



KADIR HAS ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
SİNEMA VE TELEVİZYON PROGRAMI

**ARTHOUSE SEYİR DENEYİMİ VE DEĞİŞEN
PRATİKLER: KADIKÖY SİNEMASI ÜZERİNE BİR
VAKA ÇALIŞMASI**

SENA ÖNDÜN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İSTANBUL, TEMMUZ, 2023

Sena Öndün

Yüksek Lisans Tezi

2023

**ARTHOUSE SEYİR DENEYİMİ VE DEĞİŞEN
PRATİKLER: KADIKÖY SİNEMASI ÜZERİNE BİR
VAKA ÇALIŞMASI**

SENA ÖNDÜN
DANIŞMAN: DOÇ. DR. MELİS BEHLİL

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sinema ve Televizyon (Tezli) Yüksek Lisans Programı'nda yüksek lisans derecesi için gerekli kısmi şartların yerine getirilmesi amacıyla Kadir Has Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'ne teslim edilmiştir.

İstanbul, Temmuz, 2023

ONAY

SENA ÖNDÜN tarafından hazırlanan ARTHOUSE SEYİR DENEYİMİ VE DEĞİŞEN PRATİKLER: KADIKÖY SİNEMASI ÜZERİNE BİR VAKA ÇALIŞMASI başlıklı bu çalışma jürimiz tarafından YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Melis BEHLİL (Danışman)
Kadir Has Üniversitesi

.....

Doç. Dr. Ece VİTRİNEL
Galatasaray Üniversitesi

.....

Dr. Öğr. Üyesi Esin PAÇA CENGİZ
Kadir Has Üniversitesi

.....

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Mehmet Timur AYDEMİR
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü
Onay Tarihi: 13.07.2023

ARAŞTIRMA ETİĞİ VE YAYIN YÖNTEMLERİ BİLDİRİMİ

Ben, SENA ÖNDÜN;

- Hazırladığım bu Yüksek Lisans Tezinin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve başka çalışmalardan yaptığım alıntıların kaynaklarını kurallara uygun biçimde belirttiğimi;
- Bu Yüksek Lisans Tezinin başka bir eğitim kurumunda bir derece veya diplomaya sunulan veya kabul edilen herhangi bir materyal içermediğini;
- "Yükseköğretim Kurulu Etik Davranış İlkeleri" uyarınca hazırlanan "Kadir Has Üniversitesi Akademik Etik İlkeleri"ni takip ettiğimi onaylıyorum.

Buna ek olarak, bu çalışma ile ilgili ortaya çıkabilecek herhangi bir usulsüzlük iddiasının, üniversite mevzuatına uygun olarak disiplin işlemi ile sonuçlanacağını kabul ediyorum.

Sena Öndün

13.07.2023

TEŞEKKÜR

İlk olarak tez boyunca sürekli desteği, bitmek bilmeyen sabrı ve problem çözücü tavrıyla beni hep en doğruya yönlendiren tez danışmanım Doç. Dr. Melis BEHLİL'e kalpten teşekkürlerimi bir borç bilirim. Henüz sadece tek cümlelik bir fikirken bile beni ve ne yapmak istediğimi anladığınız, bu süreçteki sonsuz motivasyonunuz ve her zaman beni, endişelerimi, fikirlerimi dinlediğiniz için çok teşekkür ederim. Öğrencilerinizle kurduğunuz ilişki, işinize olan sevginiz ve tutkunuz, henüz bu yolda çok yeni olan bana gelecek hakkında hem ışık tuttu hem de umut verdi. Öğrettiğiniz her şey için teşekkür ederim.

Yüksek Lisans başvurularımda beni Kadir Has Üniversitesi'ne ve bu programa yönlendiren Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü'nden hocam Doç. Dr. Ayşe TOY PAR'a çok teşekkürler. O olmasa böyle bir çalışma belki de hiç gerçekleşmeyecekti. Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi, Sanat ve Kültür Yönetimi Bölümü'ndeki çalışma arkadaşlarım, hepimize çok teşekkür ederim. Sürekli pozitif tavrınız, desteğiniz ve iş birliğiniz ile bu süreci mümkün olabilecek en rahat ve sorunsuz şekilde geçirmeme destek olduğunuz için çok minnettarım. Sizden daha iyi çalışma arkadaşları isteyemezdim!

Tüm bunların mümkün olabilmesini sağlayan canım annem Elif ÖNDÜN ve canım babam Erkan ÖNDÜN. Bir gün bile benden şüphe etmediğiniz, ne yaptığımı sorgulamadığınız, hep kendim olmama izin verdiğiniz ve bana güvendiğiniz için teşekkürler. Size olan sevgimi ve minnettarlığımı ifade edebilecek kelimeler yok. Sadece kocaman bir iyi ki!

Ve son olarak tüm süreçte yanımda sevgilim Kaan... Bu tez sürecinden belki de en çok etkilenen üçüncü kişi de sensin. Her daim sonsuz inancın, güvenin ve desteğin için minnettarım. Her zaman uğraşması en kolay kişi olmadığımı biliyorum ama her seferinde denediğin ve her seferinde başardığın için çok şanslıyım. Sen olmasan kaygı dolu günleri nasıl bu kadar sevgi dolu atlatırdım hiç bilmiyorum, iyi ki varsın, her şey için teşekkür ederim.

Bu tez 222K172 no'lu "Güncel Seyir Deneyimi ve Değişen Pratikler: Kadıköy Sineması Üzerine Bir Vaka Çalışması" başlıklı proje kapsamında TÜBİTAK 1002- A Hızlı Destek Modülü tarafından desteklenmiştir. Desteklerinden dolayı Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu'na ve projenin değerlendirmesinde yer alan saygıdeğer hocalarımıza teşekkür ederim



ARTHOUSE CINEMA EXPERIENCE AND CHANGING PRACTICES: A CASE STUDY ON KADIKÖY CINEMA

ABSTRACT

Today, the term "arthouse" refers to an area whose definition is quite vague and whose boundaries are unclear. The field, which is generally considered to appeal to a "niche" audience, brings with it a slight "snobbery" according to Bordwell. Perhaps this is partly why arthouse cinema has always had to create its own alternative spaces and create its own institutions in a struggle for survival. Kadıköy Sineması serves as a unique space in Istanbul's cinema life in the sense that the theater's film selection consists entirely of arthouse and independent films. This thesis explores the cinema experience and changing practices within the context of the Kadıköy Cinema, employing the theoretical framework of Bourdieu's habitus-capital-field relations, and utilizing "New Cinema History" as a conceptual tool. By focusing on Kadıköy Cinema as a case study, the research aims to comprehend the dynamics of the arthouse audience and the arthouse scene in Istanbul. It should not be forgotten that cinema is not only a means of entertainment, but also a social and cultural institution that reflects and shapes social values, tastes and practices. The application of Bourdieu's habitus-capital-field relations offers a theoretical framework to understand the interplay between cultural practices and social structures within the arthouse scene. The findings of this research provide valuable insights into the cinema experience and changing practices in Kadıköy, highlighting the role of arthouse cinemas in fostering alternative film cultures. The study contributes to the broader understanding of the arthouse scene in Istanbul and provides a foundation for further research on the intersection of cinema, culture, and society.

