

Türkiye'de Sinema ve Sosyoekonomik Gelişmişlik Arasındaki Mekânsal İlişki

İlhan KORKMAZ¹ – Güner TUNCER²

Öz

Bu çalışma, Türkiye’de sinema tüketimi ile sosyoekonomik gelişmişlik arasındaki ilişkiyi mekânsal etkileşim boyutlarıyla analiz etmektedir. Araştırmada 2007-2019 dönemi verileri kullanılarak 81 il için LISA analizi ve mekânsal ekonometri uygulanmıştır. Analizler, hem sosyoekonomik gelişmişliğin hem de sinema talebinin batı illerinde yüksek yoğunluklu kümелendiğini göstermiştir. Mekânsal ekonometrik bulgular, gelişmişlik düzeyinin sinema talebini artırdığını kanıtlamakla birlikte; mekânsal gecikme katsayısının negatif çıkması dikkat çekicidir. Bu durum, büyük merkezlerin çevre illerdeki potansiyel izleyiciyi kendine çekerek komşu illerdeki talebi zayıflattığı bir gölgeleme etkisine işaret etmektedir. Gelişmişlik düzeyinin artışı sinema talebini artırırken, bu artışın merkezileştirici niteliği çevre illerin kültürel potansiyelini sınırlayarak bölgesel eşitsizlikleri kültürel boyutta derinleştirmektedir.

Anahtar Sözcükler: Kültürel Tüketim, Sosyoekonomik Gelişmişlik, Mekânsal Ekonometri, Bölgesel Eşitsizlik.

JEL Kodları: Z10, Z11, R12, C21

The Spatial Relationship between Cinema and Socioeconomic Development in Türkiye

Abstract

This study analyzes the relationship between cinema consumption and socioeconomic development in Turkey, incorporating dimensions of spatial interaction. Using data from the 2007–2019 period, LISA analysis and spatial econometric methods were applied to 81 provinces. The analyses revealed that both socioeconomic development and cinema demand exhibit high-density clustering in western provinces. While spatial econometric findings confirm that the level of development increases cinema demand, the negative spatial lag coefficient is particularly noteworthy. This finding points to a shadowing effect, wherein major centers attract potential audiences from surrounding provinces, thereby dampening demand in neighboring areas. Although rising development levels drive the demand for cinema, the centralizing character of this expansion constrains the cultural potential of peripheral provinces, exacerbating regional inequalities in the cultural sphere.

Keywords: Cultural Consumption, Socioeconomic Development, Spatial Econometrics, Regional Inequality.

JEL Codes: Z10, Z11, R12, C21.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, ilhan.korkmaz@dpu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-7503-6505

² Sorumlu Yazar, Prof. Dr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, guner.tuncer@dpu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-5579-9436

Extended Summary

Cinema is not only a form of entertainment but also an important sphere of cultural production and consumption. Within the framework of the culture industry, cinema functions as a medium through which social values, lifestyles, and consumption patterns are reproduced. In this context, cinema demand is shaped not only by individual preferences but also by broader socioeconomic conditions such as income, education, and cultural infrastructure. At the same time, the geographical environment in which individuals live may also influence cultural consumption patterns. In countries such as Türkiye, where regional socioeconomic disparities remain significant, these differences may lead to spatial inequalities in cinema consumption.

Although previous studies have examined the relationship between cultural consumption and socioeconomic factors, the spatial dimension of this relationship has received relatively limited attention. In particular, there is a lack of studies focusing on how cinema demand interacts across neighboring regions in Türkiye. Accordingly, this study examines the spatial relationship between cinema consumption and socioeconomic development at the provincial level.

The analysis covers 81 provinces in Türkiye for the 2007–2019 period. The post-2019 period was excluded because the COVID-19 pandemic created an extraordinary decline in cinema attendance and disrupted the normal structure of cinema demand. The study uses two main variables: the ratio of cinema audiences to provincial population (SINNUFORT) and the socioeconomic development index (SEGEORT). To investigate spatial patterns, LISA (Local Indicators of Spatial Association) analysis and spatial econometric methods were employed. In addition, a queen contiguity spatial weight matrix was constructed to define neighborhood relations between provinces.

The findings indicate that both cinema demand and socioeconomic development display significant spatial clustering. Provinces with high levels of development and high cinema attendance are largely concentrated in western Türkiye, particularly in the Marmara and Aegean regions. In contrast, low-low clusters are mainly observed in eastern and southeastern provinces. These results suggest that socioeconomic development and cultural consumption tend to concentrate in similar geographical areas.

The spatial econometric results further show that socioeconomic development has a positive and statistically significant effect on cinema demand. However, one of the most notable findings of the study is the negative spatial lag coefficient. This result implies that cinema demand does not generate a positive spillover effect across neighboring provinces. Instead, large metropolitan centers may attract potential audiences from surrounding provinces, weakening local cinema demand in nearby areas. In this sense, the findings point to a competitive spatial structure that can be associated with a “shadowing” or “backwash” effect.

Overall, the study demonstrates that cinema demand in Türkiye is shaped not only by socioeconomic development but also by spatial interaction dynamics. While higher levels of development increase cinema demand, this process also appears to strengthen the concentration of cultural activities in major urban centers. As a result, peripheral regions may face disadvantages in terms of cultural participation and access to cultural infrastructure. These findings suggest that regional development policies should consider cultural investments alongside economic development objectives in order to support a more balanced spatial distribution of cultural activities.

1. Giriş

Sinema, kültürel tüketim olgusunun en belirgin araçlarından biridir (Maltby, 2011). Kültür endüstrisinin kuramsal çerçevesinde sinema, yalnızca estetik bir temsil biçimi olmaktan öte, toplumsal değerlerin, ideolojik kodların ve tüketim pratiklerinin dolaşıma sokulduğu bir kültürel üretim alanı olarak konumlanmaktadır (Adorno ve Horkheimer, 2002). Sinema salonları ve dijital yayın platformları aracılığıyla geniş izleyici kitlelerine ulaşan filmler, bireylerin öznel kimlik inşa süreçlerinde, kolektif aidiyet deneyimlerinde ve yaşam tarzı tercihlerinde işlevsel bir rol üstlenmektedir (Yüksel, 2018). Bu çerçevede sinema, bireysel haz ve eğlence boyutunu aşarak, tüketim kültürünün yeniden üretildiği ve toplumsal bilinç düzeyinde ideolojik etkilerin sürdürüldüğü bir kültürel iletişim pratiği olarak değerlendirilmektedir (Adorno ve Horkheimer, 2002; Maltby, 2011).

Gerek sinemanın gerekse diğer kültürel tüketim araçlarının talep edilmesinde ekonomik refah, eğitim, cinsiyet ve yaş (Katz-Gerro, 2002; Bennett vd., 2009) başta olmak üzere çok sayıda faktör yer almaktadır. Eğitim düzeyi ve hane geliri kültürel tüketim düzeylerini belirleyen tutarlı faktörlerdir (Falk ve Katz-Gerro, 2015). Eğitim düzeyi, kültürel etkinliklere katılım olasılığıyla pozitif ilişkilidir (Hallmann vd., 2016; Heikkilä ve Lindblom, 2023). Gelir düzeyi de kültürel tüketimle güçlü bir ilişkiye sahip olup yüksek gelir grupları daha fazla kültürel ürün tüketmektedir (Ringstad ve Løyland, 2006; Courty ve Zhang, 2018; Chen ve Tang, 2021). Kültürel tüketim ürünlerinin fiyatları (Lévy-Garboua ve Montmarquette, 1996), film reytingleri ve ödülleri (Nelson vd., 2001), film yıldızları (Collins vd., 2002), yönetmenlerin popülaritesi (Bagella ve Bachetti, 1999) ve film eleştirmenleri (Ravid vd., 2006) gibi filme özgü belirleyiciler ve aynı zamanda sinema tüketiminin bağımlılık yaratan bileşeni de (Cameron, 1999; Dewenter ve Westermann, 2005; Sisto ve Zanola, 2007; Sisto ve Zanola, 2010; Kaymaz, 2021) sinema tüketimini etkilemektedir.

