

## 35 mm Film Projeksiyonundan Akıllı Telefonlara Türkiye'deki Sinema Salonlarının Dijitalleşmeye Geçiş Süreci: 2010-2015\*

Ferhat ZENGİN\*\*

### Öz

*Bu çalışma Türk sinemasının film gösterim sürecinin dijitalleşmesine odaklanmaktadır. Çalışmada alan araştırması çerçevesinde sektör raporları ve istatistiksel veriler derlenmiştir. Bu verilerin sağlaması için ise derinlemesine görüşme tekniğinden elde edilen veriler kullanılmıştır. Çalışmanın amacı, dijitalleşmenin Türk Sineması'nın gösterim aşamasına eklenmesiyle ortaya çıkan gelişmeleri saptamaya çalışmaktır. İşletmelerdeki dijital dönüşümün sağlandığı 2010-2015 yılları ile sınırlandırılan bu araştırmanın bulgularına göre, Türkiye'deki sinema işletmelerinin dijitalleşmesi zamana yayılmamış, çok kısa bir zaman diliminde gerçekleşmiştir. Bundan dolayı da işletmeler ve sinemacılar bir dizi sorunlarla karşı karşıya kalmıştır. Bu bağlamda sinema salonlarında zincirleşmenin arttığı, bağımsız sinema işletmelerinin sayısının ise azaldığı görülmüştür. Ayrıca projeksiyon sistemlerinin dijitalleşmesiyle işletmelerde 35 mm filmciliğe ait tüm süreçler ortadan kalmıştır. Bundan dolayı da emektar sinema emekçileri işlerinden çıkarılmış, yerlerine ise bilgisayardan anlaması yeterli olan genç kişiler istihdam edilmiştir. Böylelikle teknolojik değişiklik film gösterimlerinde kültürel bir değişikliğe de neden olmuştur. Ek olarak Sanal Kopya Bedeli (VPF) sistemi kapsamında film yapımcılarından film başına gösterim bedeli alınmaya başlanmıştır. Bu anlamda işletmelerin dönüşümü bağımsız film yapımcılarını ve sanatçıları da doğrudan etkilemiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** Türk Sineması, Dijitalleşme, Teknoloji ve Sinema, Sinema Salonları, Sinema Makinisti, Projeksiyonist, Dijital Sinema.

**From 35 mm Film Projection to Smartphones, the Transition Process of Movie Theaters in Turkey to Digitalization: 2010-2015**

### Abstract

*This study focuses on the digitalization of the film screening process of Turkish cinema. In the study, sector reports and statistical data were compiled within the framework of field research. In order to provide these data, data obtained from in-depth interviews were used. The aim of the study is to try to identify the developments that emerged with the incorporation of digitalization into the screening stage of Turkish Cinema. According to the findings of this research, which is limited to the years 2010-2015, when the digital transformation in the enterprises was achieved, the digitalization of cinema enterprises in Turkey did not spread over time and took place in a very short period of time. Therefore, businesses and filmmakers have faced*

### Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

**Geliş/Received:** 21.08.2023

**Kabul/Accepted:** 12.01.2024

\* Bu çalışma Prof. Dr. Nilüfer TIMİSİ NALÇAOĞLU danışmanlığında 2016 tarihinde tamamlanan 'Dijitalleşmenin Türk Sinemasında Yarattığı Dönüşüm: Üretim, Dağıtım ve Gösterim' başlıklı doktora tezinin "Gösterim: Türkiye'de Sinemaların Dijital Dönüşümü" konu başlığından derlenmiş olup; *Sinemayı Aydınlatanlar: Sinema Makinistlerinin Gözünden Yeşilçam* (Zengin & Kapır, 2023) kitabı kapsamında elde edilen yeni bilgilerle geliştirilmesidir.

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, İstanbul, Türkiye.

E-posta: [ferhatbzengin@gmail.com](mailto:ferhatbzengin@gmail.com) ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6785-3257>

*a series of problems. In this context, it has been observed that the chainization of movie theaters has increased, while the number of independent cinema businesses has decreased. In addition, with the digitalization of projection systems, all processes belonging to 35 mm filmmaking were eliminated. Therefore, veteran cinema workers were laid off from their jobs and replaced by young people with sufficient computer skills. In this way, technological change led to a cultural change in movie screenings. In addition, under the Virtual Copy Fee (VPF) system, filmmakers began to be charged a per-film screening fee. In this sense, the transformation of businesses directly affected independent filmmakers and artists.*

**Keywords:** Turkish Cinema, Digitization, Technology and Cinema, Movie Theaters, Cinema Projectionist, Projectionist, Digital Cinema.

## Giriş

Türk sineması tarihi dönemler içerisinde farklı yapısal özellikler göstermiştir. Bu nedenle Türk sinemasının tarihi, araştırmacılar tarafından çeşitli dönemlere ayrılarak ele alınmış ve açıklanmaya çalışılmıştır. Sinemasal dönemlere ait söz konusu bu tarih yazımları ise Şükran Kuyucak Esen'in (2010, s. 2) de vurguladığı gibi "Dünyanın ve Türkiye'nin içinde bulunduğu siyasal, toplumsal ve ekonomik yapı; bu yapının Türk toplumuna, dolayısıyla Türk sinemasına etkilerini" göz önünde tutularak incelenmiştir. Bunların dışında Türk sineması, teknolojik gelişmelerin doğal bir sonucu olarak da değişim ve dönüşümler yaşamıştır. Bu bağlamda teknik yenilikler, Türk sinemasının farklı dönemlerinde farklı etkilere neden olmuştur. Renkli film, televizyon, video kasetler, CD/DVD'ler; 60'lı, 70'li, 80'li ve 90'lı yıllar Türk sinemasının iç dinamiklerinde belirleyici olmuştur. Yeşilçam'ın kitlesini oluşturan ailelerin evlere çekildiği 70'li yılları, televizyon olmadan<sup>1</sup>; Arabesk furyasının patladığı 80'li yılları ise video kasetler göz önünde bulundurulmadan analiz etmek mümkün değildir.<sup>2</sup> Hakeza CD ve DVD'ler içindeki korsan kopyaların sokak köşelerini kapladığı 90'lı yıllar da böyledir. 2000 sonrası Türk sinemasının yapısal özelliklerini dönüştüren teknolojik ilerleme ise şüphesiz dijitalleşmedir.

Dijitalleşme, "görüntülerin, seslerin ve bilginin medya platformları arasında rahatça akabileceği ve farklı ortamlarda kolaylıkla yeniden şekillendirilebileceği bilgi baytlarına dönüştürülme süreci" (Jenkins, 2016, s. 424) olarak tanımlanır. Sinemayı doğrudan etkileyen bu yeni teknoloji, film yapım sürecini baştan aşağıya değiştiren, sinemanın çok boyutlu hale gelmesine katkı sunan önemli bir değişimin adıdır. Kimyasal ve geleneksel film yapım yöntemlerinden bağların tamamen kopmasını sağlayan sinemanın bu yeni evresine de "Dijital Sinema" denilmektedir. Dijital Sinema, film yapım sürecinin tüm süreçlerinin dijital teknolojilerle yürütülmesidir. Bu bağlamda Charles S. Swartz (2005, s. 1) Dijital Sinema'yı, bir "filmin dijital formlarda üretimi, dağıtımı ve gösterimi" olarak açıklık getirmektedir. Buna göre sayısal kodlarla kaydedilen görüntü ve sesler yine sayısal kodlarla işlenmekte, dağıtmakta ve beyaz perdede gösterilmektedir. Filmin sayısal kodlara dönüştüğü bu süreçte sinema sanatı yepyeni olanaklara sahip olurken, sınırsız bir anlatım gücüne de kavuşmuştur. Bu bağlamda üretim olanakları kolaylaşmış, profesyonellerin yapabileceği işler amatör düzeye inmiş, kurgusal görsel gerçeklik artmış, gösterim ve dağıtım imkanları

<sup>1</sup> Yeşilçam'ın iki önemli yapımcılarından olan Acar filmin sahibi Murat Köseoğlu ve Erman Filmin sahibi Hürrem Erman, 70'li yıllarda televizyonun olduğu bölgelerde yerli filmlerin iş yapamadığını belirtmişlerdir (Boz, 1974, s. 63).

<sup>2</sup> 80'li yıllarla birlikte Türk sinemasında bölge işletmeciliğinden video işletmeciliği geçiş olmuştur. Video işleten şirketler film yapımcılarına avanslar vererek sipariş filmler istemişlerdir, yapımcılar da buna göre video filmleri çekmişlerdir. Bu durum ev sinemacılığına yeni bir boyut kazandırmıştır. Detaylı bilgiler için: (Abisel, 1994, s. 109--114).

zenginleşmiştir (Zengin, 2016, s. 3). Bu bağlamda da sinema sanatı çok daha fazla genişleme imkanına sahip olmuştur. Sinemanın genişleme yeteneğini ilk fark edenlerden biri olan Gene Youngblood, 1970'de yayımladığı "Expanded Cinema" (Genleşen/Genişletilmiş Sinema) kitabıyla, sinemanın genişleme kabiliyetlerini ele almıştır. Söz konusu genişlemeyi Kristen Daly (2010) "Sinema 3.0" kavramlaştırmasıyla anlatarak, sinemanın kullanıcı katılımına açık, etkileşimli (interaktif) ve ağ tabanlı yeni medya özelliklerine sahip olduğunu belirtir. Benzer düşüncelerden hareketle sinemanın küresel bağlamla iç içe geçerek genişlediğini ifade eden James Clarke (2012), dijital dönem sinemasını bilgi çağının bir ürünü olarak değerlendirir.