Keywords: arthouse cinema, new cinema history, audience, cinema experience, art cinema

ARTHOUSE SEYİR DENEYİMİ VE DEĞİŞEN PRATİKLER: KADIKÖY
SİNEMASI ÜZERİNE BİR VAKA ÇALIŞMASI

ÖZET

Günümüzde arthouse kavramı tanımı oldukça muğlak ve sınırları belirsiz bir alana işaret etmektedir. Genelde “niş” bir izleyici kitlesine hitap ettiği düşünülen alan Bordwell’e göre hafif bir “züppeliği” de beraberinde getirir. Belki biraz da bu yüzden arthouse sinema hep kendi alternatif alanlarını üretip hayatta kalmak için bir mücadele vererek kendi kurumlarını yaratmak zorunda kalmıştır. Kadıköy Sineması, salonun film seçkisinin tamamının arthouse ve bağımsız filmlerden oluşması açısından İstanbul sinema hayatı benzersiz bir mekân görevi üstlenmektedir. Bu tez, Bourdieu sosyolojisi çerçevesinde habitus-sermaye-alan ilişkileri ve "Yeni Sinema Tarihi" disiplini kavramsal bir araç olarak kullanarak, Kadıköy Sineması bağlamında sinema deneyimini ve değişen pratikleri araştırmaktadır. Bir vaka çalışması olarak Kadıköy Sineması'na odaklanan araştırma, İstanbul'daki arthouse seyircisinin ve arthouse kültürünün dinamiklerini anlamayı amaçlamaktadır. Sinemanın sadece bir eğlence aracı değil, aynı zamanda toplumsal değerleri, beğenileri ve pratikleri yansıtan ve şekillendiren sosyal ve kültürel bir kurum olduğu unutulmamalıdır. Kuramsal çerçevede Bourdieu'nün habitus-sermaye-alan ilişkiselliğine odaklanarak seyirciyi ele almak, arthouse sahnesinde kültürel pratikler ve sosyal yapılar arasındaki etkileşimi anlamak için teorik bir çerçeve sunmaktadır. Bu araştırmanın bulguları, Kadıköy'deki sinema deneyimine ve değişen pratiklere dair değerli veriler sunmakta, arthouse sinemaların alternatif film kültürlerini üzerindeki rolünü vurgulamaktadır. Çalışma, İstanbul'daki arthouse sahnesinin daha geniş bir şekilde anlaşılmasına katkıda bulunmakta ve sinema, kültür ve toplumun kesişimi üzerine daha fazla araştırma için bir temel oluşturmaktadır.

Anahtar Sözcükler: arthouse sinema, yeni sinema tarihi, seyirci, seyir deneyimi, sanat sineması

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR	iv
ABSTRACT	vi
ÖZET.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
TABLolar LİSTESİ.....	ix
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırmanın Kapsamı ve Metodolojisi	4
1.2. Araştırmanın Kavramsal Çerçevesi	11
2. YENİ SİNEMA TARİHİ VE SEYİRCİ.....	16
2.1. Seyirci Deneyimleri: Film İzlemeye veya Filme Gitmek	23
2.2. Ana Akım Dışı Seyir: Sinefili ve Sanat Sineması.....	27
2.3. Türkiye’de Seyirci Profiline Tarihsel Bakış ve Güncel Seyir Deneyimi ile Değişen Pratikler	33
3. TÜRKİYE’DE ARTHOUSE SEYİR DENEYİMİNE DAİR BİR VAKA ÇALIŞMASI OLARAK KADIKÖY SİNEMASI	39
3.1. Arthouse Sinema Seyircisi, Film İzleme Kültürü ve Sinefili	48
3.2. Film İzleme Pratikleri: Online Seyir Pratikleri, Filme Gitme Deneyimi ve Film Festivalleri	56
3.3. Bireysel ve Kolektif Hafızada Bir Direniş Mekânı Olarak Kadıköy Sineması	72
4. SONUÇ	79
KAYNAKÇA	82
EK A	93
EK B	94

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1	Bourdieu'nun Sermaye Kavramı.....	10
Şekil 2	Sinema tüketiminin üç çağı: film tüketim pratiklerinin çeşitlenmesi ve film kültürünün evrimi.....	27
Şekil 3	Emek Sineması Direnişi	70



TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1	Katılımcıların yaş aralıkları (2022)	36
Tablo 2	Katılımcıların eğitim düzeyi (2022)	37
Tablo 3	Katılımcıların film seçiminde en çok dikkat ettiği şeyler (2022)	39
Tablo 4	Katılımcıların Kadıköy Sinemasını Tercih Etme Nedenleri (2022)	47
Tablo 5	Katılımcıların haftalık izlediği film sayısı (2022)	52
Tablo 6	"Film izlemeye arkadaşlarım, ailem vb. ile giderim."	52
Tablo 7	“Sinemaya gittiğimde öncesinde veya sonrasında başka bir etkinliğim (arkadaşlarımla buluşmak, yemek yemek, bir şeyler içmek vb.) daha olur.”	53
Tablo 8	Katılımcıların sinemada film izleme deneyimi sırasında tercih ettikleri formatlar (2022)	54
Tablo 9	Katılımcıların tercih ettikleri online platformlar (2022)	55
Tablo 10	Katılımcıların bir sinema salonunu tercih etme sebepleri (2022)	59
Tablo 11	Katılımcılarımıza Kadıköy Sineması denilince çağrıştırdığı ilk ifadeler (2022)....	72

1. GİRİŞ

“Sinema salonları bir bakıma kentin anılarla donatılmış belleğini de oluşturur. Onların kapanması ya da çeşitli nedenlerle başka mekânlara dönüştürülmesi, belleğini yitiren bir insan örneğini, bir kentin kültürel-sanatsal dokusunu zedeler, kenti de o kenti mekân seçen insanları da belleksizlikle eşdeğerli etkisiz, tepkisiz bir duyarsızlığın, sevgisizliğin içine itiverir. Kentler çağdaş olmak zorunluluğunun yanında, kimliğini devam ettirecek, geleceğine ışık tutacak kaynaklarını, mekânlarını da korumak ve kurutmamak zorundadır.”