Ayrıca, bireysel kültürel tüketim üzerinde bölgesel kültürel altyapı (Rössel ve Weingartner, 2016) ve kentin yaratıcı ekonomi alanındaki uzmanlaşma düzeyi (Rodríguez-Puello ve Iturra, 2022) gibi faktörlerin de önemli etkisi bulunmaktadır. Bu durum bir bölgenin sosyoekonomik gelişmişlik düzeyinin, kültürel tüketimin önemli bir belirleyicisi olmasına dikkat çekmektedir. Courty ve Zhang (2018)'a göre daha yüksek gelire ve eğitime sahip bireyler daha yüksek kültürel tüketim düzeyleri sergilemekte olup bu durum ayrıcalıklı grupların oluşmasına yol açmaktadır. Dolayısıyla, sosyoekonomik tabakalaşmayı oluşturan faktörlerin toplumda eşitsiz dağılımı, yalnızca kültürel tüketim alışkanlıklarını belirlemekle kalmayıp, aynı zamanda bu alandaki eşitsizlik örüntülerini de derinleştirmektedir (Biferale vd., 2024). Bireylerin yaşadıkları coğrafi konum, yaşam deneyimlerini önemli ölçüde şekillendirmektedir (Brook, 2016). Sosyoekonomik değişkenlerle birlikte mekânsal dinamiklerin de hesaba katılması, bireylerin kümelenme ve yığılma biçimlerini daha iyi anlamayı ve mekânın yalnızca arka plan bir unsur değil, eşitsizlik örüntülerinin temel belirleyicilerinden biri olduğunu ortaya koymaktadır (Cunningham & Savage, 2015).

Demografi, istihdam, gelir, eğitim, sağlık, erişilebilirlik ve yaşam kalitesi gibi faktörleri içerisinde barındıran sosyoekonomik gelişmişlik düzeyi, bir ülkede bölgesel düzeyde eşitsiz bir dağılıma sahip olabilir. Dolayısıyla kültürel tüketimin belirleyicisi olarak sosyoekonomik gelişmişliğin mekânsal farklılığı kültürel tüketimin de mekânsal eşitsizliklere sahip olmasına neden olabilir. Bu çerçevede, mekânın ve mekânsal uzaklığın kültürel tüketim düzeylerini nasıl belirlediğini anlamak, kentsel toplumların refahı ve coğrafi eşitsizlik kalıplarını azaltmaya yönelik kültürel politikaların oluşturulması açısından kritik bir önem taşımaktadır (Brook, 2016). Bu kapsamda bu çalışmanın amacı Türkiye özelinde, bir kültürel tüketim aracı olarak sinemanın sosyoekonomik gelişmişlik düzeyi ile mekânsal ilişkisini analiz etmektir.

Literatürde kültürel tüketim ile sosyoekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen çok sayıda çalışma bulunmakla birlikte, bu ilişkinin mekânsal boyutunu doğrudan ele alan çalışmalar oldukça sınırlıdır. Özellikle Türkiye özelinde sinema talebi ile sosyoekonomik gelişmişlik arasındaki ilişkinin mekânsal ekonometrik yöntemlerle analiz edildiği bir çalışma literatürde bulunmamaktadır.

Bu çalışma, söz konusu literatür boşluğunu doldurmayı amaçlamakta ve kültürel tüketim ile bölgesel gelişmişlik arasındaki ilişkiyi mekânsal etkileşimler çerçevesinde inceleyerek literatüre katkı sunmaktadır. Ayrıca çalışmada elde edilen negatif mekânsal gecikme katsayısı, sinema talebinin mekânsal olarak rekabetçi bir yapıya sahip olabileceğini ortaya koymakta ve bu yönüyle mevcut literatüre özgün bir bulgu kazandırmaktadır.

Çalışmanın devamında sırasıyla Türkiye’de sinema sektörünün izleyici ve salon sayısı eğilimleri, Türkiye’de sosyoekonomik gelişmişliğin mekânsal eşitsizliği, veri seti ve yöntem, analiz bulguları ve sonuç kısmı yer almaktadır.

2. Türkiye’de Sinema Sektörünün İzleyici ve Salon Sayısı Eğilimleri

Türkiye’de sinema sektörünün izleyici ve salon sayısı eğilimleri Tablo 1’de sunulan Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)’nin Kültür İstatistikleri verileri kapsamında değerlendirilebilir.

Tablo 1

Türkiye’de Sinema Salon ve İzleyici Sayısı (1995-2024)

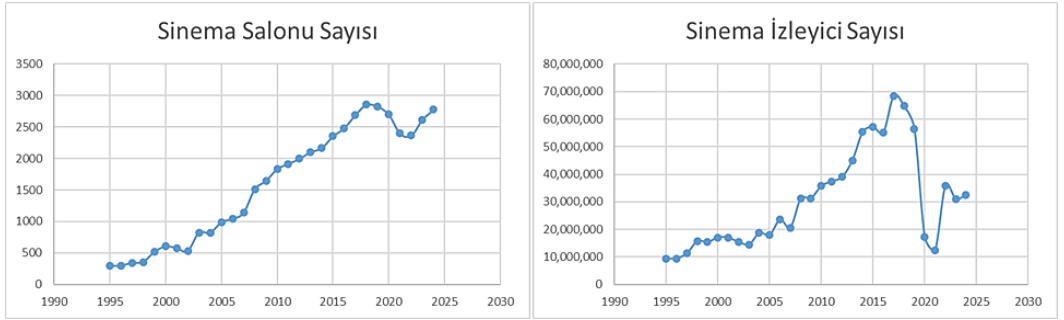
Yıl	Sinema İzleyici Sayısı	Sinema Salonu Sayısı	Yıl	Sinema İzleyici Sayısı	Sinema Salonu Sayısı
1995	9.399.794	301	2010	35.787.380	1.834
1996	9.454.596	300	2011	37.439.786	1.917
1997	11.344.427	344	2012	39.002.190	1.998
1998	15.750.946	358	2013	45.077.509	2.102
1999	15.329.132	516	2014	55.378.716	2.170

2000	17.086.152	606	2015	57.148.011	2.356
2001	16.905.737	580	2016	55.260.600	2.483
2002	15.406.597	532	2017	68.482.526	2.692
2003	14.503.052	826	2018	64.772.380	2.858
2004	18.670.834	822	2019	56.479.209	2.826
2005	18.001.466	987	2020	17.226.952	2.698
2006	23.512.599	1.045	2021	12.418.777	2.398
2007	20.659.569	1.140	2022	35.754.644	2.366
2008	31.132.231	1.514	2023	31.005.844	2.618
2009	31.334.447	1.647	2024	32.538.289	2.776

Kaynak: TÜİK, 2025

Şekil 1

Türkiye’de Sinema Salon ve İzleyici Sayısı (1995-2024)



Kaynak: TÜİK (2025) verilerinden hareketle yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

1995 yılında yaklaşık 9,4 milyon seyirci ve 301 sinema salonu ile sınırlı bir yapıya sahip olan Türk sinema sektörü, özellikle 2000’li yıllarla birlikte belirgin bir büyüme eğilimine girmiştir. 2000 yılı itibarıyla seyirci sayısı 17 milyona, salon sayısı ise 606’ya ulaşmış; 2006’da ise seyirci sayısı 23,5 milyon, salon sayısı 1.045 olmuştur. Bu süreç, sektörün hem altyapı hem de izleyici talebi açısından genişlediğini göstermektedir.

2008 yılına gelindiğinde seyirci sayısı 31 milyon, salon sayısı ise 1.514’e yükselmiş ve bu artış eğilimi 2010’lu yıllarda da devam etmiştir. Özellikle 2017’de ulaşılan 68,4 milyon seyirci ve 2.692 salon, sektörün zirve noktasını temsil etmektedir. Bu dönemde izleyici sayısındaki artış, Türkiye’de sinema kültürünün yaygınlaştığını ve sektörün ekonomik olarak büyüdüğünü açıkça ortaya koymaktadır.

Ancak, 2019 sonrası verilerde dikkat çekici bir düşüş gözlenmektedir. 2019’da 56,4 milyon seyirci ile yüksek bir düzey korunurken, 2020 yılında COVID-19 pandemisinin etkisiyle izleyici sayısı 17,2 milyona, 2021’de ise 12,4 milyona kadar gerilemiştir. Buna karşın, salon sayısındaki azalış sınırlı kalmış ve yapısal kapasite büyük ölçüde korunmuştur.

Pandemi sonrası dönemde toparlanma eğilimi gözlemlense de (2022’de 35,7 milyon, 2023’te 31 milyon ve 2024’te 32,5 milyon seyirci), seyirci sayısının 2017-2018 yıllarındaki zirve seviyelerine ulaşamadığı görülmektedir. Öte yandan, salon sayısı 2024 itibarıyla 2.776’ya yükselmiş olup, sektörde fiziksel altyapının büyümeye devam ettiği anlaşılmaktadır.

