım aşamasının bu şekilde değişmesi sektörde uzmanlaşmış yeni şirketlerin doğmasına neden olmuştur. Işık, özel efekt, dekor gibi film yapımının farklı alanlarına yönelik bu şirketlerin sayısındaki artış 1974-1982 yılları arasında en üst noktaya ulaşmıştır (Storper, 1989: 286). George Lucas'ın Industrial Light and Magic şirketi gibi özel efekt şirketleri, yiyecek tedarik şirketleri (catering), özel makyaj uzmanları ve ekipman kiralayan çok sayıda şirket ortaya çıkmıştır (Braston, 2000: 41). Hollywood'ta film yapımı günümüzde de genellikle, ek hizmetler sunan bu şirketlerden ve nitelikli işgücünden projeye uygun olanları bir araya getiren paketleyici bağımsız yapımcılarla gerçekleşmektedir.

**Tablo 1: Los Angeles bölgesi kuruluşları: Yapım şirketleri**

	1966	1974	1982
Yapım Şirketleri	563	709	1473
Kiralama	13	24	67
Aksesuar	66	33	184
Kurgu	4	31	113
Aydınlatma	2	16	23

**Kaynak: (Storper, 1989: 286)**

**Tablo 2: Los Angeles bölgesi kuruluşları: Yapım sonrası şirketleri**

	1966	1974	1982
Kayıt/Ses	563	709	1473
Film İşleme	13	24	67
Film Efektleri	66	33	184

**Kaynak: (Storper, 1989: 286)**

Dolayısıyla günümüzde stüdyolar film yapımından çekilmiş, yapım finansmanı ve dağıtım alanına yoğunlaşmıştır<sup>1</sup>. Çekim alanlarını televizyon ürünü ve film yapımı için kiralarlar. Ayrıca artık her aşama tek bir şirketin çatısı altında yapılmaktansa ayrı şirketler tarafından yapıldığı için anlaşmaların yapılmasını sağlayan ajansların önemi de artmıştır (Hauptert, 2006: 123). International Creative Management (ICM) ve Creative Artists Agency (CAA) gibi nitelikli işgücünü yani yönetmen, oyuncu ve yazarları temsil eden ajansların önemi 1970'lerin ikinci yarısından itibaren artmıştır (Branston, 2000: 41).

## **1.2.Dijital Teknolojiler ve Yeni Pazarlar**

Amerikan film endüstrisi için yeni bir pazar olanağının doğmasına neden olan ilk teknolojik yenilik televizyon olmuştur. 1955'e kadar film endüstrisi, kendilerinin yerini alacağı korkusuyla filmlerini televizyondan esirgemmiştir. 1955 yılında RKO mallarını General Teleradio şirketine satarak film sektöründen çekildi. Böylece ilk kez bir majör stüdyonun film arşivine bir yayıncı sahip oldu. General Teleradio filmleri kendi istasyonları için kullandı ve kendi pazarları dışında kalan istasyonların kullanımı için de lisansladı. Böylece ken-

<sup>1</sup> Ancak 1990'lardan itibaren gösterim alanına doğru bir hareket başlamıştır



disi sadece beş istasyon işletmesine rağmen lisanslama yoluyla çoğu izleyici filmleri izledi. 1956 yılında Warner Brothers eski filmlerini 21 milyon dolara sattı. 1958 yılında Paramount 1948 yılından önceki filmlerini MCA'ya 50 milyon dolara sattı. MGM ve Columbia gibi film arşivlerini tutan stüdyolar ise eski filmleri televizyona kiralamak için ayrı bölümler kurdular. Filmleri televizyona kiralamak Hollywood'la televizyon arasında artan ilişkilerin ilk aşamasıydı. Bir sonraki aşama televizyon için programlar yapmaktı (Haupt, 2006: 131). 1965 yılında prime time programlarının %70 büyük ve küçük stüdyoların dönüştürülmüş televizyon birimlerinden çıkıyordu. Bağımsız yapımcıların sayısının hızla artması majörlerin dağıtım alanına yoğunlaşmasına ve çekim alanlarında doğrudan stüdyo yapımları için kullanılmayan boş yerleri bağımsız yapımcılara kiralamasına neden oldu. 1960'larda televizyon gelirlerinin artması düzenli teatral filmler göstermelerine olanak verdi, bu teatral filmler başarılı olunca "televizyon için film" denen yeni bir tür doğdu. Hollywood bu süreçte televizyon için çok sayıda yapım gerçekleştirdi (Hilmes, 2003: 528-530). 1969'da televizyon kanallarının haftanın yedi akşamı uzun metrajlı filmler ve televizyon için filmler yayınlamaya başlamasıyla birlikte pazar doymaya başladı. İzleyiciler çok daha seçici hale geldiler. Böyle olunca kısa sürede yüksek bütçeli filmlerde risk yüksek hale geldi. Büyük kayıplar karşısında Hollywood 1970'ler boyunca yapımların kabaca yarısını kesti. Yılda sadece 10 ya da 12 film gişeye hakim oluyordu ve hangi filmlerin bu statüyü alacağını önceden kestirmek olanaksızdı. Riskten kaçınmak için stüdyolar kendilerinin ve diğer stüdyoların başarılı yapımlarını taklit etmeye başladılar. Başarılı bir filmin ardından devam filmleri yapılıyordu. 1970'lerin ortasında majör stüdyolar yıllık yapımlarının yaklaşık %10'unu bu benzer filmlere ayırmaya başladılar. Günümüzde de başarılı bir film yakın gelecekte bir benzerinin geleceğini garantiler (Haupt, 2006: 128).