Burçak Evren

1980’li yılların ikinci yarısından itibaren sinema sektörü açısından en önemli gelişmelerden biri, tek salonlu büyük sinema salonlarının yerini, aynı anda daha fazla filmin gösterimine olanak sağlayan çok perdeli “multipleks” sinema salonların almasıdır (Tüzün 2013). Genellikle alışveriş merkezleri içerisinde konumlanan çoklu sinema salonlarına geçiş, seyir kültüründe önemli bir dönem arz etmektedir. Kısa sürede tüm bir ülkeye ve şehirlerin neredeyse her ilçesine yayılan AVM’ler için sinema salonu olmazsa olmazlar arasındadır. AVM’ler sinema izleme deneyiminde ve sinema seyircisinde büyük bir değişimi de beraberinde getirir. Baha Serter, Banu Bozdemir’le gerçekleştirdiği bir söyleşide bu durumun yarattığı değişimi şu şekilde ifade eder:

“İlk Capitol açıldığında karşı tarafta, Altunizade’de sinema mı olur dedik. Ondan sonra gördük ki orada yemek yeme, otopark olduğu için oraları tercih etme durumu başlamış. Yemeğini yiyor, filmi izliyor, arabasına binip evine dönüyor. Böyle bir profil var artık sinema izleyicisinde.” (Serter, 2017)

Günümüzde AVM içerisinde konumlanan zincir sinemalar pazarın büyük bölümünü kaplamaktadır (Çetin-Erus ve Erus 2020). Alışveriş merkezlerinin ve multipleks salonların yaygınlaşması özellikle bağımsız sinema salonlarının da varlığını tehdit eder. Avrupa filmleri ithal eden dağıtımçı firmalar, Amerikan devleriyle mücadele edemez ve iflas eder; yerli yapımlar ve Avrupa filmleri Hollywood filmlerinden arta kalan haftalarda gösterilmeye başlamıştır (Kutlar 1994, 20). Yerli yapımların ve Avrupa filmlerinin gösterim alanının azalması Amerikan dağıtımçılarıyla anlaşamayan küçük ölçekli, semt sinemalarını olumsuz yönde etkilemiştir (Keskin, 8).

Bugün İstanbul’da semt sineması denildiğinde neredeyse iki elin parmaklarını aşmayacak sayıda salondan bahsedilebilir. Şehrin 39 ilçesinde sayısı 147’ye (2023) varan alışveriş merkezlerinin her birinde ise bir sinema işletmesi mevcuttur. Bu durum filmlerin gösterim ve dağıtım ağının tekelleşmesi sonucu ana akım dışı filmlerin gösterim alanlarını oldukça kısıtlamaktadır. Özellikle çalışmada “yaygın olarak dağıtımı yapılmayan ana akım kodların dışında nitelendirilen bağımsız sanat filmleri” olarak tanımlanacak “arthouse” filmler için durum her geçen gün biraz daha zorlaşmaktadır. Bu tez çalışmasında 2022 itibariyle İstanbul’daki tek *arthouse* sinema salonu olan Kadıköy Sinemasına odaklanılmış ve salon bir vaka olarak ele alınmıştır. Salonun çalışma boyunca arthouse salon olarak nitelendirilmesinin sebebi tüm seçkisini arthouse filmlerden oluşturmasıdır.

Bu tez çalışması 2021 yılının son aylarında projelendirilmeye başlanmış olup Kasım 2022-Ocak 2023 arasında anket çalışması ve görüşmeler tamamlanmış, 2023 Mayıs ayında ise sona ermiştir. Bu çalışma henüz bir araştırma önerisiyken Beyoğlu Sineması üzerine kurgulanmıştı ancak yıllarca İstanbul Film Festivali’ne ev sahipliği yapan, İstanbul’daki arthouse seyir kültürünün belki de kalesi olarak nitelendirebileceğimiz Beyoğlu Sineması ilk olarak sahibinin çalışanlarına uyguladığı ekonomik ve psikolojik şiddetle gündem oldu. Bu noktada salon bu işletmeciyse devam ederken kendisiyle bir iş birliği yapmanın etik boyutları göz önüne alınca çalışmaya Kadıköy Sineması üzerinden devam etmeye karar verildi. Temmuz 2022’ye geldiğimizde ise ilk olarak ekonomik zorluklarla baş edemediği gerekçesiyle Beyoğlu Sineması’nın işletme devredilene kadar kapalı kalacağı açıklanmış, daha sonra ise süresiz olarak kapanmıştır. Bunun ardından ticari işletme olup sadece arthouse seçki sunan tek sinema salonu Kadıköy Sineması kalmıştır. Yani bir sene bile dolmadan Kadıköy Sineması bu çalışma için olduğu gibi arthouse sinema seyircisi için de bir tercih iken bir zorunluluk halini almıştır. Bu haliyle arthouse sinema mekânı olarak şehirde biricik bir yer tutmaktadır.

Arthouse teriminin günümüzdeki muğlaklığı, farklı tanımları ve nitelikleri çalışmanın ikinci bölümünde literatür çerçevesinde daha ayrıntılı bir şekilde ayrıca ele alınmıştır. Kadıköy Sineması’nın nasıl bir değişim geçirdiğine odaklanmak, Türkiye’deki bağımsız sinema kültürünü ve bağımsız sinema izleyicisini anlamak için önemli ve belirleyici bir çalışma alanı açacaktır. Özellikle son yıllardaki kültür politikaları ve şehrin değişen yapısı

sebebiyle, “kültürel” alanların geçirdiği değişimler salonların karşılaştığı temel problemlerin arasında sayılabilir. Zincir sinema salonları karşısında savunmasız bir durumda kalan *arthouse* sinema işletmeleri ve seyircilerini anlamak ana akım karşısında kendisine alternatif bir alan bulan *arthouse* kültürünü de anlamak için önem teşkil etmektedir.