Sinema sanatında ilk dijital uygulamalara 90'lı yılların sonlarında başlanılmış olmakla birlikte 2005 yılından sonra özellikle üç boyutlu filmlerin ilgi görmesi dijital sinemanın önünü açmış ve beklenenin ötesinde bir hızla ilerleme kaydetmiştir. Bu bağlamda *Polar Express* (Robert Zemeckis, 2003) ve özellikle *Avatar* (James Cameron, 2009) filmlerinin üç boyutlu gösterimlerindeki gişe başarıları dijital sinemanın ve 3B filmlerin önünü açan önemli iki filmidir (Erkılıç, 2012)<sup>3</sup>

Sinemadaki dijitalleşmenin küresel film endüstrilerine yansımaları ilk yıllarda çok farklı olmuştur. Dünya film endüstrisinin merkezi Hollywood, sinemanın geleceğini dijitalleşmede olduğunu fark edince çok hızlı bir biçimde yatırımlarını dijitalleşmeye kaydırmış ve küresel standartların belirlenmesine yönelik adımlar atmıştır. Bununla birlikte bilgi, donanım, teknoloji ve bütçe anlamında sorunlarla boğuşan orta ve küçük ölçekli ülke sinemalarında ise dijitalleşme bir dizi kritik sorunlara yol açmıştır (Zengin, 2016, s. 4). Bu bağlamda birçok farklı ülkede sinema salonlarının dijital dönüşümü üzerine çalışılmış ve bunun için uygun politikalar geliştirilmiştir. Örneğin AB, bu konuda birlik ülkelerinde oluşacak standart ve geçişle ilgili çalışmalar yürütmüştür. Uzakdoğu ülkeleri de benzer şekilde salonların dijitalizasyonu konusunda çalışmalar yapmışlardır (Erkılıç, 2012, s. 95). Bu çerçevede dijitalleşme, Türk sinemasında da önemli gelişmelere neden olmuştur.

Dijitalleşmenin ivme kazanmaya başladığı 2000'li yılların başından itibaren, paralel biçimde artan film sayıları, seyirci ve hasılatlarla büyüme gösteren Türk sineması Avrupa'nın dikkate değer pazarlarından bir tanesi konumuna yükselmiştir.<sup>4</sup> Buradan hareketle de dijitalleşmenin Türk Sineması'nda olumlu bir katkı sunduğu söylenebilmektedir. Ancak Türk sinemasının dijital dönüşümü çok yönlü olarak ele alınmamış, birçok açıdan aydınlatılmaya açık, yeni olgular açıkta kalmıştır. Bu bağlamda Türk sinemasının dijital dönüşümünde yaşanan değişim ve dönüşümlerin tüm detaylarıyla ve bilimsel olarak saptanması ve açığa çıkarılması akademik literatürümüz için önemli hale gelmektedir. Literatüre katkı sunmak amacıyla bu çalışmada dijitalleşme sürecindeki Türk sinemasının film gösterim sürecine odaklanılacak; sinema işletmelerinin dijital dönüşümünde yaşanan gelişmeler serimlenecektir. Çalışma bağlamında literatür ve belge taraması yapılacak, sektör tabanlı alan araştırması gerçekleştirilecektir. Sektöre ilişkin çeşitli

<sup>3</sup> Dönemin tanıklarından Beyoğlu Majestik Sineması'nın sinema makinisti Ali Koçoğlu (2017) özellikle *Avatar* filminden sonra dijital sinemaya geçiş yaptıklarını şu sözlerle anlatmıştır: "*Avatar* (James Cameron, 2009) filmi geldi. Bu *Avatar* filmi gözlüklüydü ve çok iş yapıyordu. Çalıştığım sinemanın sahiplerinden Fırat Bey babasına, "Biz," dedi, "dijital makine alalım." Dijital makine de pahalı! Şahin Bey de "Dijital makineye bu kadar para verirse yarın öbür gün ne yapacağız?" dedi. Fırat Bey, "Baba, artık filmler dijital gelecek, mutlaka almamız lazım" diyerek cevap verdi. Biz de o zaman müracaat ettik, işte dijital makine geldi" (Zengin & Kapır, 2023, s. 196-197).

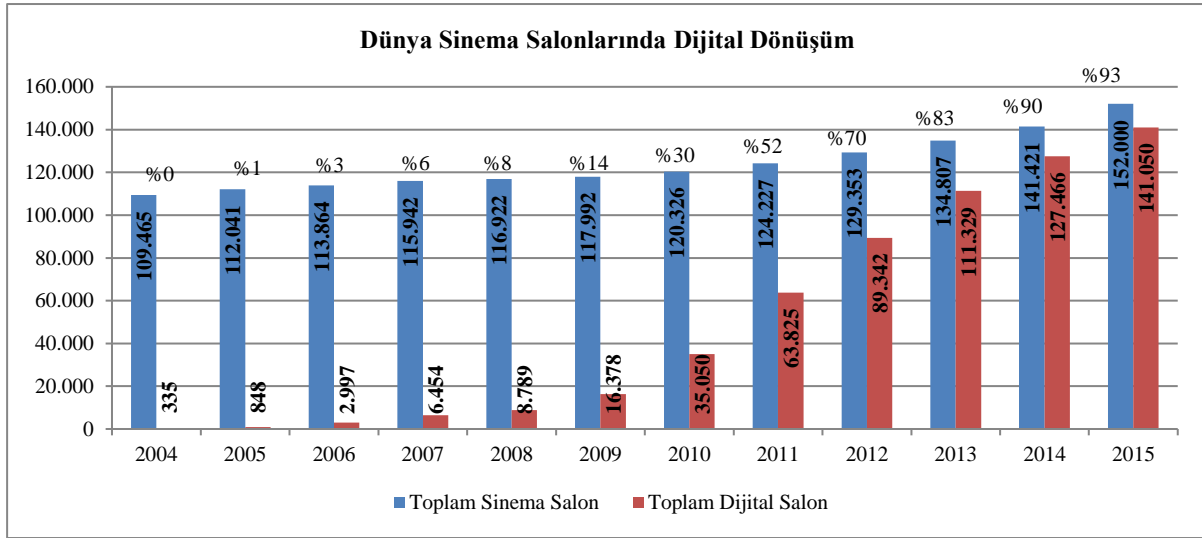
<sup>4</sup> Film sayısı, seyirci ve hasılatları gösteren büyüme oranlarının verileri için bkz: (Zengin, 2016).

rapor ve istatistiksel veriler, dönemin sinema makinistleri ile gerçekleştirilen sözlü tarih çalışmasındaki verilerle karşılaştırılacaktır.

Amacı, dijitalleşmenin Türk Sineması'nın gösterim aşamasına eklenmesiyle ortaya çıkan gelişmeleri saptamaya çalışmak olan çalışma, işletmelerdeki dijital dönüşümün sağlandığı 2010-2015 yılları ile sınırlandırılmıştır.

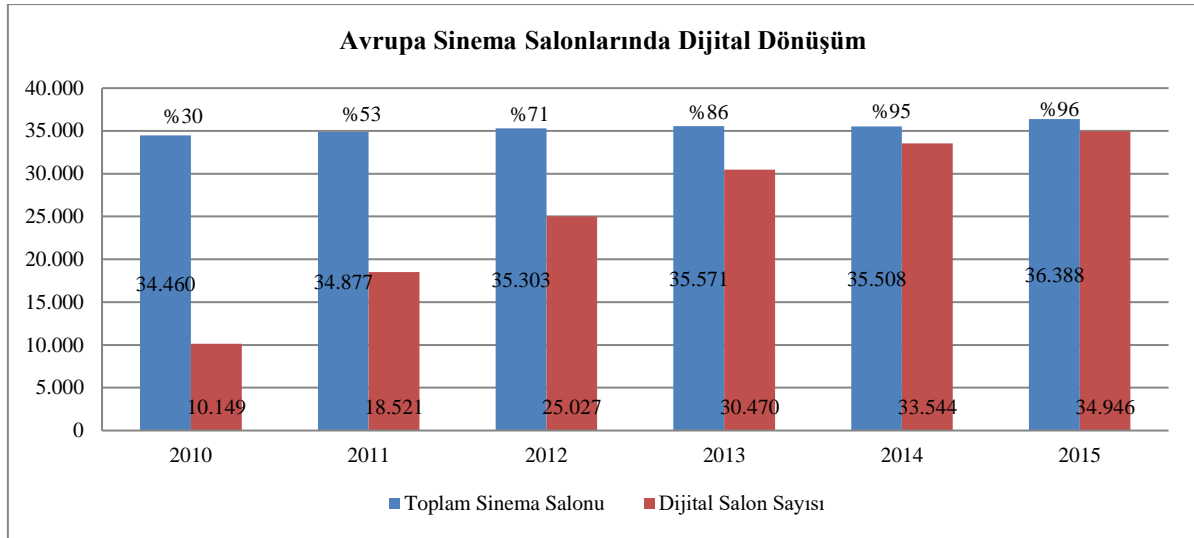
### Küresel Sinema Salonlarının Dijital Dönüşümü

Dijitalleşmeyle beraber pelikül filmlerin sektörden çekilmesi sinemanın gösterim süreçlerinde büyük çaplı değişikliklere neden olmuştur. Buradaki en büyük değişim kuşkusuz sinema salonlarının dijital dönüşümüdür. Dünya sinemalarının geneline baktığımızda söz konusu dönüşümün yıllara göre tarihsel grafiği şu şekildedir:



**Grafik 1: Dünya genelinde sinema salonlarının dijitalleşmesi (Hancock, 2016)**

Grafik 1'deki verilerine göre dünya genelinde sinema işletmelerinin dijitalleşmeye geçiş süreci 2000'li yılların başlarında çok az sayıda sinema salonuyla başladığı, 2010 tarihine kadar da yavaş bir biçimde gelişim seyrettiği görülmektedir. Gerçek anlamda dönüşüm sürecinin ise 2010-2015 yılları arasında gerçekleştiğini görebildiğiniz grafikteki bilgilere göre, dünya genelinde dijitalleşmenin 2015 tarihi itibarıyla yüzde 93'e ulaşarak neredeyse tamamlandığını ifade edebiliriz (Zengin, 2016, s. 64). Benzer bir gelişim durumunu Avrupa ülkeleri özelinde de görmek mümkündür. Avrupa'daki sinema salonlarının dijital dönüşümü yıllara göre şu şekildedir:



**Grafik 2: Avrupa'daki sinema salonlarının yıllara göre dijitalleşmesi (Hancock, 2016)**

Grafik 2'ye göre, Avrupa sinema salonlarının dijital dönüşümü tıpkı dünya sinema salonu işletmeleriyle paralellik göstermektedir. Bu çerçevede 2010 tarihindeki yüzde 30 olan Avrupa sinema salonlarının dijitalleşme oranı, 2015 tarihinde yüzde 96'ya çıkmıştır. Dolayısıyla 2015 tarihi itibarıyla Avrupa sinema salonlarının dijitalleşmesi büyük oranda tamamlanmıştır. Söz konusu tarihte Avrupa'daki bazı ülkelerin sinema salonlarının dijitalleşme oranları şöyledir: (Zengin, 2016, s. 67).