1971'de çıkan mali çıkar ve ajansçılık yasalarının televizyon kuruluşlarından yapımcılık faaliyetlerini azaltmasını istemesi Hollywood stüdyolarının televizyon için üretimde ve ajansçılıkta zaten güçlü olan konumları pekiştirdi. 1970'lerde stüdyoların arazileri büyük ölçüde televizyon üretim merkezi oldu (Hilmes, 2003: 530). Sinema için yüksek bütçeli az sayıda film önem kazanırken bir yandan da gösterim şekli değişmeye başladı. ABD'deki araba sahibi ailelerin oranı 1950'lerde %59 iken 1960'larda bu oran %77'ye çıktı (Baughman, 2005: 62). 1950'lerde kent merkezlerinden uzaklaşan banliyölerdeki izleyicileri yakalamak için bütün ülkede 400'den fazla arabalı salon inşa edildi. 1960'larda inşa edilen beş-altı salon içeren çok sayıda büyük alışveriş merkezi ise sinemaya gitmenin odağını kalıcı biçimde değiştirdi. Böylece kent merkezlerinde prestijli filmler gösteren birinci gösterim salonları ile yerel mahalle sinemaları arasındaki ayırım da ortadan kalktı (Gomery, 2003: 504).

Ancak film izleme biçimiyle ilgili daha büyük bir değişiklik 1970'lerin sonunda uydu yayıncılığındaki gelişmelerle gerçekleşti. Aslında kablolu televizyonun kökleri 1940'lara kadar uzanır. Televizyon sinyallerinin havadan aktarımının zor ya da imkansız olduğu bölgelerde sinyallerin kablo yoluyla taşınmasıyla sorun çözülmüştür. Ancak bu, istisnai bir durum olarak kalmış, 1963'e kadar kablolu televizyon abonelerinin sayısı bir milyonu bulmamıştır (Hauptert, 2006: 165). 1970'lerin sonunda ise uydu potansiyeli ve kablolu yayıncılıkla ilgili yönetmeliklerin gevşemesiyle 1972-1982 yılları arasında ABD'deki kablolu televizyon abone sayısı 6,5 milyondan 29 milyona yükselmiştir (Hilmes, 2003: 536). Uydu yayıncılığında televizyon programları uyduya gönderilmekte, uydu üzerinden kablolu televizyon şirketlerine dağıtılmaktadır. Oradan da kablolu televizyon aboneleri izleyicilere dağıtılır (Mirabito ve Morgenstern, 2004: 76). Bu olanakla birlikte kablolu sistemlere uzun metrajlı film sağlayan uydu dağıtımlı ücretli televizyon servisleri gelişmiştir. Time Inc.'in Home Box Office (HBO) adlı kanalı ve rakibi Viacom'un sahip olduğu Showtime kanalı bu yeni pazara egemen olmuştur. Bu iki şirketin egemenliğiyle savaşmak için Columbia, Paramount, 20th Century Fox ve Universal 1978'de Premiere adıyla kendi ortak ücretli televizyon servislerini tasarlamışlardır. Ancak Adalet Bakanlığı'nın yürürlüğe koyduğu anti-tröst yönetmelikleri bu servisi pazar girme şansı bulmadan durdurmuştur (Hilmes, 2003: 536). O dönemde Hollywood majörlerinden hiçbirisiyle bağlantılı olmayan Time (HBO), RCA'nın Satcom 1 uydusundan yer aldığı 1975'ten itibaren bir numaralı kablolu kanal haline gelmiştir ve ulusal kablolu abonelerinin %60'ından fazlasını elinde tutmuştur. Rakipleri Showtime (1983 yılında The Movie Channel'la bileşmesinden önce Viacom'un sahip olduğu) ve The Movie Channel (Warners ve American Express'in ortak girişimi) toplam olarak, HBO'nun abonelerinin sayısının yarısından daha azına sahiplerdi. HBO pazardaki baskınlığı tekelci uygulamaları ve pazarın yapısını değiştirecek yeni finans yöntemini beraberinde getirdi. Örneğin Fox, Breaking Away (1979) filmine HBO'nun verdiği fiyatı reddedip televizyon haklarını başka bir şirkete satınca HBO Fox'tan bir yıl boyunca hiç film almadı. Ancak daha da önemlisi HBO'nun büyük sermayesi sayesinde ve pazardaki baskınlığı bir filmin kablolu kanal haklarını önceden almasına olanak tanıyordu. Ön alımda HBO film henüz yapım aşamasındayken kablolu haklarını satın alıyordu (Prince, 2000: 26). Bu şirketler dışında 1977'de Ted Turner, Super Station kanalı ile 1980'lerin sonunda Rupert Murdoch, BSkyB ile uydulu kanallara geçtiler (Belton, 2003: 550).