Tez boyunca *arthouse* film seyircisi için güncel seyir pratiklerinin nasıl şekillendiğine odaklanılmış; sosyal, kültürel ve ekonomik sermayelere göre farklı seyirci kategorizasyonlarının tezahürlerinin olup olmadığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Film izleme ve sinemaya gitme deneyimlerini iki farklı eylem olarak ele alarak sinema deneyiminin geçirdiği değişimi anlamak, yerel sinema salonları ve *arthouse* sinema izleyicisi arasındaki ilişkiyi kavrayabilmek için önem taşımaktadır. “Günümüzde İstanbul’daki tek bireysel *arthouse* sinema salonu olan Kadıköy Sineması seyir kültürünün neresinde konumlanmaktadır? Farklı sosyal, kültürel ve ekonomik alt yapılar seyir kültürünü, sinema salonlarını ve *arthouse* sinema ile olan ilişkiyi nasıl etkilemektedir?” sorularının üzerinde durulmuştur. Bu sorulara yanıt ararken aynı zamanda Kadıköy Sinemasının şehrin tek *arthouse* sinema salonu olarak, seyircisi ile ilişkisini devam ettirmek için kullandığı stratejiler ve bunların çıktıları tartışılmıştır. Türkiye’deki *arthouse* sinema kültürü, *arthouse* film seyircisi olmak, dijital platformların seyir kültürüne olan etkisi ve sinemanın sosyoekonomik düzen içindeki yeri anlaşılmaya çalışılmıştır. Unutulmamalıdır ki, farklı salonların varlığı aynı zamanda sektörel üretimde çeşitliliğe ve yönetmenlerin kendilerini daha özgürce ifade edebileceği alanların açılmasına katkı sağlamaktadır ve azımsanmayacak bir izleyici kitlesine sahip olan bu mekanlar ana akımın dışında kalan filmlerin kalesi olarak gösterimlerine devam etmektedir.

Tez boyunca sinemayı sosyal ve kültürel paylaşımın yapıldığı bir alan olarak inceleyen “Yeni Sinema Tarihi” perspektifinden Kadıköy Sinemasına yaklaşılacaktır. Sinemayı stereotiplerden uzaklaştırmayı hedefleyen “Yeni Sinema Tarihi” her seyir deneyiminde, seyircinin, seyir koşullarının ve deneyimin kendisinin değiştiğine dikkat çekerken bu süreçlerin her birini “biriciklik” bakış açısıyla ele almaya çalışmaktadır. Bu çerçevede Kadıköy Sinemasının seyircisi için kendi öznel alanında sosyokültürel ve tarihsel koşullarında ifade alanı yaratılmaya çalışılmış olup günümüz *arthouse* sinema

seyirciliğine dair bir özgün çalışma ortaya konulmuştur. Tüm bunlardan yola çıkarak ve çalışmanın analizi boyunca Bourdieu sosyolojisinden yararlanarak, alan-sermaye ilişkisine bakılacak, “habitus” ve “kültürel, sosyal ve ekonomik sermaye” kavramlarının (Bourdieu, 1984) seyircinin seyir beğenisindeki etkisi incelenip sinema, seyirci, sinemaya gitmek ve film izleme deneyimlerindeki karşılıklı ilişkiler anlaşılmaya çalışılmıştır.

Tezin ilk bölümünde araştırmanın kapsamı ve metodolojisi ele alınacak, kavramsal çerçeveyi oluşturmak adına Bourdieu sosyolojisinin temel kavramları incelenecektir. Ardından literatürde araştırmaya dair elde edilen bulgular paylaşılacaktır. Yeni Sinema Tarihi çerçevesinde dünyada ve Türkiye’de seyircinin nasıl ele alındığı tartışılacak, ana akım dışı şeyir üzerine tarihsel bir çerçeve sunulacak ve Türkiye’de tarihsel olarak seyirci profili ve güncel sinema çalışmaları üzerinde durulacaktır. Tezin üçüncü bölümü ise Kadıköy Sineması üzerine kurulan vaka çalışmasının verilerinin sunulduğu ve analize tabi tutulduğu kesimdir. İlk olarak araştırmanın kapsamı ve metodolojisi aşağıdaki bölümde daha ayrıntılı bir şekilde ele alınmaktadır.

1.1. Araştırmanın Kapsamı ve Metodolojisi

1987’de Yabancı Sermaye Kanunu’nda yapılan bir değişiklik ile mültipleks salonlar Türkiye’ye giriş yapmıştır (Çetin Erus 2007, 4; Tüzün 2013). Birden fazla perdeden oluşan ve geniş seyirci kapasiteli bu salonlar pek çok filmin aynı anda gösterilebilmesine olanak sağlamıştır. Gösterim sektöründe elde ettiği gücün yanında yabancı sermaye, aracısız bir şekilde Türkiye’de şirketler kurarak yapım ve dağıtım sektörünün de önemli bir kısmını oluşturmaya başlamıştır. Türkiye’de dağıtımçı şirketlerin gösterime girecek filmler ve dolayısıyla sinema salonları üzerindeki etkisi oldukça büyüktür. Mehmet Açar, 1996 yılındaki bir yazısında, “üç büyük şirket ile çalışmayan bir sinema salonunun ayakta kalmasının zor olduğunu” söyler (1996: 1186 akt. Çetin Erus 2007). Paramount ve Touchstone Pictures’in dağıtımıcısı UIP ve Warner Bros. gibi Amerikan devlerinin Türkiye pazarına girmesi (Arslan 2010, 8), Türkiye’nin ABD ile kurduğu yakın ilişkilerin bir uzantısı olarak ABD yapımı filmlerin tüketiminin artması ve dönemin başbakanı Turgut Özal’ın girişimleriyle ülkenin ilk alışveriş merkezi “Galleria”nın açılmasıyla dönemin liberal ekonomik politikaları karşısında bireysel işletmeleri büyük dağıtımçı