Sonuç olarak, Türkiye’de sinema sektörü 1995’ten 2017’ye kadar istikrarlı bir büyüme göstermiş, 2017-2018 döneminde zirveye ulaşmış, ardından pandemiyle keskin bir daralma yaşamış, fakat 2022 sonrası toparlanma sürecine girmiştir. İzleyici sayılarındaki dalgalanmalara rağmen, salon sayısındaki sürekli artış sektöre yönelik yatırımların devam ettiğini ve uzun vadede yeniden büyüme potansiyelinin korunduğunu ortaya koymaktadır.

3. Türkiye’de Sosyoekonomik Gelişmişliğin Mekânsal Eşitsizliği

Türkiye’de bölgesel gelişmişlik farklılıkları, tarihsel temellere dayanan ve kronik nitelik taşıyan bir sorun olarak varlığını sürdürmektedir. Bölgesel eşitsizliklere ilişkin yapılan çalışmaların büyük bölümü uzunca bir süre GSYH (Gayrisafi Yurtiçi Hasıla) gibi parasal göstergelere odaklanmıştır. Oysaki gelişme ya da bir diğer deyişle kalkınma olgusu sadece gelir, üretim gibi parasal olgularla ölçülebilen bir kavram değildir. Bir bölgenin gelişmişlik düzeyi; altyapı olanakları, eğitim düzeyi, demografik yapı, sağlık hizmetlerine erişim imkânı, ekonomik kapasite ve kültürel zenginlik gibi çok sayıda unsurun ortak etkisiyle biçimlenmektedir. Bu çok boyutlu etkileşim, bir bölgenin, kentin ya da ülkenin gelişmişlik düzeyinin değerlendirilmesinde farklı sosyoekonomik göstergelerin bir arada ele alınmasını zorunlu kılmaktadır (Dolu ve Kuvvetli, 2023).

Bu doğrultuda uluslararası kalkınma literatürüne paralel bir şekilde Türkiye’de 1960’lı yıllarda illerin gelişme düzeyini çok boyutlu bir şekilde ölçmek adına Sosyo-Ekonomik Gelişme Endeksi (SEGE) çalışmaları başlamıştır. Standart ve karşılaştırılabilir bir veri serisi ilk olarak 1996 yılında oluşturulmuştur. SEGE, il ve ilçe düzeyinde periyodik olarak yayımlanan bir endekstir. İl düzeyindeki endeksler 1969, 1972, 1980, 1985, 1991, 1996, 2003, 2011 ve 2017 yıllarında; ilçe düzeyindeki endeksler ise 1966, 1981, 1985, 1996, 2004 ve 2017 yıllarında yayımlanmıştır (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2019).

GSYİH serileri ekonomik kalkınmayı yalnızca üretim kapasitesi ve fiziksel büyüme üzerinden ölçerken, SEGE farklı ekonomik, sosyal ve kültürel göstergeleri bir araya getirerek kalkınmayı çok boyutlu biçimde değerlendirmektedir. Bu yaklaşım, toplumsal yapıyı da yansıtan değişkenler aracılığıyla genel gelişmişlik düzeyini ortaya koymakta ve göstergeler arası etkileşimi dikkate alan bütüncül bir perspektif sunmaktadır. Böylece SEGE, yalnızca ekonomik değil, yapısal ve insani kalkınma boyutlarını da kapsayan daha kapsamlı bir sosyal kalkınma çerçevesi sağlamaktadır (Özaslan vd., 2006:6).

İller düzeyinde yayımlanan en güncel çalışma olan SEGE-2017, eğitim, sağlık, istihdam, demografi, yenilikçilik, erişilebilirlik, mali göstergeler ve yaşam kalitesi olmak üzere sekiz başlık altında 52 göstergeden oluşmaktadır. Bu çalışmada kullanılan il bazında

kişi başı GSYH değişkeni hariç diğer tüm değişkenler, SEGE-2011 çalışmasında kullanılan veri setinde de yer almıştır (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2019).

Türkiye’de ekonomik coğrafya ve bölgesel iktisat gibi alanlarda yapılan akademik çalışmaların çoğunda SEGE’den faydalanılmaktadır. Bu çalışmalarda SEGE genellikle bir bağımsız değişken olarak kullanıldığı gibi kimi zaman bir kalkınma göstergesi olarak bağımlı değişken şeklinde de ele alınmıştır. Örneğin Türkiye’de bölgeler arası eşitsizlikler açısından önemli bir problem olan iç göç olgusunu inceleyen çalışmalarda SEGE’nin iller ve ilçeler arası göçün önemli bir açıklayıcısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Icduygu vd., 2001; Yakar, 2013). Bir başka açıdan Tuncer (2013) Türkiye’de kamu harcamalarının bölgelerarası sosyo-ekonomik gelişmişlik farklılıklarını azaltmadaki rolünü SEGE üzerinden incelemiştir. Karahasan (2024) ise Türkiye’deki bölgesel eşitsizlikleri 1963–2017 döneminde iller düzeyinde yayınlanan SEGE’leri kullanılarak mekânsal açıdan analiz etmiştir. Bulgular, doğu bölgelerinde gelişmemişliğin süreklilik gösterdiğini, batı bölgelerinde ise artan pozitif mekânsal yayılma etkilerinin gözlemlendiğini ortaya koymuştur. Literatürde görüldüğü üzere SEGE bölgesel gelişmişlik farklılıklarını çeşitli açılardan analiz etmede oldukça kullanışlı bir araçtır.

Diğer taraftan SEGE’nin resmi kuruluşlarca yıllık olarak açıklanmaması, verinin olmadığı yıllar için ve zaman serisine dayalı analiz yapmayı zorlaştırmış ve bu durum araştırmacıları bireysel olarak yıllık SEGE hesaplamalarına yöneltmiştir. Literatürde birçok araştırmacı kendi hesapladıkları SEGE’ler ile Türkiye’de illerin sosyo-ekonomik gelişmişliğini incelemeye çalışmıştır. Çetin ve Sevüktekin (2016), iller arasındaki sosyo-ekonomik gelişmişliğin düzeyini ve mekânsal etkileşimini tespit etmeyi amaçlamış ve 2015 dönemine ait göstergeleri kullanmıştır. Servi ve Erişoğlu (2020), illerin ekonomik, demografik ve sosyo-kültürel gibi çok boyutlu göstergelerle gelişmişlik düzeylerini karşılaştırmayı ve gruplandırmayı hedeflemiş ve 2018 yılına ait verileri incelemiştir. Çalışma sonucunda iller 4 farklı gelişmişlik düzeyine göre gruplandırılmış, İstanbul, İzmir ve Ankara en yüksek gelişmişlik düzeyine sahip grupta yer almıştır. Özkubat ve Selim (2019) ise illerin gelişmişlik düzeylerini etkileyen faktörleri mekânsal ekonometrik yöntemle analiz etmek amacıyla 2008-2015 yıllarını kapsayan verileri kullanmıştır. Çalışmanın bulguları, Marmara Bölgesi illerinin yüksek SEGE değerleri aldığını, Doğu ve Güneydoğu Anadolu illerinin ise düşük değerlere sahip olduğunu göstermiştir. Bir ilin SEGE’sindeki artışın, çevresindeki illerin gelişmişlik endeksini de artıracakını gösteren pozitif yayılma (spillover) etkisinin tespit edilmesidir. Akusta (2025) bölgesel farklılıkları tespit ederek etkili politikaların planlanması için illerin sosyo-ekonomik eşitsizliklerini belirlemeyi amaçlamış ve 2000–2022 dönemi verilerini analiz etmiştir. Bu çalışma, Türkiye’deki 81 ilin 2’sinin çok yüksek (İstanbul ve Ankara), 30’unun yüksek, 25’inin orta ve 24’ünün düşük SEGE’ye sahip olduğunu göstermiştir.

4. Veri Seti ve Yöntem

Çalışmada kullanılan değişkenler 81 ilin sinema izleyici sayısının o ilin nüfusuna oranı ile illerin sosyoekonomik gelişmişlik endeksidir. Nüfus verileri TÜİK'ten, sosyoekonomik gelişmişlik endeksleri Kalkınma Bakanlığı ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'ndan derlenmiştir.

Türkiye'de adrese dayalı nüfus kayıt sistemi 2007 yılında başladığı için bölgesel düzeyde nüfus istatistikleri verileri sistematik bir şekilde elde edilebilir hale gelmiştir. Bu kapsamda çalışmada 2007-2019 dönemi ele alınmaktadır. Bitiş yılının 2019 seçilmesinin nedeni Covid-19 pandemisidir. 2019 sonrası sinema salonlarına giden izleyici sayısında dramatik bir düşüş bulunmaktadır.