Ülke	Dijitalleşme (%)	Ülke	Dijitalleşme (%)
Avusturya	100	Portekiz	94,9
Belçika	100	İspanya	95,7
Danimarka	100	İsveç	99,3
Finlandiya	100	İngiltere	100
Fransa	100	Norveç	100
Almanya	91,4	İsviçre	100
Yunanistan	100	Bulgaristan	100
İrlanda	100	Çek Cumhuriyeti	95,9
İtalya	94,8	Poland	93
Lüksemburg	100	Rusya	100
Hollanda	100	Macaristan	92

**Tablo 1: 2015'te bazı Avrupa ülkelerinin sinema salonlarının dijitalleşmesi (Hancock, 2016)**

Avrupa ülkelerindeki dijitalleşme oranı ülkeden ülkeye ve sektörün büyüklüğüne göre farklılıklar gösterse de sinema salonlarının dönüşümü ifade edildiği gibi 2015 tarihinde neredeyse çoğu ülkede tamamlanmıştır. Sinema Eseri Yapımcıları Meslek Birliği SEYAP'ın (2014) raporuna göre

Avrupa sinemalarının dijital dönüşüm başarısının altında kamu ve özel sektörün yatırımları ve teşvikleri önemli rol oynamıştır.

### **Türkiye'de Sinemaların Dijital Dönüşümü**

Türkiye'de gerçek anlamda ilk profesyonel dijital sinema salonunun hangi yılda ve kaç salonda olduğu konusunda sağlıklı bir bilgi bulunmamakla birlikte, gazete arşivlerinden bu konuda bilgiler öğrenebilmekteyiz. Radikal gazetesinden Esra Güngör'ün (2004) haberine göre, Türkiye'de "ilk üç boyutlu ve dijital sineması" 2004 yılında Mars The Cinema Professionals ve Garanti Mini Bank'ın iş birliğiyle Maçka G-Mall'daki Cinebonus'ta açılmıştır. Güncel kaynaklara baktığımızda Güngör'ün haberinin silindiğini görmekteyiz ama aynı dönemdeki diğer kaynaklarda da söz konusu bilgi teyit edilmektedir. Hürriyet gazetesinden Kubilay Keskin'in Kasım 2004 tarihli "Ankara'ya underground club" adlı köşe yazısında, "teknoloji harikası olarak" belirttiği dijital üç boyutlu sinemanın "Türkiye'nin ilk ve tek high definition sinema salonuna sahip olan İstanbul Cinebonus Maçka G-Mall'da" başladığını yazmaktadır. Keskin, bu yazısında Mars The Cinema Professionals şirketinin Garanti Mini Bank'ın sponsorluğunda üç boyutlu sinemanın Türkiye'ye ilk kez getirildiğini ifade eder (Keskin, 2004).

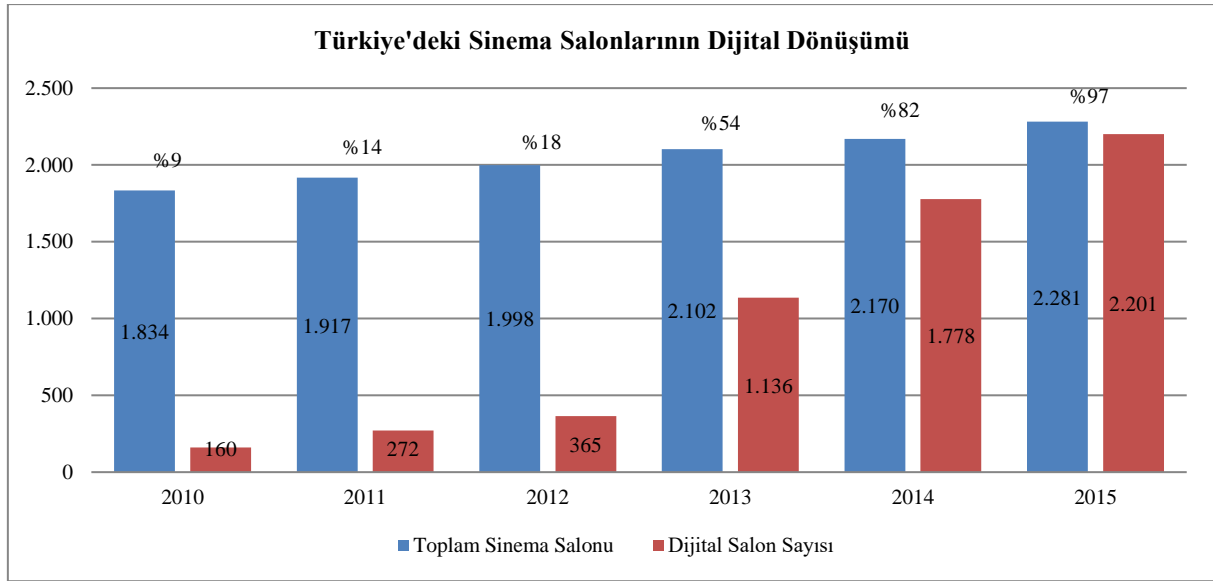
Fakat Deniz Yavuz'un (2012) derlediği sektör bilgilerine göre ise Türkiye'deki sinema salonlarının dijitalleşme süreci 1999 tarihine kadar geri gitmektedir. İşletme bilgileri ve kullanılan dijital teknoloji hakkında detay verilmemiş bu bilgilere göre Türkiye'deki sinema işletmelerinin dijital dönüşümü yıllara göre şöyledir:

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>İl</b>	2	2	2	2	3	3	3	4	6	8	10	25	32	35
<b>Sinema (Bina)</b>	2	2	3	3	5	5	5	8	12	40	55	102	133	147
<b>Dijital Salon (Perde)</b>	2	2	3	3	5	5	5	8	13	40	57	114	135	229

**Tablo 2: Türkiye'deki sinema salonlarının yıllara göre dijital dönüşümü: (Yavuz, 2012, s. 131)**

Tablo 2'ye göre 1999'da başlayan dijitalleşme süreci 2008'e kadar çok yavaş bir şekilde ilerlemiştir. 2010 tarihine gelindiğinde ise 25 ildeki 102 sinema binasında toplamda 114 salon dijitaldir. 2011 yılında bu sayı 135'e; 2012 yılında ise 229'a çıkmıştır. Tablodaki veriler çerçevesinde Türkiye'nin illerinde yeni sinemalar açıldıkça dijital sinema salonlarının da arttığı görülmektedir. Özellikle 2009 tarihinden sonra sinemalarımızda dijitalleşmenin hız kazandığı dikkat çekmektedir. Bu bağlamda Türkiye'deki sinemaların dijital dönüşümü için 2009 tarihi sonrasına özellikle eğilmek önemlidir.

Sinemaların dijital dönüşümü konusunda çalışmalar yapan İHS Teknoloji'den David Hancock ile yapılan görüşmelerden elde edilen veriler, Türkiye'deki sinema salonlarının dijitalleşmesi konusunda çok değerli bilgiler içermektedir. Hancock'tan alınan verilere göre Türkiye'deki sinema salonlarının 2010-2015 yıllarındaki dijital dönüşüm bilgileri şu şekildedir:



**Grafik 3: Türkiye'deki sinema salonlarının dijital dönüşümü (Hancock, 2016)**

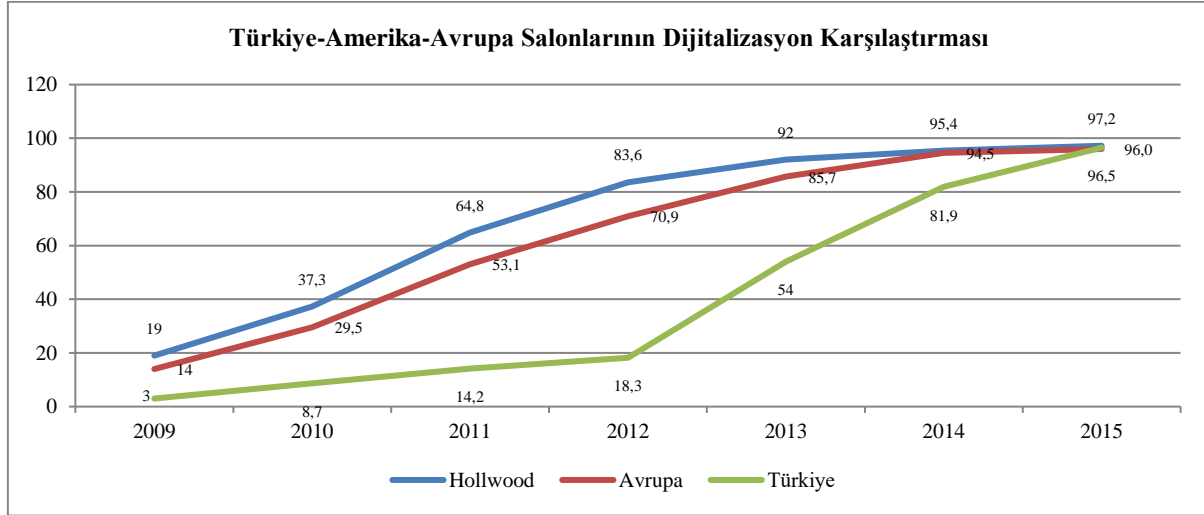
Grafik 3'teki bilgilere göre, 2010 tarihinde dijitalleşme oranı sadece yüzde 9'dur. Toplamda 1834 sinema salonunun 160'ı dijitaldir.<sup>5</sup> 2011 ve 2012'de gelindiğinde ise dijital salon sayılarının çok az sayıda arttığı görülmektedir. Dolayısıyla 2010-2012 tarihleri içinde dijitalleşme oranı oldukça düşük seyretmekte ve filmler, ağırlıklı olarak 35 mm gösterilmeye devam etmektedir. Fakat 2013 ile birlikte Türkiye'deki sinemaların dijital dönüşümü birdenbire yukarı yönlü büyük bir artış ivmesi göstermiştir. 2012'de yüzde 18 olan dijitalleşme oranı, 2013'te büyük bir artışla yüzde 54'te çıkmıştır. Bu çerçevede Türkiye'deki salonların yarısından fazlası 2013'te dijital dönüşüm yaşamıştır. Söz konusu bu dönüşüm 2014'te yüzde 82; 2015'te ise yüzde 97'ye çıkarak büyük oranda tamamlanmıştır. Buna göre 2015 tarihinde Türkiye'de toplamda 2281 olan sinema salonlarının 2201'i dijitalleşmiştir. 35 mm film gösterimleri ise çok az sinema salonunda yapılmaya devam etmiştir. Aşağıdaki tabloda 35 mm projeksiyonlu sinema salonlarının zaman içindeki düşüşünü görmek mümkündür:

TÜRKİYE	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Toplam Sinema Salonu	1.834	1.917	1.998	2.102	2.170	2.281
35 mm projeksiyonlu sinema salonları	1.674	1.645	1.633	966	392	80
Dijital Salon Sayısı	160	272	365	1.136	1.778	2.201
Dijital Dönüşüm (%)	8,7	14,2	18,3	54,0	81,9	96,5

**Tablo 3: Türkiye sinema salonlarının dijital teknolojilere geçişi (Hancock, 2016)**

<sup>5</sup> Avrupa Görsel-İşitsel Gözlemevi verilerine göre ise 2010 yılı içinde Türkiye'de 205 dijital salon bulunmaktadır (Erkılıç, 2012, s. 97).

Dünya genelindeki sinemaların ve özellikle Avrupa'daki sinemaların dijital dönüşüm süreçlerine baktığımızda Türkiye'nin dijital dönüşümde çok geriden geldiğini görmekteyiz. Dünya genelinde ve Avrupa'daki sinemalarının dijital dönüşümü (Grafik-1) 2012 yılında yüzde 70 seviyelere ulaşmışken bu oran Türkiye'de yüzde 18'e ancak gelmiştir. Fakat grafiklerdeki verilerden hareketle 2013 yılı Türk sinema salonlarının hızla dijitalleşmesi bağlamında bir kırılma yılı olarak dikkat çekmektedir. Bu durumu aşağıdaki grafikte yer alan karşılaştırmayla görmek mümkündür.



**Grafik 4: Türkiye, Amerika (Hollywood) ve Avrupa sinemalarının dijital dönüşümünün karşılaştırılması (Hancock, 2016), (Statista, 2016)**

Grafik 4'e göre, 2009 yılında Amerikan sinemasının salonları yüzde 19, Avrupa sinemasının salonları yüzde 14 dijital dönüşüm oranına sahipken; Türkiye sinema salonlarının dijital dönüşümü sadece yüzde 3'tür. Yıllara göre Amerikan film endüstrisinin ve Avrupa sinemalarının dijitalleşme oranı hızla artarken, Türk sinemasının dijital dönüşümü yavaş bir seyirle büyümüştür. Buna göre, 2012 yılında Amerika'nın sinema salonları yüzde 84, Avrupa sinema salonları yaklaşık yüzde 71 ile dijital dönüşümü gerçekleştirirken, Türkiye'de bu sayı yüzde 18'de kalmıştır. Daha önce de ifade edildiği gibi 2012 yılından sonra Türk Sineması'nın dijitalleşme dönüşümü birdenbire hızlanmıştır. 2013 yılında yüzde 54, 2014 yılında yüzde 82 oranında dijitalleşen Türkiye'deki sinema salonları, bu yıllarda Avrupa'nın en hızlı dijital dönüşüm yaşayan ülke sinemalarından biri haline gelmiştir. Aynı zamanda Türkiye, 2015 yılında yüzde 96,5 sinema salonlarının dijitalleşme oranı ile Avrupa sinemalarının dijitalleşme ortalamasını geçmiş; Hollywood Sinemasını ise yakalamıştır. Dolayısıyla dijitalleşmede oldukça geriden gelen Türk sineması, iki yıl gibi çok kısa bir zaman aralığı içinde yapılan yatırımlarla dünya genelindeki dijitalleşme oranlarına ulaşmıştır (Zengin, 2016, s. 261).

Yukarıdaki bilgiler ışığında karşımıza cevaplanması gereken üç önemli soru çıkmaktadır. Birincisi, Türk sinemasının dijitalleşmede yaşadığı gecikmenin nedeni nedir? İkincisi ise 2013-2015 tarihlerinde yaşanan hızlı dijitalleşmenin temel motivasyonu nedir? Son olarak iki yıl gibi kısa bir zaman aralığında hızlıca yaşanan dijital dönüşümün yerel sektördeki etkisi ya da yansımaları nasıl olmuştur?

SEYAP'ın hazırlamış olduğu "Dijital Devrim ve Sanal Kopya Bedeli" (2014) adlı sektör raporu Türkiye'deki sinema salonlarının dijitalleşmede yaşadığı gecikmenin ve sorunların nedenlerini açıklaması bakımından önemli bir çalışma olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu rapora göre mali sorunlar, devlet desteğinin eksikliği ve birçok ülkede kullanılmaya başlanan Sanal Kopya Bedeli



(VPF) sisteminin gecikmeli olarak uygulanması dijitalleşmede yaşanan gecikmenin temel nedenleri olarak sıralanmaktadır:

"Türkiye'de sinemaların dijitalleşmesine destek veren Kültür Bakanlığı fonu, yerel destekler veya integratör gibi modeller bulunmamaktadır. Dolayısıyla mevcut yatırımlar sinema salonu sahipleri tarafından yapılmış/yapılmakta ve yerli film yapımcılarından veya ithalatçılarından gösterim başına bir sanal kopya bedeli (VPF) talep edilmektedir. Türkiye'de dağıtımçıların veya sinema salonu sahiplerinin bağlı bulunduğu bir meslek birliği bulunmamaktadır. Dolayısıyla sinemaların dijitalleşmesi oldukça geç başlamış ve sorunlu bir şekilde uygulamaya geçilmiştir. Konuya muhatap kuruluşlara ait muhatap meslek birliklerinin olmaması da yapımcı meslek birliklerinin sorun yaşamasına neden olmaktadır. Türkiye'de Avrupa ve ABD'den farklı olarak VPF bedelini dağıtımçı değil yapımcı ödemektedir. Bu konuda yasal bir düzenleme yoktur, bu nedenle hangi miktarda ve ne süreyle VPF ödeneceği sorun teşkil etmektedir" (SEYAP, 2014).

Dijitalleşmede yaşanan en belirleyici sorun ise dijital dönüşüm maliyetlerin karşılanmasıdır. Erkalıç'ın (2012, s. 97-98) da ifade ettiği gibi ülkemizde bir salonunun dijitalleşme maliyetinin (2010 rakamlarına göre tahminen bir salonun dönüşüm maliyeti 120-170 bin dolar arasındadır) ne işletmeci ne dağıtımçı ne de ithalatçı tarafından tek başına üstlenmesi mümkün değildir. Bu çerçevede Erkalıç'a göre, "büyük işletmecilerin yanında küçük işletmelerin, bağımsız film gösteren cep sinemalarının, bu bütçeler doğrultusunda rekabet ederek ayakta kalma şansları yoktur." Bu durumu ortaya koyan en iyi örneklerden biri Rekabet Kurulu Başkanlığı'nın Dosya Sayısı: 2013-5-24 olan 27.09.2013 tarihli kararında bahsi geçen konulardır (Rekabet Kurulu, 2013). Bu kararda resen Türkiye'deki yerli ve yabancı dağıtımçılara önaraştırma başlatılmıştır. Başkanlığın önaraştırma başlatmasının nedeni ise kuruma gelen iddialardır. Bu iddialar şu sözlerle özetlenmiştir:

"İhbarda özetle; dünyada film yapımcılarının birçoğunun, film çekim teknolojisinde değişime giderek 35 mm'den dijital ortama geçiş yaptıkları, buna bağlı olarak, dijital ortamda kaydı yapılan filmlerin gösterilebilmesi için sinema salonlarının da dijital makinelere yatırım yapmak suretiyle bu dönüşüme ayak uydurmak zorunda olduğu, Avrupa ve ABD'de büyük ölçüde tamamlanan bu teknolojik dönüşümün ülkemizde yavaş seyrettiği, ancak son dönemde bu geçişin hızlanmasının beklendiği, zira film dağıtım şirketleri tarafından bu dönüşüme ayak uyduramayan sinema salonlarına 35 mm film tedarikinin yapılamayacağı bildirildiği, diğer ülkelerde gerçekleşen bu dönüşüm esnasında film dağıtım şirketlerinin, dijital kopyanın 35 mm'ye kıyasla daha az masraflı olması sayesinde azalan maliyetlerini, dijital geçiş yatırımı yapan sinema salonlarıyla paylaştığı, bunun da film kopyası başına ödeme yapmak suretiyle gerçekleştiği ifade edilmiştir."

Bu önaraştırmanın konusu ise şöyle açıklanmıştır: "United International Pictures Filmcilik ve Tic. Ltd. Şti. ve Warner Bros Film ve Video San. ve Tic. A.Ş. başta olmak üzere bazı film dağıtım şirketlerinin zincir sinema salonları ile anlaştığı, bu çerçevede zincir sinema salonlarına sağlanan birtakım avantajların bağımsız sinema salonu işletmecilerine sağlanmaması yoluyla bağımsız sinema salonu işletmecilerinin pazar dışına itilmek istendiği iddiası" (Rekabet Kurulu, 2013, s. 3).