karşısında neredeyse çaresiz bir durumda bırakmıştır. 1990'lı yıllarda UIP ve Warner Bros. Pazar hakimiyetinde en önemli iki dağıtımçı görevini üstlenmiştir. 1990'ların başında UIP %40 civarı bir pazar payı ile ilk sıradayken Warner Bros %30'larda kalmış; 1990'ların ikinci yarısında ise Türk filmlerinin iyi hasılat yapmasıyla birlikte bu filmlerin dağıtımını üstlenen ise Warner Bros. en yüksek pazar payına sahip olmuştur (Çetin Erus 2007,10).Tüketim kültürünün bir sembolü olarak alışveriş merkezlerinin yaygınlaşmasıyla, salonlar yeme-içme, eğlenme, giyim, mutfak, teknoloji alışverişi gibi alanların bir arada bulunduğu alışveriş merkezlerinin içinde konumlanmaya başlamıştır. Bu kompleks yapısıyla daha çok ilgi gören alışveriş merkezleri karşısında çoğu mahalleler içerisinde yer alan bireysel salonlar ya birer birer kapanmaya başlar ya da özellikle yerli yapımcıyla iş birliğine girerek yeni gösterim stratejileri geliştirmek zorunda kalırlar. Hollywood dağıtımçıların karşısında gösterim alanı bulamayan yerli filmciler bireysel salonlara yönelmeye başlar, bölünen taleple eski seyirci sayılarına ulaşamayan bireysel salonlar ise bu filmler için alternatif gösterim mekanları halini alır (Tüzün, 2013). Oluşmaya başlayan bu ikilikle, ilerleyen senelerde bu tez boyunca iddia ettiğimiz şekliyle arthouse ve zincir salonlar arasındaki ayrım derinleşmeye başlar. 1990'lar boyunca çoğu Eurimages fonlarının katkısıyla ayakta kalan ve seçkilerinde düzenli olarak sanat filmlerine yer veren bireysel sinema salonları ilk olarak sürekli azalan seyirci sayılarıyla başa çıkamaz ve ekonomik imkansızların da bir sonucu olarak hızlı gelişen teknolojik gelişmelere ayak uyduramayarak 2000'lere geldiğimizde tek tek kapanmaya başlar (Tüzün 2013, 98). Seyirci için artık sinema teknoloji, konfor ve alışveriş merkezi kültürü ile iç içe geçmiştir. Multipleks zincir sinemaların pazarı ele geçirmesinin önü de bu şekilde açmıştır.

Günümüzde Mars Group'un sahip olduğu Cineverse salonları Türkiye'nin en büyük multipleks zincir sinema salonu olarak hizmet vermektedir.¹ IMAX, 4DX, Screen X, MPX ve DBOX, Sweetbox ve Gold Class olmak üzere farklı özellikte perdeler ve

¹ Araştırmaya başlanılan 2022 yılında bugünkü adıyla Paribu Cineverse salonları "Cinemaximum" adı altında hizmet vermekteydi. Ağustos 2022 tarihinde internet sitesinden alınan bilgiye göre Cinemaximum 36 şehirde, 96 sinema işletmesi olarak, 840 salon ve 118.165 koltuk sayısı ile hizmet vermekteydi. 2023 yılında Paribu ile iş birliği sonrasında yenilenen bilgilere göre şu an Mars Group, "Paribu Cineverse" adı altında 30 şehirde 89 sinema işletmesi ve 765 salon sayısı ile hizmet vermektedir (paribucineverse.com, 2023). Paribu Cineverse'ün İstanbul içerisinde Avrupa Yakası'nda 19, Avrupa Yakası'nda 13 olmak üzere toplam 32 farklı lokasyonda salonu bulunmaktadır (paribucineverse.com, 2023).

salonlarla hizmet vermekte ve grup, bu özelliklere göre bilet fiyatlarında değişikliğe gitmektedir. Yine grubun fiyatlandırma politikasına göre sinema salonunun bulunduğu semte göre bilet fiyatları değişiklik göstermektedir. Mars Group dağıtım ve gösterim ağında da en geniş alana sahiptir ve Türkiye’de tekel konumunda bulunmaktadır. Aynı zamanda yapımcı konumunda da bulunan Mars Group sektörün farklı bileşenlerini tek elde toplamaktadır. Bu da hangi filmlerin gösterileceği, kaç salonda kaç hafta kalacağı, bilet fiyatlarının nasıl olacağı vb. kararları pazarda herhangi bir rekabet olmadan tek başına alabilmesine olanak sağlamaktadır. Tüm bunlar sinema salonları arasındaki ayrımı daha da keskin hale getirmektedir.

İstanbul’da bulunan 84 sinema işletmesinin 75’ü AVM içerisinde bulunmaktadır. Geriye kalan 9 işletmenin sadece 7 tanesi mahalle içinde konumlanan “yerel” sinema salonu işletmesi olarak hizmet vermektedir, bunlar: Bağcılar Arzu, Beyoğlu CineMajestic, Beyoğlu Fitaş, Kadıköy Kadıköy, Kavacık Boğaziçi, Pendik Cine Atlantis, Pendik Oscar. Bu salonlar geleneksel anlamda konumları itibariyle bir semt sinemasıdır ancak güncel takvime baktığımızda bu salonlardan sadece Kadıköy Sineması seçkinde sanat filmlerine yer vermektedir ve seçkisiyle diğer semt salonlarından ayrılmaktadır, Pendik Cine Atlas ise Eylül ayına kadar tadilatta olduğu gerekçesi ile kapalıdır (Temmuz 2023).