Ancak bu düşüş yalnızca niceliksel bir azalışı ifade etmemekte, aynı zamanda sinema talebinin belirleyicilerinde yapısal bir kırılmaya işaret etmektedir. COVID-19 pandemisi sürecinde uygulanan kapanma politikaları, sosyal mesafe önlemleri ve sinema salonlarının faaliyetlerinin durdurulması gibi dışsal faktörler, izleyici davranışlarını olağan piyasa dinamiklerinden bağımsız olarak şekillendirmiştir.

Bu durum, sinema talebinin sosyoekonomik gelişmişlik ile olan ilişkisini geçici olarak zayıflatan ve mekânsal etkileşim yapısını bozan bir süreç ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla pandemi sonrası döneme ait verilerin analize dahil edilmesi, değişkenler arasındaki uzun dönemli ve yapısal ilişkinin sağlıklı bir şekilde tespit edilmesini güçleştirebilecektir. Bu nedenle çalışmada analiz dönemi, yapısal kırılmaların etkisinden arındırılmış bir örneklem elde edebilmek amacıyla 2019 yılı ile sınırlandırılmıştır.

Sosyoekonomik gelişmişlik endeksi 2007-2019 dönemi içinde iller bazında 2011 ve 2017 yılları için Kalkınma Bakanlığı ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından hesaplanmıştır. Veriler arasında dönemsel senkronizasyon oluşturmak için sinema izleyici sayılarının toplam nüfusa oranı ile sosyoekonomik gelişmişlik endekslerinin ortalamaları alınmıştır.

Bu çalışmada mekânsal analiz yöntemlerinden LISA (Local Indicators of Spatial Association) yöntemi ve mekânsal ekonometri yöntemi kullanılmıştır.

Mekânsal analizde LISA, her bir coğrafi birimin kendi değeri ile komşularının değerleri arasındaki istatistiksel ilişkiyi ölçerek anlamlı mekânsal desenleri tanımlar. Bu desenler, Moran serpmeye diyagramının sınıflandırması temelinde; yüksek değerlerin yüksek değerlerle (yüksek-yüksek) veya düşük değerlerin düşük değerlerle (düşük-düşük) kümelendiği lokal kümeler ya da yüksek değerlerin düşük değerlerle (yüksek-düşük) veya düşük değerlerin yüksek değerlerle (düşük-yüksek) çevrelendiği lokal aykırılıklar şeklinde belirtilir (Anselin, 1995; Anselin vd., 2007). Anselin (1995) Moran's istatistiğini her bir bölgesi ve dönemi için şu şekilde formüle etmiştir:

$$I_i = \left(\frac{x_i}{m_0} \right) \sum_j w_{ij} x_j \text{ with } m_0 = \sum_i x_i^2 / n \quad (1)$$

Formülde standardize edilmiş dizi ağırlık matrisi w 'nın unsurlarını ve $i(j)$ bölgesindeki gözlemi ifade eder. İstatistiksel anlamlılık değerlendirmesi, her gözlem için 999 permütasyonlu bir randomizasyon testi ile %5 seviyesinde gerçekleştirilmiştir. Bu yaklaşım hem küresel hem de yerel mekânsal otokorelasyon istatistikleri için p -değerlerini hesaplamakta kullanılan sayısal bir permütasyon yöntemidir. Yöntem, gerçek verilerin mekânsal dağılımının rastlantısal olup olmadığını belirlemek amacıyla, gözlemlenen verileri uzayda 999 kez rasgele karıştırarak hipotez testi yapar.

LISA ve mekânsal ekonometri analizlerinin çalıştırılması için komşuluk ilişkileri tanımlanmalı ve bunun içinde mekânsal ağırlık matrisi oluşturulmalıdır. Mekânsal analizlerde, veri setindeki coğrafi birimler arasındaki komşuluk ilişkilerini tanımlayan mekânsal ağırlık matrisi temel bir araçtır. Bu matris, komşu birimler arasındaki ilişkiyi ikili (0: komşu değil, 1: komşu) olarak ifade eder. Bu çalışmada, matrisin oluşturulmasında vezir (queen) komşuluk tanımı kullanılmıştır. Vezir komşuluğu, ortak bir sınıra veya ortak bir köşeye sahip olan coğrafi birimleri komşu olarak kabul eder (Anselin 2005). Türkiye'nin il sınırlarının genel yapısı vezir komşuluk ilişkisine güçlü bir şekilde uyduğu için, bu çalışmada vezir ağırlık matrisleri bu değerlendirmelere göre tercih edilmiştir.

Mekânsal otokorelasyon, gözlemlenen bir değişkenin değer benzerliklerinin mekânsal konum benzerlikleriyle ne ölçüde ilişkili olduğunu gösterir. Bir değişkenin yüksek veya düşük değerleri coğrafi olarak kümeleniyorsa pozitif mekânsal otokorelasyon; eğer bir bölge komşularından önemli ölçüde farklı değerlerle çevriliyorsa negatif mekânsal otokorelasyon söz konusudur (Anselin, 1988; Anselin, 1999). Bu durum Moran's I değeri ile ölçülür. Moran's I değeri pozitif ise pozitif mekânsal otokorelasyon varlığını, negatif ise negatif mekânsal otokorelasyon varlığını işaret eder.

Waldo Tobler'in (1970) belirttiği gibi "Her şey başka her şeyle ilişkilidir. Fakat yakın şeyler, uzak şeylere göre daha fazla ilişkilidir". Bir değişkene ait benzer değerler yakın konumlarda ortaya çıkabilir ve bu durum mekânsal kümelenme meydana getirebilir. LISA analizinde yer alan kümelenme haritalarında anlamlı olarak gösterilen konumlar var olan kesin kümeleri değil, bir kümenin çekirdeklerini göstermektedir. Aksine, mekânsal aykırı değerler söz konusu olduğunda ise bunlar var olan kesin aykırılıkları gösterir.

Çalışmanın ikinci mekânsal analizi mekânsal ekonometri yöntemidir. Bu çalışmada analiz dönemi 2007–2019 yıllarını kapsamakla birlikte, mekânsal panel veri yöntemleri yerine yatay kesit temelli bir mekânsal analiz yaklaşımı tercih edilmiştir. Bu tercihin temel nedeni, sosyoekonomik gelişmişlik endeksinin (SEGE) yıllık olarak yayımlanmaması ve yalnızca belirli yıllar için hesaplanmış olmasıdır.

Bu durum, panel veri seti oluşturulabilmesi için eksik yıllar açısından ara değer üretimini (interpolasyon veya ekstrapolasyon) gerekli kılmaktadır. Ancak söz konusu yöntemler, özellikle mekânsal ekonometrik analizlerde değişkenler arasındaki gerçek ilişki yapısını bozabilecek ölçüm hatalarına yol açabilmektedir.

Bu nedenle çalışmada, dönem ortalamaları kullanılarak uzun dönemli mekânsal

ilişkilerin daha sağlıklı bir şekilde analiz edilmesi amaçlanmış ve bu çerçevede yatay kesit temelli mekânsal ekonometrik yaklaşım tercih edilmiştir. Bu yaklaşım, kısa dönemli dalgalanmalardan ziyade iller arasındaki yapısal mekânsal etkileşimlerin ortaya konulmasına imkân sağlamaktadır. Bu bağlamda analiz, zamansal dinamiklerden ziyade mekânsal bağımlılığın yapısal niteliğine odaklanmaktadır.

Mekânsal ekonometri, kesitsel ve panel veriler için regresyon modellerinde mekânsal etkileşim (mekânsal otokorelasyon) ve mekânsal yapı (mekânsal heterojenlik) ile ilgilenen ekonometrinin bir alt dalıdır (Anselin, 1988). Kökensel olarak mekânsal ekonometrinin odak noktası, tek tip etkileşim etkisine sahip mekânsal gecikme modeli (SAR) ve mekânsal hata modeli (SEM)'dir (Elhorst, 2014). Bu bağlamda çalışmada mekânsal gecikme ve mekânsal hata modelleri oluşturulmuştur.