Söz konusu önaraştırma kapsamında yapılan inceleme ve görüşmeler sonucunda, "VPF bedelleri konusunda Türkiye'de henüz yerleşik bir uygulamanın olmadığı, TİGLON dışında herhangi bir dağıtımçının konu hakkında sinema salonu işletmecilerine duyuru yapmadığı da anlaşılmıştır. Ön

araştırma sürecinde zincir sinema salonu işletmecilerinin UIP, WARNER BROS gibi dağıtıcılarla VPF sözleşmeleri için görüşmeler yaptığı, ancak söz konusu anlaşmaların Türkiye'de henüz uygulanmadığı da görülmüştür." değerlendirmelerinde bulunulmuş ve şu önemli tespitlere yer verilmiştir:

"Bir/iki yıl içinde, uzun zamandır kullanılan 35 mm film teknolojisinin büyük ölçüde değişime uğrayacağı, bu teknolojik gelişime ayak uydurup gerekli yatırımı yapabilen sinema salonu işletmecileri haricinde kalan işletmecilerin, mal tedarikinde zorluk yaşayabileceği ve böylelikle pazar dışına çıkmak durumunda kalabileceği anlaşılmaktadır. Büyük zincirler dışında kalan bağımsız sinemaların pazarda alternatif bir kanal olduğu ve bu durumun dağıtıcılar açısından önem arz ettiği, ancak mali olanakları büyük sinema zincirlerine göre daha zayıf olan bu sinemaların önemli bir kısmının, sektörde gerçekleşecek dijital dönüşüm neticesinde ortadan kalkma riskiyle karşı karşıya oldukları da görülmektedir."

Bu bağlamda VFP sisteminin gerçek anlamda oturtulamamış olmasının en büyük zararını küçük sinema işletmeleri yaşamıştır. Bu durum sonucunda da sektördeki zincirleşme ve tekelleşmenin önu açılmıştır.

Diğer soruların cevaplarını ise dönemin sinema işletmelerinde çalışan ve gelişmelere birebir tanıklık yapan film makinistleri ile gerçekleştirdiğimiz görüşmelerle açıklığa kavuşturabiliriz.

### **Türkiye'deki 35 mm Filmciliğin Sonu**

Beyaz Perdeyi Aydınlatanlar (Zengin & Kapır, 2023) çalışması kapsamında dijital dönüşüm döneminin tanıkları sinema makinistleriyle yapılan görüşmelerden elde edilen bilgiler, yukarıda sunulan tablo ve grafikteki bilgilerle paralellik göstermektedir. Film makinistleri, 2013 tarihleri itibarıyla Türkiye'deki sinema salonlarının hızlı bir dijital dönüşüm içine girdiğini belirtmişlerdir. Ankara Göksu Sinemaları'nın makinisti Hüseyin Akgün, dijital dönüşümün 2013-14 tarihleri arasında aniden gerçekleştiğini şu sözlerle anlatmıştır:

"Dijital dönüşüm olacağını duymuştuk ama geçiş birdenbire, çok ani ve keskin oldu. Biz yavaş geçiş dönemi bekliyorduk açıkçası. Zaten hazırlıklar yapılıyordu, sinema olarak bir hazırlık vardı. Makine anlaşmaları yapılıyordu. Ama birden film şirketleri sinemalara bir yazı göndererek, bundan sonra 35 milimetre kopyanın çıkmayacağını, makinelerin dijital olacağını ve eski makinelerin değiştirilmesi gerektiğini sinemalara tebliğ etti. 2013-2014 yılları arasında oldu ve bitti bu süreç. Bir geçiş dönemi vermediler. Biz de aniden bir şekilde tüm makinelerimizi dijitalle döndürdük, döndürmek zorunda kaldık. Yani bu dönem kısa sürdü. Ekonomik olarak da etkiledi bizi çünkü elinizdeki makineleri bırakıyorsunuz yeniden bir makine alıyorsunuz bunlarında bir maliyeti var, işletme sahipleri bu maliyete girerek bunları değiştirmek zorunda kaldılar." (Zengin & Kapır, 2023, s. 57).

Akgün'ün altını çizdiği önemli nokta olan dağıtım şirketlerinin işletmelere tebliğ ettiği filmlerin artık dijital olarak gönderileceği yazısıdır. Film gösterimlerinin aksamaması için işletmeler de bu durum karşısında hızlı bir şekilde dijital dönüşüme girmek durumunda kalmışlardır. Bu durumu İstanbul'un eski makinistlerinden Fatih Emir şu sözlerle vurgulamıştır: "Dijitalleşmeyi mecbur tuttular. Dediler ki [dağıtım şirketleri]: "35 mm filmleri kaldırıyoruz! Şu saatten sonra 35 mm çıkarmayacağız, iptal ediyoruz!" İptal edilince işletmeci ne yapacak? Sonuçta o kadar yatırım

yapmış adam. Sinemada film oynaması gerekiyor. Onlar da mecbur kabul ettiler. İşletmeciye maliyeti çok oldu bu değişimin." (Zengin & Kapır, 2023, s. 186).

Türkiye'deki sinema işletmelerinin dijital geçiş içerisinde olduğu anlaşılacakla birlikte 2013 yılındaki dijital dönüşümdeki ani ivmenin (Grafik 3) temel nedenlerinden birinin Türkiye'deki yabancı şirketlerin dijital geçiş konusundaki baskıları olmuştur. Hüseyin Akgün (2023, s. 83) ani geçişi anlatırken "35 milimetre film takarken bir anda 'Loading' kelimesini öğrenip film yüklemeye başladık. Bilgisayar terimlerini öğrendik. Tabii ki bir bocalama dönemimiz oldu" sözleriyle bu ani değişimin kendileri için ne kadar zor geçtiğini ifade etmiş ve şu duyguları paylaşmıştır: "35 mm filmlerin kalkacağını hiç beklemezdim! Bunu tabir olarak söyleyeyim, bir çocuğun babası ölür de ortada kalır ya kendimi öyle hissettim. Çünkü çocukluğumuz 35 milimetre filmlerle geçti."

Dijitalleşmenin 2013'te hızlandığını belirten İstanbul'daki diğer bir makinist Ali Aktaş (2023, s. 85), çalıştığı sinemanın da 2013'te dijital döndüğünü, "İstanbul Airport Sineması'na 2013'te geldi dijital. 35'lik makineleri sökmeye başladığımda tüylerim diken diken oldu..." duygularıyla ifade etmiştir. İstanbul'daki sinemalarda çalışan emektar makinist Nihat Çiçek (kişisel görüşme, 16 Aralık 2017) ani değişimi vurgulayan diğer bir makinisttir: "Dijitalleşme hep söyleniyordu, hep konuşuluyordu. Bu makineler [35 mm film projeksiyonu] kalkacak işte yerine dijital makineler filan gelecek diye ama insanlar tabii ki mesleğini sürdürüyordu. Bir yandan inanıyordun bir yandan da inanmıyordun. 'Her sene aynı şey söyleniyor' diyorduk. Ama birden geldi." Emektar makinist, dönüşüm sonrasındaki endişeleri ise şu sözlerle açıklamıştır:

"Tabii endişe duyduk. Ekmek yiyorsun şimdi, ekmek yediğin teknede adamın sana ihtiyacı yoksa, sen de açıkta kalacaksın o zaman. Şimdi ben bu yaşta kalkıp da ne işi yapabilirim ki? Nereye gidip ne iş yapabilirim ki? Sıfırdan mı başlayayım veya bir başka bir işe gideyim çıraklık mı yapayım? Yapamazsın! Tabii ki endişe duyarsın. Sonuçta bir aile bakıyorsun, çoluk çocuk bakıyorsun!"

Ani değişimi yaşayan dönemin tanıklarından Beyoğlu Sineması makinisti Mehmet Navruz ise (kişisel görüşme, 24 Kasım 2017) o anki duygularını şöyle anlatmaktadır:

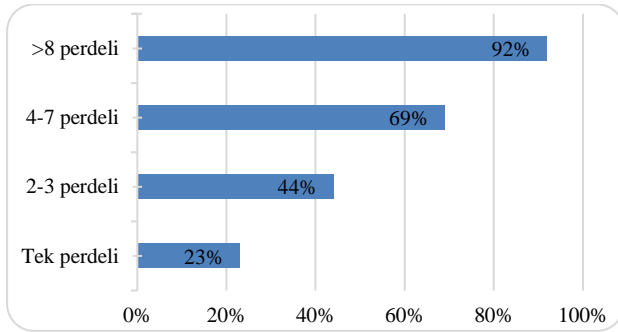
"Dediler ki artık 35 milimetre devri kapanıyor. Kapanıyor dedikleri zaman ben kara kara düşünmeye başladım. Dijital makine gelecek, daha görmemişiz, bilmiyoruz, ben acizane telefonu doğru düzgün kullanan veya bilgisayarı güzel bir şekilde kullanan bir kişi değilim, bilmiyorum. 'Acaba yapabilir miyim?' sorusu kafama takılmaya başladı. 'Yaparsın sen, bu 35'i yaptıktan sonra o hiçbir şey değil, çocuk oyuncağı!' dediler. Benim bir hafta uykularım kaçtı, uyuyamadım..."

Navruz'un sözlerinden de anlaşılacağı üzere dijital dönüşüm, Türkiye'deki sinemacılar için çeşitli tedirginliklere neden olmuştur. Bu tedirginlik görüşmelerde farklı biçimlerde dile getirilmiştir. Bu bağlamda dijital dönüşüm maliyetleri sektör temsilcilerini ekonomik olarak tedirgin ederken; sinema emekçileri ve çalışanlar için ise mesleki ve iş tedirginliğine sebep olmuştur.