Hollywood şirketleri için en önemli yeni pazar 1980'lerde ortaya çıkan video pazarı olmuştur. 1975'te Sony Betamax video kaydedicisini piyasaya

sürmüştü ancak 1500 dolar gibi yüksek bir fiyatla satılıyordu. 1980'lerin ortasında çıkan VHS'nin fiyatı ise 300 dolar kadardı. Böylece 1989'da Amerikan ailelerinin üçte ikisi video donanımına sahip oldu. Bu yeni talebi karşılamak için eski ve yeni filmlerden oluşan milyonlarca videokaset sayıları gittikçe artan video marketlerde kiralanmaya başladı. 1986'da destekleyici video satışları, ABD'de sinema salonlarından elde edilen gişe hasılatını geçti. Gişede çok başarılı olan filmler video dağıtımıyla ikinci kez hayat buluyordu (Gomery, 2003: 539). Bu büyük pazardan gelen talebi doldurma konusunda öncülük eden Hollywood majörleri değil daha küçük şirketler ve bağımsızlar oldu. 1980'lerin başında pazar genişlerken ve bağımsız yapımcılık yükselirken büyük stüdyolar hala tereddütteydi. Bunun sebebi film endüstrisinin başlangıcından beri gücünü filmlerin satılmasından değil kiralanmasından almasıydı. Kiralama, film dağıtımıcısının gösterilen her filmi kontrol etmesini garantiliyordu. Milyonlarca küresel müşterinin filmlere sahip olması fikri korkutucuydu. Video pazarından gelen talebi bağımsızlar doldurdu (Wasser, 2002: 10). 1983 yılında iç pazar için üretilen film sayısı 350 iken 1988'de bu sayı 600'e çıktı. Ancak majörlerin yıllık film üretimi sabit kamıştı. Aradaki farkı mini-majörler denilen Orion Pictures, Cannon Films ve Dino De Laurentiis Entertainment gibi şirketler ve Atlantic Release, Carolco, New World, Hemdale, Troma, Island Alive, Vestron ve New Line gibi bağımsızlar doldurdu. Bu şirketler en mütevazî filmlerin bile kablolu ve video dağıtım haklarının ön satışı yoluyla masraflarını çıkaracağını bilerek sektöre girdiler. Majörler ise yaptıkları film sayısını arttırmaktansa ultra yüksek bütçeli yeni film formatında film yapmaya devam etti (Balio, 1998: 59).

Video ve kablolu televizyon gösterim olanakları, salonlardaki gösterim olanaklarını ortadan kaldıracak şekilde değil de tamamlayıcı olacak şekilde gelişmiştir. Çünkü yan pazarların yükselişi salonların statüsünü "sadece gösterim" den "ilk gösterim" statüsüne yükseltmiştir. Başka bir deyişle gösterim alanlarının artışıyla salonların statüsü müşterilerin gözünde yükselmiştir. Ayrıca yan pazarlara olan talep filmlerin salondaki başarısına bağlıydı. Bir filmin gişe başarısı, video başarısının temel belirleyicisiydi. Video ve kablolu kanalların Hollywood'a asıl etkisi 1977'de HBO'nun ön-alıma başlamasıyla yapım şeklini bağımsızlar lehine döndürmesi olmuştur. Film henüz yapım aşamasındayken senaryoya ve oyunculara dayanarak filmin yan pazarlarda yayın hakkının önceden alınması finans bulmakta zorluk çeken bağımsız yapımcılar için avantaj olmuştur. Ön-alım filmleri finanse etmede ortak yol haline gelince pazar gelişmiş ve film yapmak görece kolay hale gelmiştir. Birkaç büyük stüdyodan birinin sınırlı bütçesinin büyük bir kısmını bir filme yatırmaya ikna etmektense gönüllü bir ön-alıcıya satmak bağımsızların işlerini

kolaylaştırmıştır. Dolayısıyla ön-alım uygulamasıyla birlikte bağımsız bir stüdyonun finans bulamama sorunu azalmış, film arzı artmış ve daha az bilinen yönetmenlerin ve aktörlerin filmleri artmıştır. Orion Pictures ve Cannon gibi küçük stüdyolar bu sayede büyüyüp başarılı olabilmişlerdir (Hauptert, 2006: 129).