Mekânsal gecikme modelinin (SAR) temel mantığı, bir bölgedeki bir olayın (örneğin, işsizlik oranı veya konut fiyatları) sadece kendi iç dinamiklerinden değil, aynı zamanda komşu bölgelerdeki aynı olayın değerlerinden de etkilendiği fikrine dayanır. Bu etki, bir yayılma etkisi (spillover effect) olarak düşünülebilir. Örneğin, bir şehirdeki konut fiyatlarındaki artışın, komşu şehirlerdeki konut fiyatlarını da artırması bu duruma bir örnektir. Bu durumun analiz edilmesi için mekânsal gecikme modelinde (SAR) bağımlı değişken, mekânsal ağırlık matrisi ile çarpılarak modele bağımsız değişken olarak eklenir (Anselin, 1988; Elhorst, 2014).

Mekânsal hata modelinin (SEM) temel mantığı ise mekânsal bağımlılığın, bağımlı veya bağımsız değişkenlerin kendisinde değil, hata teriminde yoğunlaştığı fikrine dayanır. Yani, modelde açıklanamayan, ölçülemeyen veya modele dâhil edilemeyen faktörlerin mekânsal olarak ilişkili olduğu varsayılır. Örneğin, coğrafi olarak yakın olan bölgelerin, benzer ancak ölçülemeyen çevresel faktörlere (toprak kalitesi, hava kirliliği vb.) maruz kalması durumunda, bu durum hata terimlerinin mekânsal olarak ilişkili olmasına neden olur (Anselin, 1988; Elhorst, 2014).

Bu iki model kapsamında çalışmada analiz edilecek olan denklemler aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

$$\text{Mekânsal gecikme modeli (SAR)} \quad \text{SINNUFORT} = \beta_0 + \beta_1 \text{SEGEORT} + \rho \text{WSINNUFORT} + u \quad (2)$$

$$\text{Mekânsal hata modeli (SEM)} \quad \text{SINNUFORT} = \beta_0 + \beta_1 \text{SEGEORT} + u; u = \lambda W u + \varepsilon \quad (3)$$

Çalışmada bağımlı değişken olan sinema izleyici oranını açıklamak amacıyla modele yalnızca sosyoekonomik gelişmişlik endeksi (SEGEORT) dahil edilmiştir. Bu durum, modelde kontrol değişkenlerinin yer almaması nedeniyle potansiyel bir sınırlılık olarak değerlendirilebilir. Nitekim sinema talebi; gelir, eğitim düzeyi, demografik yapı, kültürel altyapı gibi çok sayıda faktörden etkilenmektedir.

Bununla birlikte, çalışmada kullanılan sosyoekonomik gelişmişlik endeksi (SEGE), söz konusu faktörlerin önemli bir kısmını (gelir, eğitim, istihdam, erişilebilirlik, yaşam

kalitesi vb.) çok boyutlu bir yapı içerisinde dolaylı olarak içermektedir. Bu yönüyle SEGE değişkeni, kültürel tüketimi etkileyen temel sosyoekonomik dinamikleri kapsayan bileşik bir gösterge olarak değerlendirilmiştir.

Ayrıca çalışmanın temel amacı, sinema talebinin tüm belirleyicilerini kapsamlı biçimde modellemekten ziyade, sosyoekonomik gelişmişlik ile kültürel tüketim arasındaki mekânsal ilişkiyi ortaya koymaktır. Çalışma, temel olarak mekânsal ilişkiye odaklandığı için modele ek kontrol değişkenleri dahil edilmemiştir.

Bununla birlikte, modelde kontrol değişkenlerinin yer almaması katsayıların büyüklüğünün dikkatli yorumlanmasını gerektirmektedir. Elde edilen bulgular doğrudan nedensel bir etki büyüklüğü olarak değil, değişkenler arasındaki yapısal ilişkiyi yansıtan bir gösterge olarak değerlendirilmelidir.

İki modelde de kullanılan bağımlı değişken SINNUFORT bir ilin sinema seyirci sayısının o ilin nüfusuna oranını temsil etmektedir. Bağımsız değişken olan SEGEORT bir ilin sosyoekonomik gelişmişlik endeksi ortalamasını temsil etmektedir.

SAR modelinde bağımsız değişkenlerde yer alan WSINNUFORT bağımlı değişken olan bir ilin sinema seyirci sayısının o ilin nüfusuna oranının mekânsal ağırlık matrisi ile çarpımını ifade eder. P mekânsal gecikme katsayısı olup bu katsayı istatistiksel anlamlılığa sahipse mekânsal taşıma etkisine işaret eder.

SEM modelinde u: hata terimi vektörü, λ (lambda) mekânsal hata katsayısıdır. Bu katsayı, hata terimindeki mekânsal bağımlılığın gücünü gösterir. Eğer λ istatistiksel olarak anlamlıysa, mekânsal olarak kümelenmiş gözlemlenmemiş faktörlerin varlığına işaret eder. W mekânsal ağırlık matrisi, ϵ normalde bağımsız ve aynı dağılıma sahip olan hata terimini ifade etmektedir. Çalışmada kullanılan analizler GeoDa programı ile yapılmıştır.

5. Bulgular, Analiz ve Değerlendirmeler

LISA analizi kapsamında değişkenlere ait Moran's I değerleri ve istatistiksel anlamlılıkları aşağıdaki Tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2

Moran's I Değerleri ve İstatistiksel Anlamlılıkları

Değişkenler	Moran's I	p-value
SINNUFORT	0.313	0.001
SEGEORT	0.608	0.001

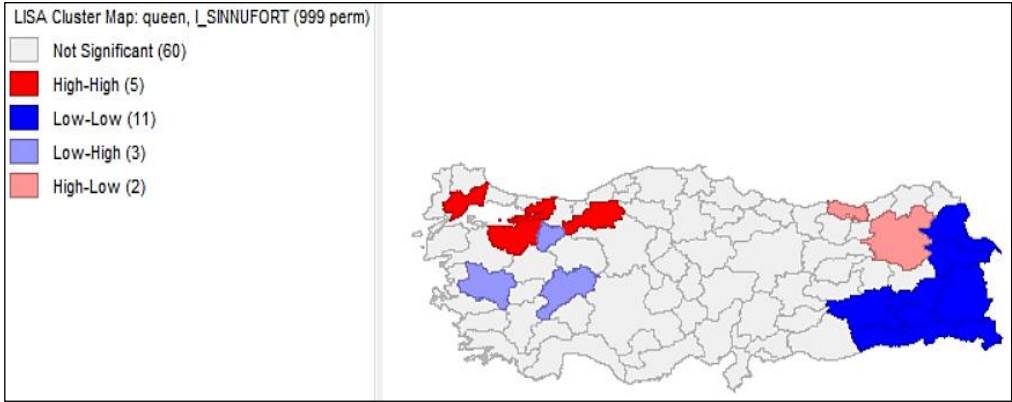
SINNUFORT değişkeninin Moran's I değerinin pozitif ve p-değerinin istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0.05$) olması, sinema izleyici sayısının nüfusa oranlarında pozitif bir mekânsal kümelenme olduğunu gösterir. Bu, Türkiye'de sinema izleyici oranı yüksek olan illerin, komşularının da sinema izleyici oranı yüksek iller olma eğiliminde olduğunu; benzer şekilde, düşük orana sahip illerin de benzer özelliklere sahip komşularla bir araya

geldiğini kanıtlar. Bu kümelenme, orta düzeyde bir güçlülüğe sahiptir.

SEGEORT değişkeninin Moran's I değeri, çok güçlü ve pozitif bir mekânsal kümelenme olduğunu ortaya koyar. Değerin 0'a daha uzak olması, sosyoekonomik gelişmişlik düzeyi yüksek illerin komşularıyla birlikte çok belirgin kümeler oluşturduğunu, az gelişmiş illerin de kendi aralarında çok daha güçlü bir kümelenme sergilediğini gösterir. SINNUFORT'a kıyasla, SEGEORT değişkeninin mekânsal yapısının çok daha homojen ve süreklilik gösterdiği anlaşılmaktadır.