**Sinemaların Dönüşüm Maliyetleri ve Zincirleşme:** Sinemanın dijital evreye geçiş sürecinde, dijital dönüşüme ilişkin en önemli engelin sinema gösterimcisi şirketlerin gerçekleştirmesi gereken cihaz ve donanım yatırımı olmuştur. Çünkü sinema sektörünün, dijital teknolojik değişime ayak uydurması gereken asıl ayağı gösterim süreci olmuştur. Bu durum da beraberinde işletmecilere çok ciddi yükler bindirmiştir ve bunun çözümü adına çeşitli destekler sağlanmıştır. Her ülke sinemasında görüldüğü gibi Türkiye'de de bu anlamda çalışmalar yapılmıştır. Türkiye'de

sinema salonlarının dijital yatırımları gerçekleştirmesinde en kritik nokta, finansal durumu ve pazardaki konumu güçlü olan şirketler için değil (örneğin MARS gibi), büyük yekûn teşkil eden teknolojik yatırımlar sebebiyle bağımsız ve küçük sinema işletmelerinin pazarın dışında kalmaları tehlikesidir (Rekabet Kurulu, 2013, s. 3-4).

Söz konusu durum nedeniyle Türkiye'deki sinema salonlarının dijital dönüşüm maliyetleri özellikle birkaç salonlu bağımsız sinema işletmelerini oldukça zor durumda bırakmıştır. Aşağıdaki grafikte de bu durumu okuyabiliriz. Grafik 5'teki 2014 yılına ait verilere baktığımızda çok salonlu zincir sinema işletmelerinin dijitalleşme hızının çok daha yüksek olduğu görülürken; tek perdeli ya da iki-üç perdeli bağımsız işletmelerin dijitalleşme hızının ise oldukça düşük olduğunu görülmektedir:



**Grafik 5: 2014 Kasım itibarıyla perde sayılarına göre Türkiye'deki sinema salonlarının dijital dönüşümü (Tomur, Kol, & Bilaçlı, 2016, s. 42, akt:Zengin, 2016, s. 263)**

"Grafikte 5'te görülen tek perdeli ve 2-3 perdeli salonların çoğu bağımsız işletmecilere aittir. 4-7 perdeli, 8 ve daha fazla perdeli salonlar ise zincir dediğimiz salonlara sahip olan büyük işletmecilerindir. Örneğin Mars, ve Avşar gibi. Bağımsız işletmecilerin dijitalleşme oranları, Kasım 2014 itibari ile yüzde 23'tür. Zincir salonların dijital dönüşümü ise 4-7 perdelilerde yüzde 68; 8 ve daha fazla olan perdelilerde ise yüzde 92'dir. Dolayısıyla büyük şirketlerin dijitalleşmeye daha fazla yatırım yaparak büyüdüklerini, küçük ve bağımsız işletmecilerin ise dijitalleşmeye yatırım yapmakta zorlandıklarını göstermektedir" (Zengin, 2016, s. 263). Grafikte görüldüğü üzere dijitalleşme sürecindeki Türk Sineması'nda, sinema zincirleri büyümeye devam etmiştir. Bu bağlamda da Grafik 5'teki bilgileri işletmelerin tekelleşmesi bağlamında okumak gerekmektedir.

Sinema zinciri olarak tekelleşen şirketlerin başında dönemin pazar lideri Mars Entertainment gelmektedir. "2013 yılı itibarıyla tüm perdelerin yüzde 26'sını, dijital perdelerin yaklaşık üçte ikisine sahip Mars Grubu, Ceyhan Kuburlu'nun (2016), 2014 ve 2015 yılı verilerine göre büyümeye devam etmiştir. 2014 yılında 67 olan bina sayısını 2015 yılında 83'e; 594 olan salon sayısını ise 2015 yılında 736'ya yükselten Mars Grubu, bir yıl içinde bina ve salon sayılarında yaklaşık yüzde 24 oranında büyüme kaydetmiştir. Kuburlu'ya göre, 2015 yılında Mars Sinema Grubu, yılda 670 milyon lira hasılatla Türkiye sinema endüstrisinde yüzde 45 pazar payına sahiptir" (Zengin, 2016, s. 210). Böylelikle bağımsız sinema işletmeleri dijital dönüşüm döneminde zincirleşmeye yani sektördeki tekelleşmeye yenik düşmüştür. Tez çalışmasında elde edilen veriler de bu durumu ortaya koymaktadır. Buna göre dijitalleşme dönemindeki Türk sinemasında, 2006 yılında yüzde 70'lerde olan bağımsız işletmeciler, 2010 yılında yüzde 60'a, 2014 yılında ise yüzde 21'e gerilemiştir (Zengin, 2016, s. 305). Zincirleşmenin elbette tek nedeni dijitalleşme olmamakla birlikte, dijitalleşme sürecinde dönüşüm maliyetini karşılamakta oldukça zorluk çeken çoğu bağımsız sinema işletmecileri, dönüşüm maliyetini karşılayamadığı için ya

kapanmış ya da zincir sinemalara bağlanmak diğer bir değişle satılmak durumu ile karşı karşıya kalmıştır. Değişen ve dönüşen durumları aşağıdaki alt başlıklarla ele alabiliriz:

**Değişen İş Akış Modeli:** Dijital dönüşümle birlikte film gösterim süreçleri oldukça kolaylaşmış, iş yükü belirgin bir şekilde azalmıştır. Hüseyin Akgün (2023, s. 84), film gösterimlerinin oldukça kolaylaştığını "Şimdi işler çok basit ve tek tuş!" sözleriyle anlatmaktadır. Akıllı telefonlarla dahi film gösterimlerini ayarlayabildiğini ifade eden Akgün sözlerine şöyle devam eder: "Şimdi şöyle söyleyeyim artık teknoloji o kadar ilerde ki akıllı telefonlarınızdan bile makineye müdahale etme şansınız var. Yani oturduğunuz yerden akıllı telefonunuzdan makinelerinizin programını yapıp film göstermesini ve başlatmasını sağlıyorsunuz. Onun dışında bir zorluğu yok artık." Aynı zamanda Hüseyin Akgün dijitalleşme sonrası değişen iş akışından şöyle bahsetmektedir:

"35'lik kopyalar bir çuval içinde bize kutular halinde gelirdi. Bir filmin ağırlığı yaklaşık 20-25 kilo olurdu. Şimdi ise elime sığan bir hard diskle geliyor. Bu hard diskle gelen filmi dijital makinenin "server"ına (sunucu) yükleriz. Yükledikten sonra filmi hazırlarız, yani başına koyacağımız reklamı ve fragmanı ekleyerek filmi hazırlarız. Film hazırladıktan sonra da projeksiyonun komutlarını ayarlarız. Filmin başlama saati, ışıkların yakılması söndürülmesi gibi bu şekilde filmimizi hazırlanmış oluruz. Sonrasında film komutlara göre başlar ve biter. Elimdeki harddiskin de hiçbir güvenlik tehlikesi yok ayrıca. Bu harddiski bilgisayara takabilirsiniz, harddiski görür fakat ses ve görüntü aynı anda alamazsınız. Görüntüyü alırsınız sesi alamazsınız. Çünkü özel bir oynatıcı yazılım ve şifrelemesi vardır. KDM denen bir şifre dosyası gelir bize, bunu da yapımçı film şirketi gönderir. Bu kadar basit işte. İşimiz bitince de tekrar postayla geri gönderiyoruz bu diski..." (2023, s. 83-84).

Makinist Ali Aktaş (2023, s. 85) ise dijitalleşmeyle kolaylaşan yeni gösterim sürecini şöyle anlatır: "Sabah geliyor makinist arkadaş, şalteri açıyor, akşam giderken de kapatıyor. Makine [dijital projeksiyon] kendi başlıyor, kendi ara veriyor, kendi ışıklarını yakıyor, seansı gelince başlıyor, arası gelince arasını veriyor. Sadece akşamları şalter kapatılıp gidiliyor. Bir de hafta sonları film geldi mi filmleri yüklüyor makineye arkadaş. Hard disklerle geliyor bize filmler."

Dijitale geçmenin Türk sineması için faydalı olduğunu düşünen makinist Özcan Uslu (kişisel görüşme, 11 Aralık 2017), Türk sinemasının eski gösterim süreçlerinde yaşadıkları zorlukların artık ortadan kalktığını şu sözlerle dile getirir:

"Biz eski zamanını da gördük. Kömürleri birbirine ekliyorduk. Adam bize beş tane kömür çubukları veriyordu, 'bundan beş tane film çıkaracaksın akşama kadar, beş matine oynayacaksın' diyordu. Kömür çubukları bitiyordu ama biz kalan kısımları kırıyorduk uçlarını açıyorduk, uzatıyorduk, ondan da bir film çıkarıyorduk. Öyle neler geçirdik neler. Şimdi öyle değil. Her şey dijital, her şey otomatik. Programlıyorsun makineyi, kendi başlıyor, arasını veriyor, bitiriyor, ışığını veriyor. Elektrik gitmediği sürece sıkıntı yok, devam. Git aşağıda okey oyna! Dokuz tane dijital makine var, hiçbirine bakmıyorum. Hepsi programlı, kendi saatinde başlıyor, açıyor. 35'li yıllarda ise başından ayrılamıyorduk."