**Tablo 3: Gelir kaynakları**

	1980	1990	2000
ABD Şebeke TV	13.1	0.9	1.7
Ödemeli Kablolu	7.3	9.8	8.9
Video	8.5	45.5	43.6
Uluslararası TV	3	8.9	7.8
ABD Sendikasyonu	4.6	5.4	4.5
Ulusal gösterim	35.9	18.8	17.3
Uluslararası Gösterim	27.7	10.7	16.2

**Kaynak: (Maltby, 2003: 196-197)**

Tablo3'te 1980'lerden 2000'lere kadar Hollywood'un kar kaynaklarındaki değişim görülmektedir. 1980'de iç ve dış salon gösterimlerinden gelen kar toplam gelirlerin %64'ünü oluşturmaktayken, 2000 yılında bu oran %33'e düşmüştür. Video gelirleri ise 1980'de %8,5 iken 2000 yılında %43'e yükselmiştir.

### **1.3. Yatay Bütünleşmeler ve Çok Uluslu Şirketler**

Televizyon, uydu yayıncılığıyla ortaya çıkan paralı kablolu kanallar ve video ile gelen gösterim olanakları Hollywood için daha geniş ve parçalı bir pazar yaratmıştır. Film yapımcılığında blockbuster denilen çok yüksek bütçeli filmlere doğru olan eğilim yerleşik hale gelince şirketlerin riskleri büyümüştür. Yüksek bütçeli bir filmin yüksek gişe yapması şirketlere çok kazandırırken hangi filmin beğenileceği önceden bilinemediği için filmin tutmaması durumunda şirketlerin kaybı çok büyük olmuştur. Hollywood şirketleri finansal sorunları aşmak için diğer alanlardan büyük sermaye gruplarıyla birleşme yoluna gitmiştir. 1980'lere kadar olan birleşmeler daha düzensiz ve genelde ulusal ölçekteyken 1980'lerden sonra değişen pazar yapısı ve yükselen küreselleşme hareketleriyle birlikte bu birleşmeler daha uluslararası bir nitelik kazanmıştır. 1950'lerde stüdyo sisteminin yıkılışı boyunca Hollywood yaşadığı mali sorun-

lar karşısında ekonominin diğer alanlarında faaliyet gösteren holdinglerle birleşmiştir. 1950'li yılların başında RKO General Tire and Rubber adlı şirkete satılırken, 1966 yılında Paramount, Gulf+Western Industries adlı holding tarafından ele geçirildi. 1960'lar boyunca United Artists, Transamerica Corporation ile, Warner Brothers, Kinney National Services ile birleşti. MGM'nin hisseleri ise Kirk Kerkorian'ın emlak şirketi tarafından ele geçirildi (Monaco, 2000: 239). Bu yeni sahiplerin çoğu eğlence ile ilgili holdingler değildi, stüdyoları portföylerini çeşitlendirmek için almışlardı. Gulf and Western bir petrol şirketi idi, Transamerica Corporation sigorta şirketi idi. Bu alımlar bazıları için kötü sonuçlandı ve onları iflasın eşiğine getirdi. Buradaki temel sebep film sektörünün doğasını anlamamalarıydı (Hauptert, 2006: 121). Şirketler defalarca el değiştirmelere ve yönetim değişikliklerine sahne olurken 1970'lere girerken yaşanan yeni ekonomik sorunlar ve çok uluslu şirketlerin artan gücüyle birlikte 1980'lerde yeni bir birleşme dönemine girmiştir.

Yeni birleşme hareketi 1985 yılında Avustralyalı yayıncılık holdingi News Corporation'ın sahibi Rupert Murdoch'ın 20th Century Fox'u almasıyla başlamıştır. Sidney, Londra, New York ve Chicago'da 1 milyar dolar değerinde gazete ve magazinlerin sahibi olan şirket Fox Broadcasting adlı televizyon şebekesini kurmak için 600 milyon dolara Fox'u almıştır. Ardından ülkedeki en büyük bağımsız televizyon istasyonları grubu olan Metromedia Television'ı ele geçirerek üç yıl süren masraflı bir uğraşla yüzden fazla bağımsız istasyonu bir araya getirmiştir. Böylece 1989'da News Corporation dünyanın ikinci büyük iletişim şirketi haline gelmiştir İlk sırayı ise 1989 yılında Time'ın Warner Brothers'la birleşmesiyle oluşan Time-Warner Inc. yer aldı (Balio, 1996: 25-26). Aynı zamanda Time-Warner 2000 yılında internet servis sağlayıcısı America Online (AOL) ve müzik şirketi Electric&Musical Industries Ltd. (EMI) ile birleşti. Japon elektronik holdingi Sony Corporation ise 1989 yılında Columbia Pictures'ı aldı (Braston, 2000: 53). Bir başka Japon elektronik şirketi Matsushita 1990 yılında Universal Pictures'ı aldı. 2000 yılında Fransız holding Vivendi Seagram ve Universal'ı alarak Vivendi-Universal adlı küresel medya holdingini kurdu (Maltby, 2003: 195).