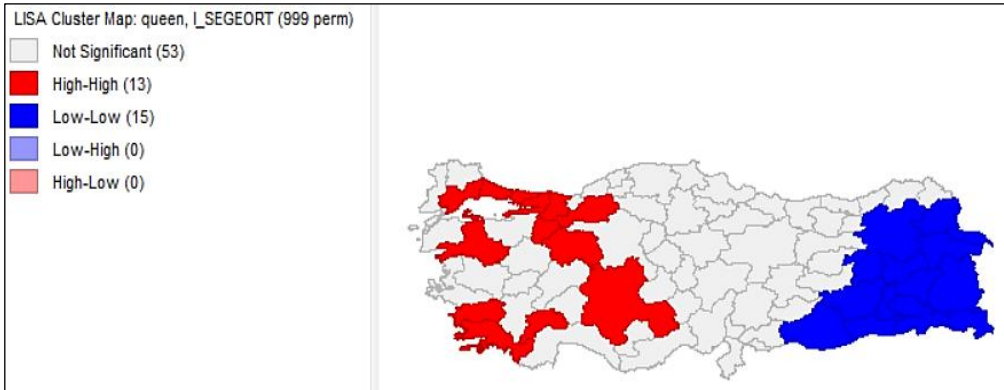
Şekil 2

SINNUFORT LISA Haritası



Şekil 3

SEGEORT LISA Haritası



Şekil 2'deki SINNUFORT ve Şekil 3'teki SEGEORT LISA haritaları, Türkiye'deki sosyal ve kültürel dinamiklerin mekânsal yapısını anlamak için güçlü kanıtlar sunmaktadır. Her iki harita da benzer değerlere sahip illerin coğrafi olarak kümelandığını gösterse de bu kümelenmelerin gücü, ölçeği ve yapısında önemli farklar bulunmaktadır.

Haritalardaki en dikkat çekici bulgu, "sıcak noktalar" (High-High) ve "soğuk noktaların" (Low-Low) mekânsal olarak büyük ölçüde örtüşmesidir. SEGEORT haritasındaki yüksek gelişmişlik kümeleri (Marmara, Ege, İç Anadolu) ile SINNUFORT haritasındaki yüksek sinema izleyici oranı kümeleri aynı coğrafyalarda yoğunlaşmaktadır. Bu bulgu, sosyoekonomik gelişmişlik ile sinema tüketimi arasında güçlü bir mekânsal ilişki bulunduğunu göstermektedir. Gelişmiş bölgeler hem ekonomik refahın hem de bu refahın desteklediği kültürel altyapı ve tüketim alışkanlıklarının merkezidir.

Benzer şekilde, SEGEORT haritasındaki az gelişmişlik kümeleri (Doğu ve Güneydoğu Anadolu), SINNUFORT haritasındaki düşük sinema izleyici oranı kümeleriyle büyük ölçüde çakışmaktadır. Bu bulgu, az gelişmişliğin mekânsal sürekliliğinin, kültürel altyapı ve tüketim alışkanlıkları üzerinde de olumsuz bir etki yarattığını göstermektedir.

SEGEORT haritasındaki kümeler (hem sıcak hem soğuk noktalar), daha geniş coğrafi alanları kapsamaktadır. Bu, sosyoekonomik gelişmişliğin iller arasında daha homojen bir şekilde yayıldığını ve bölgesel blokların daha belirgin olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, daha önce elde edilen yüksek Moran's I değerini (0.608) de desteklemektedir.

SINNUFORT haritasındaki kümeler ise, SEGEORT'a göre daha lokal ve merkezci bir yapıya sahiptir. Sinema gibi belirli bir altyapı gerektiren kültürel aktivitelerin, daha çok "çekim merkezi" niteliğindeki büyük şehirlerde ve onların yakın çevresinde yoğunlaştığını gösterir.

SINNUFORT haritasında görülen ancak SEGEORT haritasında bulunmayan aykırı değerler (High-Low ve Low-High), iki değişken arasındaki ilişkinin nüansını ortaya koymaktadır. SEGEORT'ta aykırı değer olmaması, sosyoekonomik gelişmişlikte komşu illerden radikal bir şekilde ayrılan tekil birimlerin nadir olduğunu gösterir. Yani, gelişmişlik genel bölgesel eğilime sıkı sıkıya bağlıdır. SINNUFORT'ta aykırı değerlerin varlığı, sinema izleme alışkanlığının sadece sosyoekonomik gelişmişlikten değil, aynı zamanda daha lokal ve kültürel dinamiklerden de etkilendiğini düşündürmektedir. Örneğin, bir il sosyoekonomik olarak geri kalmış komşularla çevrili olsa dahi, belirli yerel faktörler (örneğin, genç nüfus yapısı, üniversite varlığı vb.) nedeniyle yüksek bir izleyici oranına sahip olabilir.

Türkiye'de sosyoekonomik gelişmişlik ve sinema izleme oranları arasında güçlü, pozitif ve mekânsal olarak kümelenmiş bir ilişki vardır. Ancak bu ilişki, her iki değişkenin de kümelenme yapısı ve doğası gereği farklılaşmaktadır. SEGEORT'un kümelenmesi daha geniş bölgesel bloklar halinde oluşurken, SINNUFORT'un kümelenmesi daha çok kültürel ve ekonomik merkezlerin etrafında yoğunlaşmaktadır. Bu bulgular, bir sonraki aşama olan mekânsal ekonometrik analizlerin gerekliliğini ve önemini açıkça ortaya koymaktadır.

Tablo 3*OLS Sonuçları*

Bağımlı Değişken: SINNUFORT	OLS	
	Katsayılar	Olasılık Değerleri
Sabit	35.2959	0.00000
SEGEORT	21.6075	0.00000
R ²	0.712351	
Düzeltilmiş R ²	0.708710	
Breusch-Pagan	0.1046	0.74639
Moran's I (error)	-0.7025	0.48238
LM (gecikme)	2.7206	0.09906
Robust LM (gecikme)	1.8581	0.17284
LM (hata)	0.8904	0.34536
Robust LM (hata)	0.0280	0.86714

Tablo 3'te belirtilen OLS sonuçlarında 0.712351'lik R² değeri, bağımsız değişken olan SEGEORT'un, bağımlı değişken olan SINNUFORT'daki varyansın %71'ini açıkladığını gösterir. Yüksek bir R² değeri, modelin veriye oldukça iyi uyum sağladığını ve SEGEORT'un, sinema izleyici oranlarını açıklama gücünün yüksek olduğunu ifade eder. F-İstatistiği p-değeri <0.01 olduğu için regresyon modelinin bir bütün olarak geçerli olduğunu ve SEGEORT değişkeninin, SINNUFORT'u rastgele bir tahminden daha iyi açıkladığını göstermektedir. SEGEORT Katsayısı, 21.6075 değeri ile analizin kritik bir bulgusudur. Katsayı, SEGEORT'taki her bir birimlik artışın, SINNUFORT'ta ortalama 21.6075 birimlik bir artışa yol açtığını göstermektedir. Bu ilişki, p-değeri 0.00000 olduğu için istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu sonuç, sosyoekonomik gelişmişlik ile sinema izleyici oranı arasında güçlü, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu güçlü biçimde desteklemektedir. Breusch-Pagan testine göre testin p-değeri 0.05'ten büyüktür (0.74639). Bu, hata varyansının sabit olduğu (homoskedastisite) varsayımının reddedilemediğini gösterir. Bu durum, modelin sağlıklı olduğunu gösteren olumlu bir bulgudur.

Lagrange Multiplier (lag) p-değeri 0.09906'dır. Bu değer 0.05'ten büyük olmasına rağmen, 0.10'a oldukça yakındır ve mekânsal bir etki olabileceğine dair bir ipucu verir. Lagrange Multiplier (error) ve Robust LM (error) testlerinin p-değerleri (sırasıyla 0.34536 ve 0.86714) anlamlı bir mekânsal hata olmadığını gösterir. Bu kapsamda Lagrange Multiplier (lag) modelinin anlamlı çıkmasından dolayı Mekânsal Gecikme Modelinin (Spatial Lag Model) çalıştırılması uygundur. Mekânsal gecikme modelinin analiz sonuçları aşağıda Tablo 4'te verilmektedir.

Tablo 4*Mekânsal Gecikme Modelinin Analiz Sonuçları*

Bağımlı Değişken: SINNUFORT	Mekânsal Gecikme Modeli En Çok Olabilirlik Tahmini	
	Katsayılar	Olasılık Değerleri
Sabit	42.3043	0.00000
SEGEORT	23.7475	0.00000
W_SINNUFORT	-0.192212	0.07909
R ²	0.724782	
Breusch-Pagan	0.1875	0.66504
LR Test	2.9793	0.08433

0.724782'lik R² değeri, bağımlı değişkendeki varyansın %72'sinin bağımsız değişkenler (SEGEORT ve W_SINNUFORT) tarafından açıklandığını gösterir. Bu değer, OLS modelinin R² değerinden (0.712351) biraz daha yüksektir. Bu, mekânsal gecikme teriminin eklenmesinin modelin açıklama gücünü artırdığını gösterir. Likelihood Ratio Test, mekânsal gecikme teriminin modele eklenmesinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını belirler. 2.9793 test değerinin 0.08433 olan p-value değeri 0.10 seviyesinde anlamlıdır. Bu, mekânsal gecikme teriminin katkısının bir etkiye sahip olduğunu gösterir.