**Resim 1:**Ankara Göksu Sinemaları'nda akıllı telefon üzerinden filmlerin gösterimlerinin yapılması.

**Bir mesleğin sonu ve işten çıkarılmalar:** Film gösterim sürecinde dijital sistemlere geçilmesiyle 35 mm film makinistliği mesleği de son bulmuştur. Makine ustası Mesut Erdoğan (2023, s. 86) "Bizim öğrendiğimiz her şey mazi oldu, bitti; çöp oldu." diyerek bu sonu dile dökmüştür. Halbuki makinistlik mesleği sinema sanatıyla birlikte doğmuş ve bir asırdan fazla sanatın seyir kültüründe çok kilit bir rol oynamıştır. Zira bu mesleğin başarılı bir şekilde icra edilememesi durumunda hem sanat eseri olarak filmin kendisine hem de tüm seyir kültürünün yaşandığı ana ya da deneyime zarar verilebilmekteydi. Dolayısıyla sinema sanatında "zincirin son halkası" olarak görülen bu önemli ve değerli meslek çok hassas bir biçimde yıllarca sürdürülmüştür. 35 mm sinema makinistliği mesleğinin yok olmasını makinist Nihat Çiçek (2023, s. 84), bir sanatın ve zanaatın yok olması duygularıyla anlatması söz konusu duruma vurgu yapmaktadır:

"35'lik filmler bir meslekti; bir sanattı. O meslek, o sanat yok oldu. Ondan bir sürü insan eklemek yiyordu. Tamircisi de yiyordu, makinisti de yiyordu. Herkes eklemek yiyordu. Herkes de 35'lik filmi oynatabilecek kapasitede değildi. Meslekti çünkü o ama şimdi bu dijitaleri 10 yaşındaki çocuğa bir sefer göstersen beş dakika sonra filmi başlatır da kapatır da. Ama öbürünü yapamazdı, imkânı yok yapamazdı. Ancak onun eğitimini alacaktı, gelecek bir müddet yanında takılacak senden öğrenecekti, ufak ufak alışacaktı; bir süreçti o... O mesleği de böylelikle yok etmiş oldular! Biz de bu neslin son temsilcileriyiz..."

Dijitalleşmeyle birlikte 35 mm filmciliğin son bulması ve film gösterimlerinin otomasyonlaşması işletme sahiplerini de istihdam konusunda bir dizi kararlar almasına neden olmuştur. Bu bağlamda işletmeciler ilk önce, ekonomik maliyet kalemleri azaltmak için sinema sanatının önemli figürlerinden olan film makinistlerinin işine son verme yoluna gitmişlerdir. Yıllarını sinemacılığa adanmış emektar film makinistlerinin yerine ise işletmeciler, daha ekonomik olan ve bilgisayar sistemlerinden de anlayan gençlere yönelmişlerdir. Dönemin tanıklarıyla yapılan görüşmelerde dijitalleşme sonrası hızlı bir biçimde işten çıkarılmaların olduğu çoğu makinist tarafından doğrulanmıştır:

"Dijital gelince hemen iki arkadaşı çıkardılar. İki kişi kaldık. Dijitali de öğrettiler bize, ama eski insanların çoğu yok artık, çok nadirdir dijitalde çalışan eski makinistler. Hep genç bilgisayar bilen insanları almaya başladılar... Her şey otomasyonlu oldu." (Ali Aktaş, kişisel görüşme, 28 Ocak 2018).

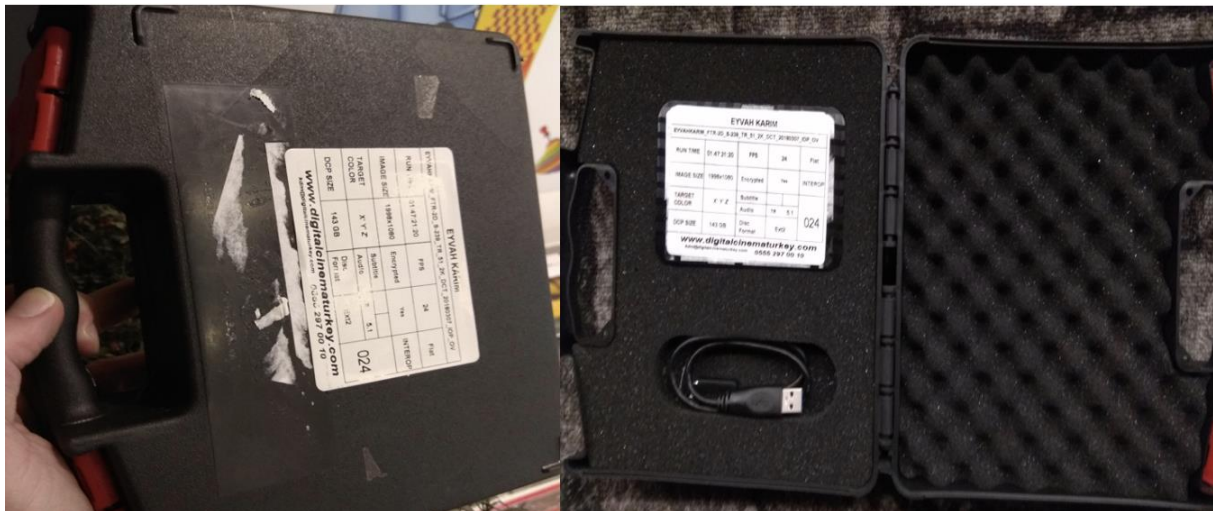
"Bütün makineler dijitalle döndüğünde, bana dediler ki 'usta seninle işimiz kalmadı, bitti!' Öyle kapı dışarı yaptılar. Fakat dijitalden önce 'ustacım, ustacım...' önüme geçmezlerdi! Tabii ilk anda üzülyyorsun, bir şoka giriyorsun, 'Herkes gider, sen kalırsın' diyen adamlar, bir anda bizi kapının önüne koydular" (Baki Nayir, kişisel görüşme, 12 Nisan 2018).

"35 mm kalkmaya başladıktan sonra, yani ne zaman ki dijital dönüşüm başladı işte o zaman makinistleri çıkarmaya başladılar. Patır patır attılar dışarı. Çünkü bu adamlar dijitali bilmeyen insanlar, bilgisayarı kullanmayı bilmeyen adamlar." (Mevlüt Beşer, kişisel görüşme, 12 Kasım 2017).

"Dijital sistem bizim hiç görmediğimiz bir bilgisayar sistemi. Affedersiniz teknoloji kusurluyuz yani biz. Dediler ki 'Oynayacaksın!' ya dedim ki 'Nasıl oynayacağız? Ben hiç hayatımda bilgisayar kullanmadım, burada nasıl oynarım?'" (Mehmet Rifat Akbala, kişisel görüşme, 21 Kasım 2017).

"Ben daha işin duygusal tarafındayım. Tamam ben burada kaldım işime devam ediyorum ama bir sürü makinist işsiz kaldı. Bunu da kimse düşünmedi. ...Makinistlik mesleği dediğiniz köklü bir meslek. Bu insanlar ne yapacak başka. Makinistliğin dışında bildikleri başka bir şey yok. Zaten aşk mesleği bu. Makineye âşık oluyorsun. Birdenbire elinden alıyorlar. Düşünsenize birdenbire... Onur kırıcı onlar için!" (Burcu Karakaş, kişisel görüşme, 8 Aralık 2017).

"Dijitalle geçilince birçok kişi işinden oldu. Örneğin, film taşıyıcılığı işi bitti. O işi yapanlar işlerinden oldu. Sonra makinistlikte bitti! Artık dijital makinede düğmeye bas- oynat dönemi başladı. Ustalık diye bir şey kalmadı... Bilgisayarı kullanabilen bir talebeyi de getirseniz bilgisayar üzerinden o filmi çok rahat oynar. Ama 35'liği oynayamaz." (Fatih Emir, kişisel görüşme, 26 Aralık 2017).



**Resim 2:** Eyyvah Karım filminin sinema salonlarına gönderilen harddisk içindeki dijital kopyası.

**Gösterimlerin kalitesi ve yeni maliyetler:** Dijital sinema öncesi Türkiye'deki film gösterimlerinde yaşanan önemli bir sorun pelikül filmlerin zamanla yıpranması ve görüntü kalitesinin düşmesi olmuştur. Türk film yapımcıları, maliyet kalemlerinin artmaması amacıyla çektikleri filmleri çok sınırlı sayıda kopyalamış ve bu kopyaları bölgelere göndermiştir. Bu sınırlı kopyalar ise sinema salonlarında şehir şehir köy köy dolaşmasının ardından yıpranır ve zamanla filmin kalitesi de düşmüş olurdu. Ayrıca bu eskiyen ve yıpranan pelikül filmler de seyir anında kopar ve gösterimin durmasına neden olurdu. Her ne kadar 80'li yıllarla birlikte kopmayan plastik filmler kullanılmış olsa da yine de filmlerin yıpranması, gösterimlerle kısalması (kesmeler yapılırdı), yanlış ayarlama ve bağlantılar yapılması gibi benzeri sorunlara engel olunamamıştı. Dijitalleşmeyle birlikte söz konusu durumların artık ortadan kalktığını ifade eden sinema makinisti Nihat Çiçek, Türkiye'deki filmlerin artık daha kaliteli gösterildiğini şu sözlerle kabul etmiştir: "Şimdi dijital daha iyi. Çünkü eski filmlerde çizikler olurdu, film oynarken belirli süre geçtiği zaman tozdan topraktan, film çizilirdi. Çizildiği için de bazen perdede yansırı. Dijitalde böyle bir şey olmuyor. Dijital makinelerde böyle bir problem sıfır." Bunların dışında sinema makinisti Oktay Taşkiran (kişisel görüşme, 15 Ocak 2018), dijitalin birçok eski maliyeti de ortadan kaldırdığını ifade eder. Filmi işçiliği, nakliye ve kopyalama maliyetlerinin önemli derecede düştüğünü söyleyen Taşkiran, bu nedenlerle Türk sinemacılarının dijitalleşmesini olumlu olarak değerlendirmiştir. Bu avantajların yanı sıra Yeşilçam'ın yönetmenlerinden Yılmaz Atadeniz (kişisel görüşme, 8 Şubat 2018) önemli bir problemin ise dijitalleşmeyle birlikte başladığını dile getirmiştir. Dijitalleşmenin ardından işletmelerin gösterim yapacağı dijital film başına yeni ve yüksek bir maliyet kalemi ortaya çıkardığını ve bunun sinemacılar için zorluk oluşturduğunu şu sözlerle anlatmıştır:

"Şimdi dijitalleşince başka bir olay çıktı. Dijitalleşince sinemaları dijitalleşenler vizyona giren film için salon başına 650 dolar artı KDV ödeme mecburiyetinde. Yani iki yüz salona filmi gösterime girdi dediğin zaman 130 bin dolar artı KDV'yi ödemekle yükümlü oluyor. Böyle bir şey olabilir mi? Ve bu parayı toplamak isteyen adam da diyor ki 'Biz, bu sinemaları bankalardan kredi aldık öyle yaptık. Bu parayı 2019'a kadar toplayacağız.'"