Boğaziçi Üniversite’sine bağlı SİNEBU ve kültür sanat mekânı olarak hizmet eden Fişekhane’ye bağlı Cinemo ise arthouse filmleri dağıtmak üzere kurulmuş olan dağıtımçı Başka Sinema² ile ortak çalışmaktadır. SİNEBU, Boğaziçi Üniversitesine bağlı olarak özel sinema işletmeleri arasında Türkiye’deki tek kamu kurumu sineması olarak hizmet vermektedir (sinebu.boun.edu.tr, 2023) Bunlar dışında 1948 yılında açılan Atlas Sineması 2019 yılında kapatılarak Kültür Bakanlığı tarafından bir restorasyon sürecinden geçmiş, sinema güncel teknolojilere göre yenilenmiş ve “Sinema Müzesi” olarak 2021 yılında yeniden hizmete başlamıştır. Sinema Müzesi süreli ve süresiz sergileri içinde bulundurmaktadır. Atlas 1948 adıyla anılan sinema yine Başka Sinema ile iş birliği içindedir. Özel gösterimler, galalar, süreli film gösterimleri ve seçkilerine göre etkinlik

² Başka Sinema 2013 yılında Başka Sinema Dağıtım ve Kariyo & Ababay Vakfı iş birliğiyle “Bize Her Gün Festival” sloganı ile hayata geçirilen, bağımsız filmleri yıl boyunca erişilebilir kılan bağımsız bir dağıtım ve gösterim ağıdır. 2013 yılında dört salonlar başlayan Başka Sinema, 2023 yılında 19 farklı şehirde 41 salonla devam etmektedir. (baskasinema.com)

takvimi şekillenmekte ve belirli günlerde tek veya birden fazla seans olacak şekilde gösterimler gerçekleşmektedir ancak salon yıllardır olduğu gibi restorasyon sonrasında da İstanbul Film Festivali mekânı olarak işlevine devam etmektedir. Bunlar dışında SALT Beyoğlu, İstanbul Modern ve Pera Müzesi çeşitli seçkiler, retrospektifler, sergilere paralel film gösterimleri vb. etkinliklerle sinemaya erişim adına alternatif mekanlar olarak var olmaktadır. Tüm bunlara son olarak 2021 yılında yeniden açılan “Sinematek/Sinema Evi” eklenmiştir. İlk olarak 25 Ağustos 1965’te kurulan Türk Sinematek Derneği, 12 Eylül Darbesinde diğer tüm derneklerle beraber kapanmıştır (Sinematek, 2023). 2017 yılında Kadıköy Belediyesi’nin desteği ve proje için mekân temini ile Sinematek/Sinema Evi’nin temelleri atılmış ve bir dönemin sinema hayatına yön vermiş bir mekân yeniden İstanbul sinema sahnesine katılmıştır. Tüm bu sinema mekanlarının arasında tüm seçkisini “arthouse” filmlerden kuran ve bilet satışı ile ayakta kalan tek bireysel ticari sinema salonu işletmesi Kadıköy Sinemasıdır.³ Sadece film gösterimleri için yaratılmış bir salon olmasıyla alternatiflerinden ayrılarak hem izleyici hem de İstanbul sinema kültürü için önemli bir yer tutmaktadır. İstanbul arthouse sinema kültürü kendi varoluş alanlarını yaratmaya devam ederken 2020 yılının ilk aylarıyla COVID-19 pandemisi tüm dünyayı etkisi altına almıştır ve sinema beraberinde getirdiği zorunlu kapanmalarla beraber sinema sektörünü neredeyse durma noktasına getirmiş ve seyir deneyimini “zorunlu” dijitalleşme ile karşı karşıya bırakmıştır.

COVID-19 pandemisinin etkisiyle özellikle sinema seyircisi olmak üzere sinema verilerinde ciddi azalmalar yaşanmıştır.⁴ 2021 yılı itibariyle sinema salonları açık olsalar

³ Salon işletmesinin aynı zamanda mekân sahibi olması sinemayı bireysel işletme kategorisine sokmakta ve bilet satışı ile devamlılığını sağlıyor olması onu bir ticari sinema yapmaktadır. Ancak Kadıköy Sineması İstanbul’da arthouse filmlere ulaşabileceğiniz tek mekân değildir. Yukarıda saydığımız mekanlar dışında yıl boyunca pek çok açık hava gösterimi gerçekleşmekte ve kimi zaman belediyeler tarafından fonlanan bu etkinliklerde arthouse filmler düşük bilet fiyatları veya ücretsiz şekilde izleyici ile buluşabilmektedir. Arthouse filmlerin dağıtımına odaklanan Başka Sinema, güncel olarak İstanbul’da 15 farklı mekanda gösterim yapmaktadır (baskasinema.com, 2023) Bunun yanında CGV Mars Group, CGV Arthouse adında belirli salonlarında (konum bazlı) sadece arthouse filmlere ayrılmış bir salon bulundurmaktadır. Kadıköy Sineması bireysel bir işletme olması, mahalle içerisinde konumlanması ve tüm seçkisini arthouse filmlerden oluşturması ile farklı bir alan oluşturmaktadır.

⁴ 2018 yılında Türkiye genelinde 2858 sinema salonu bulunurken bu sayı 2020 yılında %4,5 azalarak 2698’e inmiştir. Türkiye genelinde sinema salonu sayısı 2021 yılında, 2020 yılına göre %11,1 azalarak 2 bin 398 olmuş ve yine aynı dönemde sinema salonlarındaki koltuk sayısı %10,3 azalarak 285 bin 130 olmuştur (TÜİK, 2022). Bununla beraber sinema seyircisi sayısı 2020 yılında, 2019 yılına göre %69,5 azalarak 17 milyon 226 bin 952 kişi olmuştur (TÜİK, 2021). 2021 yılında düşüş devam ederek bir önceki yıla göre %27,9 azalarak 12 milyon 418 bin 777 kişi olmuştur (TÜİK, 2022).

ve pandemi sebepli zorunlu kapanmalar bitmiş olsa da pandeminin etkileri devam etmiş, seyirci henüz kamusal alanda güvende hissetmeye başlamamıştır. 2022 yılına dair resmi TÜİK verileri yayınlanmamış olmasına rağmen Box Office Türkiye verilerine göre 2022 yılı Türkiye’de seyirci sayısında yaklaşık %50’lik bir artış olmuştur⁵ (Boxofficeturkiye.com, 2023). Bunda büyük stüdyoların ve yapımcıların pandemiden “çıkış” için önemli projelerini sinema salonlarında gösterime sokmaya başlaması önemli bir etkidir. Ancak pandemi sürecinin, halihazırda 2000’li yılların ortalarından itibaren hayatımızda yer edinmeye başlayan online platformların ve online seyir deneyiminin yerini sağlamlaştırmış olduğu aşikardır.