Bu birleşme hareketleriyle birlikte sahipliği ABD'de olan sadece iki büyük şirket kalmıştır: Walt Disney ve Viacom Inc. bünyesindeki Paramount Pictures. Ayrıca Hollywood şirketlerinin faaliyetleri televizyon, video, kablolu televizyon, müzik, bilgisayar oyunları, eğlence parkları ve oyuncakları içeren geniş bir alana yayılmıştır. Bu pek çok tür arasında faaliyet gösterirken dağıtım olanakları oldukça önemli hale gelmiştir. Öncelikle büyük alışveriş merkezlerinde yer alan çoklu salonların yaygınlaşmasıyla gösterim pazarı oldukça değişmiştir. 1960'larda ekran sayısı 13 bin iken 1990'da 24 bine ve 2002'de

35 bine yükselmiştir. 1980'lerle birlikte gösterim pazarı birkaç ulusal zincirde yoğunlaşmıştır. United Artists Theaters, Cineplex Odeon, General Cinema ve American Multi-cinemas toplam ekranların üçte birini kontrol etmektedir. Fakat gişenin %90'ını almaktadırlar. Stüdyoların dikey bütünleştiği günlerdeki gibi pazarın kontrolü büyük salon pazarlarının kontrolünden geçmektedir. Salonların öneminin artması stüdyoları gösterim alanına geri çekmektedir. Stüdyolar 1980'lerin sonu ve 1990'ların başından itibaren gösterim alanına geri dönmeye başlamışlardır (Haupt, 2006: 130). Gösterim alanına giriş 1985 yılında Amerikan pazarına giren Kanada asıllı salon zinciri Cineplex-Odeon'ın %50'sinin 1986 yılında MCA tarafından alınmasıyla başlamıştır. Aynı yıl Gulf and Western New York ve Connecticut'ta 24 salona sahip olan Trans-Lux zincirini ve Mann Theaters zincirini almıştır. 1986 aralık ayında Festival Enterprises zincirlerini de alan Gulf and Western 1987'de Warner Bros'u salonlarına %50 ortak yapmıştır. Paramount ve Universal ise Avrupa'da 76 ekranlı salon zincirinin ortak sahibi olmuşlardır. 1986'da Tristar Pictures Loew salon zincirlerinden 230 salon alırken, 1988'de Columbia Pictures Entertainment (Tristar dahil) USA Cinemas zincirinden 317 salon almıştır. 1948 yılındaki Uzlaşma Kararı'ndan beri gösterim alanından uzak duran stüdyoların salonları tekrar almaya başlamaları Liberal bir Adalet Bakanlığı'nın onayıyla mümkün olmuştur (Prince, 2000: 84, 88). Hollywood majörlerinin salon almaya başlaması stüdyo sistemi dönemindeki dikey bütünleşmiş yapıyı anımsatsa da aslında büyük farklılıklar göstermektedir. Stüdyo sistemi döneminde salon sahipliğine ek olarak pek çok teknelci uygulama bulunmaktaydı. Blok satış ve görmeden fiyat arttırma gibi teknelci uygulamalar stüdyo sisteminde çok önemli bir rol oynamaktaydı. Daha da önemlisi Hollywood stüdyoların kar kaynakları şimdiki gibi parçalı ve değişik pazarlara yayılmış bir durumda değildi. Tablo 3'te gösterildiği gibi 1980'lerden 2000 yılına kadar salonlardan gelen karlar video pazarından gelen karlar karşısında büyük bir düşüş göstermiştir. Bir filmin video ve kablolu televizyonda göstereceği ticari başarı gişe gelirlerine bağlı olmasına karşın, salon sahipliğinin önemi değerlendirilirken kar kaynaklarının şimdiki dağılımını göz önünde bulundurmak önemlidir.

Küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan eğilimlerden biri de film yapımında uluslararası finansal işbirliklerinin artmasıdır. Yabancı yatırımları paketleme uygulaması, yüksek bütçeli yapımlar gerçekleştirme yolu arayan Dino De Laurentis veya Carolco gibi bağımsız yapımcılar tarafından geliştirilmiştir. Ancak majörlerin riskleri dağıtma stratejileri onları da denizaşırı yatırımlara ve uluslararası ortak yapımlara itmiştir. Mutual Film gibi yapım şirketleri yabancı dağıtımcıların kaynaklarını 'Hollywood' filmlerini finanse etmeye yöneltmiştir. Örneğin 1998'de, Mutual Film tarafından yapılan ve Dance

Mikael Saloman tarafından yönetilen *Hard Rain* adlı film Fransa'da, Britanya'da, Almanya'da, Hollanda'da, Danimarka'da ve Japonya'da bulunan dağıtımclar, gösterimciler ve televizyon şirketleri konsorsiyumu tarafından finanse edilmiştir (Maltby, 2003: 216, 217). Ancak stüdyoların bu finans yöntemini çoğunlukla orta ve düşük bütçeli filmler için tercih ettiğini belirtmek gerekir (Balio, 1996: 31)

## SONUÇ

Amerikan sineması uluslararası film pazarındaki hakimiyetini korumaktadır. Küresel ekonomik krizler ve yeni teknolojilerin rekabeti karşısında yeniden yapılanmış ve dönemin koşullarına göre üretim örgütlenmesi biçimini yenilemiştir. Keynesyen refah devleti döneminde destekleyici hükümet politikalarının da varlığıyla yapım, dağıtım ve gösterim alanında bütünleşmiş şirketler gişe gelirlerinin neredeyse tamamını elde etmişler, yapım sürecini kitle üretim ilkelerine göre örgütlemişlerdir. İkinci Dünya Savaşı'nın sonuna kadar başarıyla sürdürülen bu sistem teknolojik bir yenilik olan televizyonun rekabeti karşısında krize girmiş, değişen izleyici tercihleri ve hükümetin tekel karşıtı yeni politikaları bu krizi şiddetlendirmiştir. Kriz karşısında sabit giderlerini azaltmak zorunda kalan stüdyolar uzun süreli kontratlarla çok sayıda personeli çalıştırmaya son vermiş ve yapmak istedikleri projeye uygun personeli bir araya getiren bağımsız yapımcılara yönelmiştir. Böylelikle Amerikan film endüstrisi üretimin bütün aşamalarının tek merkezde gerçekleştirildiği kitle üretim sisteminden koparak, üretimin çeşitli aşamalarının dışsallaştırıldığı ve taşeron şirketlere aktarıldığı esnek üretim biçimine geçmiştir. 1970'lerden itibaren iyice pekişen bu yapı günümüz Amerikan film endüstrisinde yapım sürecinin karakteristiğini oluşturmaktadır. Diğer taraftan dağıtım ve gösterim alanında tekrar bir dikey bütünleşme sürecine giren Amerikan majörleri özellikle 1980'lerden itibaren uluslararası sermayenin kontrolüne geçmiştir. Dağıtım ve gösterim alanında görülen bu yoğunlaşma ve bütünleşme yapım sürecindeki radikal dönüşümün dikkatlerden kaçmasına neden olmuş ve Amerikan film endüstrisinin tekrar İkinci Dünya Savaşı öncesi Hollywood Stüdyo Sistemi dönemine benzer eğilimler taşıdığı öne sürülmüştür. Örneğin Asu Aksoy ve Kevin Robins Amerikan film endüstrisinin 1990'larda her zaman olduğundan çok daha fazla yoğunlaşmış ve bütünleşmiş olduğunu öne sürmüşlerdir. Birleşen Time ve Warner'ın toplam karları yılda 11 milyar dolara çıkmıştır. Japon şirket Matsushita