23.7475'lik SEGEORT Katsayısı OLS modelindeki katsayıya (21.6075) kıyasla daha yüksektir. Bu durum, mekânsal etkiler kontrol altına alındığında, sosyoekonomik gelişmişliğin sinema izleyici oranı üzerindeki doğrudan etkisinin aslında daha güçlü olduğunu gösterir. Bu katsayı, istatistiksel olarak anlamlıdır (p-değeri 0.00000). Mekânsal etkiler sabit tutulduğunda, SEGEORT'taki bir birimlik artış, SINNUFORT'ta ortalama 23.7475 puanlık bir artışa neden olmaktadır.

W_SINNUFORT (Mekânsal Gecikme Katsayısı) değeri -0.192212'dir. Bu katsayı, bir ilin sinema izleyici oranının komşu illerin sinema izleyici oranlarından etkilendiğini gösterir. Ancak katsayının negatif olması, genellikle mekânsal yayılma etkisi olarak beklenen pozitif ilişkiye aykırıdır. Katsayının p-değeri (0.07909), istatistiksel olarak 0.10 seviyesinde anlamlıdır. Bu bulgu, sinema izleme oranları yüksek olan komşu illerin, bir ilin sinema izleme oranını negatif yönde etkilediğini göstermektedir. Bu durum, rekabetçi bir "çekim etkisi" olarak yorumlanabilir. Örneğin, büyük bir metropolde bulunan sinema salonları, çevre illerdeki potansiyel izleyicileri kendine çekerek bu illerin kendi sinema izleyici oranlarını düşürmektedir.

6. Sonuç

Bu çalışmada, Türkiye'de sinema talebi ile sosyoekonomik gelişmişlik arasındaki ilişki mekânsal etkileşim boyutlarıyla analiz edilmiştir. 2007–2019 dönemini kapsayan analiz kapsamında, 81 il için LISA yöntemi ve mekânsal ekonometrik modeller kullanılmıştır. Elde edilen bulgular hem sosyoekonomik gelişmişliğin hem de sinema talebinin Türkiye'nin batı bölgelerinde yoğunlaştığını ve bu değişkenler arasında anlamlı

bir mekânsal kümelenme bulunduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca mekânsal ekonometrik analiz sonuçları, sosyoekonomik gelişmişlik düzeyinin sinema talebi üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Bununla birlikte, çalışmanın en dikkat çekici bulgularından biri, mekânsal gecikme katsayısının negatif çıkmasıdır. Bu durum, sinema talebinin komşu iller arasında tamamlayıcı değil, aksine rekabetçi bir yapı sergilediğine işaret etmektedir. Başka bir ifadeyle, gelişmiş merkezler çevre illerdeki potansiyel izleyici kitlelerini kendine çekmekte ve bu durum çevre illerdeki yerel sinema talebinin zayıflamasına neden olmaktadır. Bu bulgu, literatürde “gölgeleme etkisi” veya “backwash effect” olarak ifade edilen mekânsal bir rekabet mekanizmasının varlığına işaret etmektedir.

Elde edilen bulgular çerçevesinde, sinema talebinin yalnızca bireysel sosyoekonomik özelliklerle değil, aynı zamanda mekânsal etkileşim dinamikleriyle de şekillendiği anlaşılmaktadır. Bu durum, kültürel tüketimin coğrafi olarak eşitsiz dağıldığını ve gelişmiş bölgelerde yoğunlaşma eğilimi gösterdiğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, sosyoekonomik gelişmişlik düzeyindeki artış her ne kadar sinema talebini artırsa da bu artışın mekânsal olarak merkezileştirici bir etki yarattığı ve çevre bölgelerin kültürel potansiyelini sınırlayabildiği görülmektedir.

Bu çerçevede, bölgesel kalkınma politikalarının yalnızca ekonomik göstergelere odaklanmakla sınırlı kalmayıp, kültürel altyapıyı da kapsayacak şekilde genişletilmesi önem arz etmektedir. Özellikle çevre illerde sinema salonlarının sayısının artırılması, yerel film gösterimlerinin teşvik edilmesi ve kültürel etkinliklerin yaygınlaştırılması, merkez-çevre arasındaki kültürel talep dengesizliğini azaltabilir.

Bununla birlikte, sinema talebinin mekânsal olarak merkezileşme eğilimi göstermesi, kültürel sektörlerde yığılma ekonomilerinin ve ölçek etkilerinin belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, politika yapıcılarının kültürel yatırımları yalnızca büyük şehirlerde yoğunlaştırmak yerine, çevre bölgelerde de sürdürülebilir kültürel ekosistemler oluşturacak şekilde planlaması gerektiğine işaret etmektedir. Bu yönüyle çalışma, kültürel tüketimin mekânsal boyutunun anlaşılmasına katkı sunarak, kültürel ekonomi literatüründe mekân temelli analizlerin önemini ortaya koymaktadır.

Çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Analizde kullanılan sosyoekonomik gelişmişlik endeksi (SEGE), gelir, eğitim, istihdam ve yaşam kalitesi gibi birçok sosyoekonomik unsuru birlikte değerlendiren kapsamlı bir gösterge olsa da sinema talebini etkileyebilecek bazı değişkenler modele doğrudan dahil edilememiştir. Özellikle gelir dağılımı, yaş yapısı, üniversite öğrenci yoğunluğu, kültürel altyapının niteliği ve dijital platform kullanımındaki farklılıklar gibi unsurların sinema tüketimi üzerinde etkili olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca SEGE verilerinin yıllık olarak yayımlanmaması nedeniyle analiz, dönem ortalamalarına dayalı yatay kesit yaklaşımıyla sınırlandırılmıştır. Bu durum, zaman içerisindeki kısa dönemli değişimlerin ayrıntılı biçimde incelenmesini zorlaştırmaktadır. Bunun yanında, COVID-19 pandemisinin sinema sektöründe olağanüstü

etkiler yaratması nedeniyle çalışma dönemi 2019 yılı ile sınırlandırılmıştır. Gelecekte yapılacak çalışmalarda, dijital yayın platformlarının yaygınlaşmasının sinema talebi üzerindeki etkisinin yanı sıra genç nüfus oranı, üniversite yoğunluğu ve kültürel altyapı gibi değişkenlerin mekânsal panel veri yöntemleriyle incelenmesi daha kapsamlı sonuçlar sağlayabilir. Benzer şekilde tiyatro, konser ve müze gibi farklı kültürel tüketim alanlarının mekânsal açıdan karşılaştırılması da kültürel eşitsizliklerin daha ayrıntılı değerlendirilmesine katkı sunabilir.

Yazarlık Beyanı: Tüm yazarlar çalışmanın tasarımı, veri toplama, analiz ve makale yazımına katkıda bulunmuştur. Tüm yazarlar makalenin son halini gözden geçirerek onaylamıştır.

Çıkar Çatışması Beyanı: Yazarlar, araştırma, yazarlık ve yayınlama süreçlerinde herhangi bir çıkar çatışması bulunmadığını beyan eder.

Finansman: Yazarlar, bu çalışmaya herhangi bir mali destek veya finansman sağlanmadığını beyan eder.

Etik Beyanı: Yazarlar, bu çalışmada bilimsel ve etik ilkelere uyulduğunu ve kullanılan tüm kaynakların düzgün bir şekilde alıntılandığını beyan eder.

Yapay Zeka Beyanı: Yazarlar, bu çalışmada üretken yapay zeka kullanmadıklarını beyan eder.