Filmlerin çevrimiçi olarak sunulması, filmlerin basit ve erişilebilir akışına dayanan yeni film dağıtım modellerine dayanırken çok sayıda Video on Demand (VOD) devinin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Sadłowska vd. 2019, 412). Bunların başında 2022 yılında dünya genelinde 231 milyon kullanıcı sayısına ulaşmış “Netflix” (Statistica, 2023) ve ardından “Amazon Prime Video”⁶ gelmektedir. Henüz Kasım 2019’da yayın hayatına başlamış olan Disney+’ın⁷ yalnızca üç sene içerisinde pazar devlerinden biri haline gelmesi ise online streaming platformların son yıllardaki yükselişinin ve yaygınlığının kanıtı niteliğindedir. VOD sistemlerinin en büyük rekabet avantajlarından biri basit olmalarıdır. İstenen bir film başlığına erişmek için tüketicilerin televizyonlarında veya bilgisayarlarında sadece birkaç tıklama yapmaları yeterlidir. Ayrıca, herhangi bir zamanda duraklatma, geri sarma ve ileri sarma olanağı sunarak izleyiciye seyir deneyimini kontrol etme olanağı verir (Rizzuto ve Wirth, 2002). Türkiye’de Netflix, Disney+, Prime Video, MUBI, GAIN, Exxen, BluTV en sık tercih edilen online streaming platformlarını oluşturmaktadır. Bu uygulamalar bilgisayar, televizyon, cep telefonu, tablet vb. internet erişimi olan aygıtlar üzerinden erişime açık olup seyirciye zaman ve mekân fark etmeksizin seyir deneyimi yaşatabilirler. Bunun dışında torrent programları, online dizi siteleri pek çok yerde yasal olmamakla beraber ücretsiz erişime açık alanları oluşturmaktadır.

⁵ Seyirci sayısı 18 milyon 614 bin 237 kişi olmuştur.

⁶ 200 milyon kullanıcı (searchlogistics, 2023)

⁷ 164,2 milyon kullanıcı (Statistica, 2023)

Buradaki kısa özetten de anlaşılacağı üzere sinema deneyimi günümüzde pek çok farklı şekillerde karşımıza çıkmaktadır. Başlangıç yıllarında farklı toplumsal kesimlerin bir arada olduğu ucuz bir eğlence aracı olması özelliğiyle Hauser (1984) tarafından demokratik bir sanat olarak nitelendirilen sinema, 90'lı yıllarda lüks bir tüketime dönüşmüş ve sinemaya gitmek kültürel bir olgu haline gelmiştir (Ayça, 1993). Gerek ekonomik koşullar gerek şehrin değişen yapısına paralel olan farklılaşan sinema salonları, salon seçimini bir kimlik meselesi haline getirmekte ve seyircinin farklı sosyokültürel ve sosyoekonomik koşullara göre ayrışmasına da yol açmaktadır. Bu noktada bu tez kapsamında Türkiye'deki bağımsız sinema kültürü, arthouse film seyircisi olmak, dijital platformların seyir kültürüne olan etkisi ve sinemanın sosyoekonomik düzen içindeki yeri anlaşılmalı çalışılmıştır.

Tez çalışmasında metodolojik olarak anket ve derinlemesine görüşme bir arada kullanılmıştır. Bu sayede çok sayıda katılımcı ile gerçekleştirilecek anket çalışmasıyla kurulan genellemelerin yanında derinlemesine görüşmeler ile araştırmaya derinlikli bir bakış sağlanmış olacaktır. Seyirci odak noktasına alındığı için ilk olarak Kadıköy Sineması'nın seyircilerine anket uygulanmıştır. Anket 42 çoktan seçmeli sorudan oluşmaktadır. İçerisinde seyircinin seyir pratikleri (seyir sıklığı, pandemi ve öncesi sinema salonunda film izleme sıklığı, kullandığı streaming platformları, tercih ettiği salonlar ve nedenleri vb.), film festivalleri ile olan ilişkileri (pandemi öncesi ve sonrası dönem, takip sıklıkları, izledikleri film sayısı, gösterime gittikleri ve tercih ettikleri salonlar, festival haberlerini takip ettikleri platformlar vb.), filme gitme ritüelleri ve pratikleri (yalnız veya birileriyle izlemek, film gösterimi öncesi veya sonrası yapılan etkinlikler, seçkiyi önceden veya sinema salonunda planlamak vb.) son olarak ise Kadıköy Sineması ile olan ilişkilerini anlamaya yönelik sorular sorulmuştur. Salonun film seçkisi de göz önünde bulundurularak sorulan sorular arthouse sinema izleyicisi hipoteziyle yapılandırılmıştır, bu sebeple arthouse sinemaya erişimin en kolay ve kompakt yaşandığı film festivalleri araştırmanın önemli bölümlerinden birini oluşturmaktadır. Bunun dışında ana akım ve alternatif filmlerin ve gösterimlerin seyirci arasında dikkate değer bir ayırım yaratıp yaratmadığı ve seyircinin kendi kategorizasyonları ölçülmeye çalışılmıştır. Anket soruları QR kod şeklinde sinema salonunun fuaye alanına ve bilet kabinine asılmış, bu sayede salona giden izleyici

kitlesine ulaşılmak hedeflenmiştir. Buna paralel olarak anket, Instagram ve Twitter gibi sosyal medya platformlarından paylaşılmış ve kar topu rneklemi yöntemi kullanılarak hedef kitleye ulaşılmaya çalışılmıştır. Anket sorularının olduğu formun sonuna derinlemesine görüşme yapmak isteyen izleyicilerle görüşmeler yapılacağı ibaresi konulmuştur. Yapılan görüşmeler yüz yüze ve Zoom üzerinden görüntülü bir Şekilde gerçekleşmiş olup, görüşmelerden alıntılar anonim olarak kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerin amacı seyircilerin kendi cümlelerini duymak olup, seyircinin kendi kurduğu cümleler ile sinema ve sinema salonuyla olan ilişkisi anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu açıdan derinlemesine görüşmeler daha çok görüşmecinin öznel sinema pratikleri üzerinden Őekillendirilmiřtir. Ancak görüşmecilerin filme gitme deneyimleri üzerinden Şehir ve sinema ilişkisi de anlaşılmaya çalışılmıştır. Toplamda 237 kişiyle anket çalışması gerçekleştirilmiş olup 17 kişiyle derinlemesine görüşme yapılmıştır. Derinlemesine görüşme yapılacak kişilere anket üzerinden ulaşılmıştır. Anket çalışmasının sonunda çalışmanın devamında derinlemesine görüşme yapılacağı bilgisi verilmiş ve katılmak isteyen kişilerin mail adresleri istenmiştir. İlk olarak bu mail adresleri tasnif edilmiş ve seyircinin salonla kurduğu maddi ve manevi ilişkiyi daha iyi anlayabilmek adına salonun fiziksel olarak hayatımızda olmadığı dönemde gerçekleştirdiği “Koltuk Destek Kampanyası”na destekte bulunmuş katılımcılara öncelik verilmek istenmiştir. Bu durumda ilk etapta destekte bulunan gönüllü katılımcılarla mail yoluyla iletişime geçilerek görüşmeye çağırılmışlardır. İlk mail çağırısı ile 8 kişiye ulaşılmış olup bu sayı ne yazık ki ileri denemelerde azalarak devam etmiştir. Kadın ve erkek katılımcı sayısında denge gözetilmiş olup (9 erkek, 8 kadın katılımcı), yaş konusunda ne yazık ki beklenen ve istenen heterojenliğe ağrılarımızın sonuçsuz kalmasıyla ulaşılamamıştır. Anket çalışmasının analizi için Qualtrics, derinlemesine görüşmelerin tasnifi için ise MAXQDA kullanılmıştır. Görüşmelerden kullanılan anonim alıntılar erkek görüşmeciler için “E” kodu ile, kadın görüşmecilerimiz için “K” kodu ile sınıflandırılmıştır.