tarafından alınan MCA (Universal) 1990 yılının ilk dokuz ayında 2.92 milyon dolar kar elde etmiştir. Sony ile birleşen Columbia Pictures dünyanın en büyük onuncu eğlence grubunu oluşturmuştur (Aksoy ve Robins, 1992: 7-11). Benzer şekilde Janet Wasko da Amerikan film endüstrisinin 1980'lerin sonu ve 1990'ların başında tekrar bir bütünleşme sürecine girdiğini yineler (Wasko, 1994: 16). Ancak dağıtım ve finans alanında görülen bütünleşmenin yapımda da bütünleşme gerektirmediğini belirtmek gerekmektedir. Storper'a göre artan maliyetlere tepki olarak finansal bütünleşme ortaya çıkmıştır. 1950'ler ve 1960'lardaki kar düşüşlerinde parçalanmış<sup>2</sup> ve dışsallaştırılmış<sup>3</sup> yapımın bütünleşmiş yapımdan daha etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Karların çoğu majörlerle yaptıkları kontratlar altında film yapan bağımsız yapımcılara gittiği için majörler artan maliyetleri karşılamakta yetersiz kalmıştır. Buna tepki olarak da finansal bütünleşme ortaya çıkmıştır. Maliyetler arttığı ve majörler yapım üzerindeki kontrollerini kaybettikleri için stüdyolar dağıtım ölçeklerini genişletmiştir. Majörlerin yapımda kontrolü kaybetmeleri onları bu kontrol kaybını telafi edebilecek finans ve dağıtım stratejilerine yöneltmiştir ki bu da küreselleşmedir. Kısaca Storper'a göre yapım alanındaki parçalanma gösterim ve finans alanındaki bütünleşmeyi dışlamaz hatta bu iki süreç karşılıklı bağımlıdır (Storper, 1993). Dolayısıyla sinemayı ekonomik yönüyle ele alan ve yapım sürecine odaklanan çalışmalarda esnek uzmanlaşma yaklaşımının önemini koruduğu söylenebilir. Sermayenin karşılaştığı finansal zorlukları aşmasının bir yolu olan esnek üretim biçimi özellikle 1980'lerden itibaren pek çok ülkede ve endüstride hızla yaygınlaşırken, esnek üretim biçimine çok daha erken geçen sinema endüstrisi üzerine düşünmek başka endüstrileri anlamaya da ışık tutabilir.

## KAYNAKÇA

**Acheson, K. ve Maule, C. J.**, (2005), "*Understanding Hollywood's Organization and Continuing Success*", Sedgwick, J., ve Pokorny, M., (eds.) içinde ss. 312-346.

**Aksoy A., ve Robins, K.**, (1992), "*Hollywood for the 21st Century: Global Competition for Critical Mass in Image Markets*", Cambridge Journal of Economics, Vol. 16, No. 1, ss. 1-22.

<sup>2</sup> Her aşamanın taşeron ve uzmanlaşmış şirketler tarafından yerine getirilmesi.

<sup>3</sup> Yapım birimlerinin stüdyo dışındaki başka şirketlere kaydırılması.



**Allen R., ve Gomery, D.,** (1985), *Film History: Theory and Practice*, NY: Knopf.

**Allen, R. C.,** (1985), “*The Movies in Vaudeville: Historical Context of the Movies as Popular Entertainment*”, Balio, T., (ed.) içinde, ss.57-82.

**Anderson, R.,** (1985), “*The Motion Picture Patents Company: A Reevaluation*”, Balio, T., (ed.) içinde, ss. 133-152.

**Bakker G.,** (2005), “*Stars and Stories: How Films Became Branded Products*”, Sedgwick, J., ve Pokorny, M., (eds.) içinde, ss. 48-85.

**Bakker, G.,** (2008), *Entertainment Industrialised: The Emergence of the International Film Industry 1890-1940*, Cambridge: Cambridge University Press

**Balio, T.,** (1976), *United Artists: The Company Built by the Stars*, Wisconsin: The University of Wisconsin Press.

**Balio, T.,** (1996), “*Adjusting to the New Global Economy: Hollywood in the 1990’s*”, Moran, A., (ed.) içinde, ss.21-36.

**Balio, T.,** (ed.)(1985), *The American Film Industry*, Wisconsin: The University of Wisconsin Press.

**Balio, T.,** (ed.)(1990), *Hollywood in the Age of Television*, Boston: Unwin Hyman.

**Balio, T.,** (1998), “*A Major Presence in all of the World’s Important Markets*”, Neale, S. ve Smith, M. (eds.) içinde, ss. 58-73.

**Baughman, J. L.,** (2005), *The Republic of Mass Culture: Journalism, Film-making and Broadcasting in America since 1941, 3rd ed.*, Baltimore, Maryland: Johns Hopkins University Press.

**Belton, J.,** (2003), “*Teknoloji ve Yenilik*”, G. Nowell-Smith (ed.) içinde, ss. 303-311.

**Bordwell, D., Staiger, J., Thompson, K.,** (1988), *The Classical Hollywood Cinema: Film Style and The Mode of Production to 1960*, London&NY: Routledge.

---

**Branston, G.**, (2000), *Cinema and Cultural Modernity*. Buckingham and Philadelphia: Open University Press

**Christopherson S, Storper M**, (1986), "*The City as Studio; the World as Back Lot: The Impact of Vertical Disintegration on the Location of the Motion Picture Industry*", *Environment and Planning D: Society and Space*, Vol. 4, No. 3, ss. 305-320

**Christopherson, S. ve Storper, M.**, (1989), "*The Effects of Flexible Specialization on Industrial Politics and the Labor Market: The Motion Picture Industry*", *Industrial and Labor Relations Review*, Vol. 42, No.3, ss. 331-347

**De Vany, A.**, (2006), *Hollywood Economics: How Extreme Uncertainty Shapes the Film Industry*, NY&London: Routledge.

**Finler, J. W., ve Finler, B.**, (2003), *The Hollywood Story*, London: Wallflower Pres.

**Gomery, D.**, (1992), *Shared Pleasures: A History of Movie Presentation in the United States*, Madison: University of Wisconsin Press.