Atadeniz'in sözünü ettiği söz konusu Sanal Kopya Bedeli mevzusu bağımsız sinemacılar için halen bir problem olarak durmaktadır. Bu nedenle bağımsız sinemacılar, bin bir emekle çektikleri filmlerini sinema gösterim bedellerini karşılayamadıkları için alternatif çözümler üretmek durumunda kalmışlardır.

## **Sonuç**

Dijitalleşme, 35 mm filmcilikte diğer bir deyişle peliküle dayalı geleneksel film üretim, dağıtım ve gösterim iş akışında radikal değişikliklere neden olmuştur. Birçok film endüstrisi de söz konusu bu durumdan etkilenmiştir. Bunlardan biri de Türk film sektörüdür. Bu bağlamda yerli film sektörü üretim, dağıtım ve gösterim pratikleri bakımından dijital dönüşümden oldukça fazla etkilenmiştir. Bu çalışma da Türk film sektörünün gösterim ayağının dijital dönüşümüne odaklanmış, dönemin koşulları ve yaşanan gelişmeler açığa çıkartılmaya çalışılmıştır. Araştırma sonucunda ise Türkiye'deki sinema salonlarının dijitalleşmesi sürecinin genel olarak 2010-2015 tarihleri arasında başladığı; 2013-2015 yıllarında ise dijitalleşmenin büyük oranda tamamlandığına ulaşılmıştır. Özellikle 2012 tarihinden sonra başlayan teknolojik yatırımlarla Türk sinema salonlarının dijitalleşme ivmesi büyümeye başlamış; 2013 yılında yüzde 54, 2014 yılında yüzde 82'e ulaşan salonların dijitalleşme oranıyla Türk Sineması, Avrupa'nın en hızlı dijitalleşen ülke sinemalarından biri haline gelmiştir.



Araştırmada elde edilen önemli bir bulguya göre özellikle 2013 yılında dijitalleşmenin hız kazanması ve 2015 yılında tamamlanmasıdır. 2013 tarihindeki hızlanmanın temel nedeni ve motivasyonu ise dağıtımçı şirketlerin işletmelere 35 mm film gönderilmeyeceği kararıdır. Bu gelişmenin hemen ardından işletmeciler mali sorunların da altına girerek hızlıca dijital sistemlere geçmek durumunda kalmışlardır. Türkiye'deki sinemaların dijitalleşme süreci, Amerika ve Avrupa sinemalarına göre geç başlamış olsa da aynı zaman tarihlerinde tamamlandığı elde edilen verilerden anlaşılmıştır. Fakat Türkiye'deki dijital dönüşüm yurt dışında yaşanan geçiş sürecinden farklı olarak yıllara yayılmamış, 2013-2015 tarihlerine sıkışmış, ani ve hızlıca gerçekleşmiştir. Bu gecikmenin temel nedenleri olarak Türk sinemasında kuruluşundan beri görülen mali ve yapısal sorunlar, endüstrileşememe ve devlet desteğinin eksikliği olarak tespit edilmiştir.

Türk sinema salonlarının dijitalleşme sürecinde bağımsız işletmelerin azaldığı, sinema zincirlerinin arttığı görülmüştür. Bu bağlamda dijital devrim sinema salonlarında tekelleşmenin önünü açmıştır.

Bunların dışında, dijitalleşmeyle birlikte 35 mm filmciliğe ait tüm işlemler ve işler ortadan kalkmıştır. Gösterim sistemleri de bilgisayarlı sistemlere entegre edilerek, film gösterimleri cep telefonu ile yürütülebilecek hale getirilmiş ve insan müdahalesine gerek olmaksızın sistemleştirilmiştir. Bunun sonucunda ise insan öznesi gösterim süreçlerinden büyük oranda arındırılmıştır. Dolayısıyla dijitalle bağlı teknolojik değişim beraberinde öznesi insan olan film gösterim süreçlerindeki kültürel değişimleri de beraberinde getirmiştir.

## Kaynakça

- Abisel, N. (1994). *Türk Sineması Üzerine Yazılar*. Ankara: İmge.
- Boz, Y. (1974, Nisan-Mayıs). Tv ve Türk Sineması. *Çağdaş Sinema*, s. 63-74.
- Clarke, J. (2012). *Sinema Akımları: Sinema Dünyasını Değiştiren Filmler*. İstanbul: Kalkedon.
- Daly, K. (2010). Cinema 3.0: The Interactive-Image. *Cinema Journal*, 81-98.
- Erkılıç, H. (2012, Nisan). Türkiye'de Sinema Salonlarının Dijital Dönüşümü. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication (TOJDAC)*, 2(2), s. 94-99.
- Esen, Ş. K. (2010). *Türk Sinemasının Kilometre Taşları*. İstanbul: Agora.
- Güngör, E. (2004, Ekim 23). *Görüntü perdenin dışında*. Ağustos 20, 2016 tarihinde <http://www.radikal.com.tr>: [http://www.radikal.com.tr/ek\\_haber.php?ek=cts&haberno=3947](http://www.radikal.com.tr/ek_haber.php?ek=cts&haberno=3947) adresinden alındı
- Hancock, D. (2016). *Sinemaların Dijital Dönüşümü*. İngiltere: İHS Technology.
- Jenkins, H. (2016). *Cesur Yeni Medya Teknolojiler ve Hayran Kültürü*. İstanbul: İletişim.
- Keskin, K. (2004, Kasım 4). *Ankara'ya underground club*. Temmuz 9, 2023 tarihinde [www.hurriyet.com.tr](http://www.hurriyet.com.tr): <https://www.hurriyet.com.tr/ankara-ya-underground-club-270106> adresinden alındı

Kuburlu, C. (2016, Nisan 4). *Güney Koreli CJ CGV, Mars Cinema'yı 800 milyon dolara aldı*. Ağustos 13, 2016 tarihinde Hürriyet: <http://www.hurriyet.com.tr/guney-koreli-cj-cgv-mars-cinemayi-800-milyon-dolara-aldi-40081235> adresinden alındı

Kuburlu, C. (2016, Haziran 15). *Seyirci biletini kesti*. Ağustos 13, 2016 tarihinde Hürriyet.com: <http://www.hurriyet.com.tr/seyirci-biletini-kesti-40118066> adresinden alındı

Rekabet Kurulu. (2013). *Önaraştırma Karar Sayısı*. Ankara: Rekabet Kurulu Başkanlığı. Rekabet Kurulu. adresinden alındı

SEYAP. (2014). *Dijital Devrim ve Sanal Kopya Bedeli*. İstanbul: SEYAP.

Statista. (2016). *Number of cinema screens in the United States from 2008 to 2015, by format*. Ağustos 21, 2016 tarihinde <http://www.statista.com/>: <http://www.statista.com/statistics/255355/number-of-cinema-screens-in-the-us-by-format/> adresinden alındı

Statista. (2016). *Number of cinema screens worldwide in 2015, by region and format*. Ağustos 21, 2016 tarihinde [www.statista.com](http://www.statista.com): <http://www.statista.com/statistics/255353/number-of-cinema-screens-worldwide-by-region-and-format/> adresinden alındı

Swartz, C. S. (2005). *Understanding Digital Cinema A Professional Handbook*. Massachusetts, USA: Focal Press.

Tomur, K., Kol, İ., & Bilaçlı, C. (2016). *Sinema Hizmetleri Sektör Raporu*. Ankara: Rekabet Kurulu.

Yavuz, D. (2012). *Türkiye Sinemasının 22 Yılı*. İstanbul: Antrakt Sinema Kitaplığı.

Youngblood, G. (2020). *Expanded Cinema*. New York: Fordham University Press.

Zengin, F. (2016). *Dijitalleşmenin Türk Sinemasında Yarattığı Dönüşüm: Üretim Dağıtım ve Gösterim*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Tv Sinema Ana Bilim Dalı Yayınlanmış Doktora Tezi.

Zengin, F., & Kapır, B. (2023). *Beyaz Perdeyi Aydınlatanlar: Sinema Makinistlerinin Gözünden Yeşilçam*. İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi.

Görüşmeler:<sup>6</sup>

Ali Aktaş, 28 Ocak 2018, İstanbul.

Ali Koçoğlu, 8 Aralık 2017, İstanbul.

Baki Nayın, 12 Nisan 2018, İzmir.

Burcu Karakaş, 8 Aralık 2017, İstanbul.

David Hancock, 22 Mayıs 2016, Çevrimiçi.

Fatih Emir, 26 Aralık 2017, İstanbul.

Hacı Gülbay, 15 Ocak 2018, İstanbul.

---

<sup>6</sup> Sinema makinistleri ile yapılan görüşmeler, İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınlarından basılan *Beyaz Perdeyi Aydınlatanlar: Sinema Makinistlerinin Gözünden Yeşilçam* (Zengin & Kapır, 2023) adlı çalışma kapsamında Dr. Bahadır Kapır ile birlikte gerçekleştirilmiştir.

Hüseyin Akgün, 9 Nisan 2018, Ankara.

Mehmet Navruz, 24 Kasım 2017, İstanbul.

Mehmet Rifat Akbala, 21 Kasım 2017, İstanbul.

Mesut Erdoğan, 11 Aralık 2017, İstanbul.

Mevlüt Beşer, 12 Kasım 2017, İstanbul.

Nihat Çiçek, 16 Aralık 2017, İstanbul.

Oktay Taşkiran, 15 Ocak 2018, İstanbul.

Özcan Uslu, 11 Aralık 2017, İstanbul.

Sadi Çakıroğlu, 15 Ocak 2018, İstanbul.

Yılmaz Atadeniz, 8 Şubat 2018, İstanbul.