Kaynakça

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2002). *Dialectic of enlightenment: Philosophical fragments*. Stanford University Press.
- Akusta, E. (2025). Measuring and rating socioeconomic disparities among provinces: a case of Türkiye. *İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 45-67. <https://doi.org/10.26650/JEPR1472224>
- Anselin, L. (1988). *Spatial econometrics methods and models*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Anselin, L. (1995). Local indicator of spatial association - LISA. *Geographical Analysis*, 27(2), 93-115. <https://doi.org/10.1111/j.1538-4632.1995.tb00338.x>
- Anselin, L. (1999). Interactive techniques and exploratory spatial data analysis. In P. A. Longley, M. F. Goodchild, D. J. Maguire, & D. W. Rhind (Eds.), *Geographical information systems: Principles, techniques, management and applications* (pp. 251-264). Wiley.
- Anselin, L. (2005). *Exploring spatial data with GeoDaTM: a workbook*. Spatial Analysis Laboratory, Department of Geography University of Illinois, Center for Spatially Integrated Social Science.
- Anselin, L., Sridharan, S., & Gholston, S. (2007). Using exploratory spatial data analysis to leverage social indicator database: The discovery of interesting patterns. *Social Indicators Research*, 82, 287-309. <https://doi.org/10.1007/s11205-006-9034-x>
- Bagella, M., & Bachetti, L. (1999). The determinants of motion picture box office performance: evidence from movies produced in Italy. *Journal of Cultural Economics*, 23, 237-256. <https://doi.org/10.1023/A:1007579421768>
- Bennett, T., Savage, M., Silva, E. B., Warde, A., Gayo-Cal, M., & Wright, D. (2009). *Culture, class, distinction*. London: Routledge.
- Biferale, L., Brandano, M. G., Crociata, A., & Melo, H. P. (2024). The spatial dimensions of cultural consumption: how distance influences consumption levels in a spatial setting. *Journal of Cultural Economics*, 48, 499-525. <https://doi.org/10.1007/s10824-024-09506-0>
- Brook, O. (2016). Spatial equity and cultural participation: How access influences attendance at museums and

- galleries in London. *Cultural Trends*, 25(1), 21-34. <https://doi.org/10.1080/09548963.2015.1134098>
- Cameron, S. (1999). Rational addiction and the demand for cinema. *Applied Economic Letters*, 6(9), 617-620. <https://doi.org/10.1080/135048599352736>
- Chen, G., & Tang, P. (2021). Similar but special: an econometric analysis of live performing arts attendance in mainland China. *Journal of Cultural Economics*, 45, 459-490. <https://doi.org/10.1007/s10824-021-09422-7>
- Collins, A., Hand, C., & Snell, M. C. (2002). What makes a blockbuster? Economic analysis of film success in the United Kingdom. *Managerial and Decision Economics*, 23, 343-354. <https://doi.org/10.1002/mde.1069>
- Courty, P., & Zhang, F. (2018). Cultural participation in major Chinese cities. *Journal of Cultural Economics*, 42, 543-592. <https://doi.org/10.1007/s10824-018-9319-3>
- Cunningham, N., & Savage, M. (2015). The secret garden? Elite metropolitan geographies in the contemporary UK. *The Sociological Review*, 63(2), 321-348. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.12285>
- Çetin, I., & Sevüktekin, M. (2016). Türkiye'de gelişmişlik düzeyi farklılıklarının analizi. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 39-61.
- Dewenter, R., & Westermann, M. (2005). Cinema demand in Germany. *Journal of Cultural Economics*, 29, 213-231. <https://doi.org/10.1007/s10824-005-6421-0>
- Dolu, A., & Kuvvetli, U. (2023). Türkiye'de kentlerin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeylerinin karşılaştırılması. *International Journal of Public Finance*, 8(1), 85-106. <https://doi.org/10.30927/ijpf.1177630>
- Elhorst, J. P. (2014). *Spatial econometrics from cross-sectional data to spatial panels*. Groningen: Springer.
- Falk, M., & Katz-Gerro, T. (2015). Cultural participation in Europe: Can we identify common determinants? *Journal of Cultural Economics*, 40, 127-162. <https://doi.org/10.1007/s10824-015-9242-9>
- Hallmann, K., Artime, C. M., Breuer, C., Dallmeyer, S., & Metz, M. (2016). Leisure participation: modelling the decision to engage in sports and culture. *Journal of Cultural Economics*, 41, 467-487. <https://doi.org/10.1007/s10824-016-9275-8>
- Heikkilä, R., & Lindblom, T. (2023). Overlaps and accumulations: The anatomy of cultural non-participation in Finland. *Journal of Consumer Culture*, 23(1), 122-145. <https://doi.org/10.1177/14695405211062052>
- Icduygu, A., Sirkeci, I., & Muradoglu, G. (2001). Socio-economic development and international migration: a Turkish study. *International Migration*, 39(4), 39-61. <https://doi.org/10.1111/1468-2435.00162>
- Karahasan, B. C. (2024). Borders of socio-economic development in Türkiye. *Ekonomi-tek*, 13(2), 183-197.
- Katz-Gerro, T. (2002). Highbrow cultural consumption and class distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweden, and the United States. *Social forces*, 81(1), 207-229. <https://doi.org/10.1353/sof.2002.0050>
- Kaymaz, V. (2021). Validity of rational addiction model for cinema demand in Turkey. *Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences*, 8(2), 229-239. <https://doi.org/10.17336/igusbd.681434>
- Lévy-Garboua, L., & Montmarquette, C. (1996). A microeconomic study of theatre demand. *Journal of Cultural Economics*, 20, 25-50. <https://doi.org/10.1007/BF00148269>
- Maltby, R. (2011). New cinema histories. In R. Maltby, D. Biltereyst, & P. Meers (Eds.), *Explorations in new cinema history: Approaches and case studies* (pp. 3-40). Wiley-Blackwell.
- Nelson, R. A., Donihue, M. R., Waldman, D. M., & Wheaton, C. (2001). What's an oscar worth? *Economic Inquiry*, 39, 1-16. <https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.2001.tb00046.x>
- Ozaslan, M., Dincer, B., & Ozgur, H. (2006). Regional disparities and territorial indicators in Turkey: Socio-economic development index (SEDI). *46th Congress of the European Regional Science Association: Enlargement, Southern Europe and the Mediterranean*, Volos, Greece, August 30-September 3, 2006. European Regional Science Association.

- Özkubat, G., & Selim, S. (2019). Socio-economic development of provinces in Turkey: A spatial econometric analysis. *Alphanumeric Journal*, 7(2), 449-470. <http://dx.doi.org/10.17093/alphanumeric.507697>
- Ravid, S. A., Wald, J. K., & Basuroy, S. (2006). Distributors and film critics: does it take two to tango? *Journal of Cultural Economics*, 30, 201-218. <https://doi.org/10.1007/s10824-006-9019-2>
- Ringstad, V., & Løyland, K. (2006). The demand for books estimated by means of consumer survey data. *Journal of Cultural Economics*, 30, 141-155. <https://doi.org/10.1007/s10824-006-9006-7>
- Rodríguez-Puello, G., & Iturra, V. (2022). Does a higher cultural supply raise cultural consumption? The association between individual and city traits and cultural consumption in Chile. *The Annals of Regional Science*, 72, 65-83. <https://doi.org/10.1007/s00168-022-01189-9>
- Rössel, J., & Weingartner, S. (2016). Opportunities for cultural consumption: How is cultural participation in Switzerland shaped by regional cultural infrastructure? *Rationality and Society*, 28(4), 363-385. <https://doi.org/10.1177/1043463116658872>
- Servi, T., & Erişoğlu, Ü. (2020). Türkiye'deki şehirlerin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeylerinin istatistiksel analizi. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 174-186.
- Sisto, A., & Zanola, R. (2007). Cinema and TV: An empirical investigation of Italian consumers. In M. Bianchi (Ed.), *The evolution of consumption: Theories and practices* (pp. 139-154). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1016/S1529-2134\(07\)10006-5](https://doi.org/10.1016/S1529-2134(07)10006-5)
- Sisto, A., & Zanola, R. (2010). Cinema attendance in Europe. *Applied Economics Letters*, 17(5), 515-517. <https://doi.org/10.1080/13504850802046997>
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2013). *İllerin ve bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması SEGE-2011*. Ankara: Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü.
- T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2019). *İllerin ve bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması SEGE-2017*. Ankara: Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü.
- Tobler, W. R. (1970). A computer movie simulating urban growth in the Detroit region. *Economic Geography*, 46(1), 234-240.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2024). *Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçları, 2024*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayal%C4%B1-N%C3%BCfus-Kay%C4%B1t-Sistemi-Sonu%C3%A7lar%C4%B1-2024-53783&dil=1>
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2025, June). *İl göstergeleri (Kültür istatistikleri)*. <https://biruni.tuik.gov.tr/ilgosterge/?locale=tr>
- Tuncer, G. (2013). *Kamu harcamaları ve sosyo-ekonomik gelişmişlik ilişkisinin mekânsal analizi: Türkiye uygulaması* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yakar, M. (2013). Türkiye'de iller arası net göçlerle sosyo-ekonomik gelişmişlik arasındaki ilişkinin coğrafi ağırlıklı regresyon ile analizi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 22(1), 27-44.
- Yüksel, S. E. (2018). Küreselleşmenin sinema endüstrisine etkileri: Türkiye örneği. *Journal of Social Sciences*, 2(2), 1-17. <https://doi.org/10.18094/josc.346618>