**Gomery, D.**, (2003a), "*Hollywood Stüdyo Sistemi*", G. Nowell-Smith (ed.) içinde, ss. 64-75.

**Gomery, D.**, (2003b), "*Hollywood Sisteminin Dönüşümü*", G. Nowell-Smith (ed.) içinde, ss. 504-512.

**Hauptert, M.**, (2006), *The Entertainment Industry: Emerging Industries in the United States*, CA: Greenwood Publishing Group.

**Hayward, S.**, (2000), *Cinema Studies: Key Concepts*, NY&London: Routledge.

**Hilmes, M.**, (2003), "*Televizyon ve Film Endüstrisi*", G. Nowell-Smith (ed.) içinde, ss. 528-538.

**Hirst, P., ve Zeitlin, J.**, (1991), "*Flexible Specialization versus Post-fordism: Theory, Evidence and Policy Implications*", *Economy and Society*, Vol. 20, No.1, ss. 5-9.

**Koszarski, R.**, (1990), *An Evening's Entertainment: The Age of Silent Feature Picture, 1915-1928*, NY: Charles Scribner's Sons.

**Maltby, R.**, (2003), *Hollywood Cinema, 2nd Ed.*, UK: Blackwell Publishing.

**Merritt, R.**, (1985), "Nickelodeon Theaters, 1905-1914: Building an Audience for the Movies", Balio, T., (ed.) içinde, ss. 83-102.

**Mirabito, M. A., ve Morgenstern, B. L.**, (2004), *The New Communication Technologies: Applications, Policy and Impact*, UK: Focal Press.

**Monaco, J.** (2000), *Bir Film Nasıl Okunur*, çev. Ertan Yılmaz, İstanbul: Oğlak Yayınevi.

**Neale, S.**, (2000), *Genre and Hollywood, London and NY*: Routledge.

**Pearson, R.**, (2003), "Sinemanın İlk Dönemi", G. Nowell-Smith (ed.) içinde, ss. 30-41.

**Piore M. J., ve Sabel, C. F.**, (1984), *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*, US: Basic Books.

**Prince, S.**, (2000), *A New Pot of Gold: Hollywood Under the Electronic Rainbow, 1980-1989*, Berkeley: University of California Press.

**Schatz, T.**, (1981), *Hollywood Genres: Formulas, Filmmaking, and the Studio System*, NY: Random House.

**Schatz, T.**, (1999), *Boom and Bust: American Cinema in the 1940's*, Berkeley: University of California Press.

**Schatz, T.**, (2003), "Hollywood: Stüdyo Sisteminin Zaferi", G. Nowell-Smith (ed.) içinde, ss. 259-275.

**Staiger, J.**, (1988), "The Hollywood Mode of Production 1930-60", 309-339

**Staiger, J.**, (1979), "Dividing Labor for Production Control: Thomas Ince and the Rise of the Studio System", *Cinema Journal*, Vol. 18, No. 2, ss. 16-25.

**Storper M.**, ve Christopherson, S., (1987), “*Flexible Specialization and Regional Industrial Agglomerations: The Case of U.S. Motion Picture Industry*”, Annals of Association of American Geographers, Vol. 77, No.1, ss.104-117.

**Storper, M.**, (1989), “*The transition to flexible specialisation in the US film industry: external economies, the division of labour, and the crossing of industrial divides*”, Cambridge Journal of Economics, Vol. 13, No.2, ss.273-305.

**Storper, M.**, (1993), “*Flexible Specialisation in Hollywood: A Response to Aksoy and Robins.*” Cambridge Journal of Economics, Vol. 17, No. 4, ss. 479-484.

**Taymaz, E.** (1993). “*Teknoloji ve Kriz*”, Toplum ve Bilim (56): 5-41.

**Tzioumakis, Y.**, (2006), *American Independent Cinema: An Introduction*, Edinburgh: Edinburgh University Press.

**Wasko, J.**, (1994), *Hollywood in the Information Age*, UK: Blackwell Publishing.

**Wasser, F.**, (2002), *Veni, Vidi, Video: The Hollywood Empire and the VCR*, Texas: University of Texas Press.

**Whitney, S. N.**, (1955), “*Vertical Disintegration in the Motion Picture Industry*”, The American Economic Review, Vol. 45, No.2, ss. 491-498.