Metodolojinin ardından tezin teorik alt yapısını oluşturan Bourdieu sosyolojisi ve tez boyunca kullanacağımız temel kavramlar habitus, alan ve farklı sermaye türlerini ayrıntılı bir Şekilde ele almak gerekmektedir.

1.2. Araştırmanın Kavramsal Çerçevesi

Bu bölümde tezin kavramsal çerçevesini oluşturan Bourdieu sosyolojisine ve alan-sermaye-habitus ilişkisine bakılacaktır. Bourdieu, sosyal alanlar ve kültürel sermaye teorisi üzerine yaptığı çalışmalarla ve belki de en çok Fransız kültürüne ilişkin kapsamlı etnografik çalışması "Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi (*La Distinction: Critique sociale du jugement*)" adlı kitabıyla tanınmaktadır. *La Distinction*'da (1984) Fransa'nın sınıfsal yapısıyla ilişkili olarak beğenin oluşma ve yeniden üretilme biçimlerini analiz eder. Bourdieu'nün çalışma boyunca farklı temaları keşfetmek için kullandığı başlıca teorik araçlar habitus, pratik, alan ve "kültürel, ekonomik, sosyal ve sembolik" olarak adlandırılan farklı sermaye biçimleridir (Power 1999, 48). Bourdieu sosyolojisinde alan, sermaye ve habitus kavramları birbiriyle ilişkilidir ve bir bireyin sosyal konumunu ve fırsatlarını şekillendirmek için birlikte ele alınır. Bu bölümde habitus, alan ve sermaye kavramları incelenecektir.

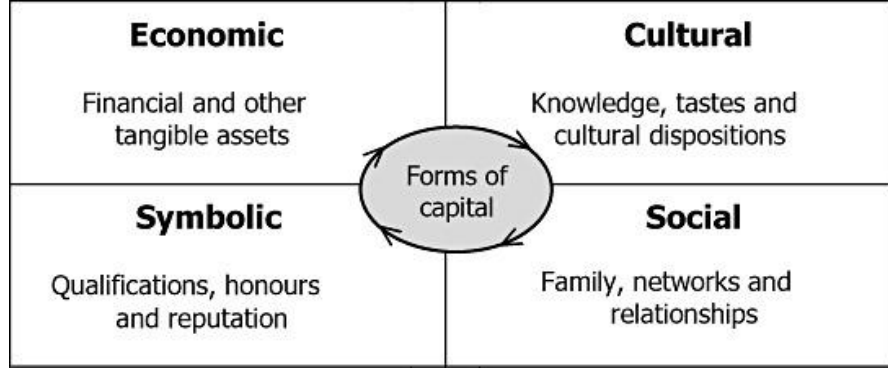
Habitus, sosyal yapıların ve tarihin bireylerde somutlaşmasını tanımlamanın bir yoludur hem dış sosyal yapıları yansıtan hem de bireyin dünyayı nasıl algıladığını ve içinde nasıl hareket ettiğini şekillendiren, bireye içkin bir dizi eğilimdir (Power 1999, 48).

"Habituslar ayrı ve ayrıştırıcı pratikler doğurur -bir işçinin yediği şey, özellikle de yeme biçimi, yaptığı spor ve yapma biçimi, siyasal kanaatleri ve bu kanaatleri ifade etme biçimi sanayici patronun bunlara tekabül eden tüketimleri ve etkinliklerinden sistematik olarak farklıdır; ancak bunlar, aynı zamanda da sınıflandırıcı şemalardır, farklı sınıflandırma ilkeleri, farklı görü ve bölünme ilkeleri, farklı zevklerdir. İyi ile kötü olanın, güzel ile çirkin olanın, saygın ile kaba olanın, vb. arasında farklılıklar görürler ama bunlar aynı farklılıklar değildir. Örneğin, aynı davranış ya da aynı eşya birisine saygın, diğerine fazla iddialı ya da gösterişli, bir üçüncüye de çok kaba görünebilir (Bourdieu 1995, 23)."

Habitusla somutlaşan sosyal yapılar davranışın kendisini belirlemese de birey kendisini şekillendiren sosyal yapılara uygun hareket etmeye yatkındır, çünkü aslında bu sosyal yapıları kendisiyle birlikte taşır. Çocuklukta aşılana "birincil habitus" daha sonra öğrenilen ve edinilen "ikincil habitus"ten çok daha dayanıklıdır ve bilinçdışı bir şekilde içselleştirilmiştir. Çocuklukta edinilen eğilimler "bedeni tam anlamıyla şekillendirir ve ikinci doğa haline gelir... bilinç öncesi bir şekilde çalışır ve bu nedenle bilinçli yansıma ve değişikliğe kolayca uygun değildir." (Thompson 1991, 12-13). Habitusu oluşturan

eğilimler de yapılandırılmıştır ve kaçınılmaz olarak içinde oluştukları sosyal koşulları yansıtırlar. Habitusun sınıfsallığı da buradan gelir. İşçi sınıfı bir ailede büyüyen bir bireyin habitusu, benzer bir coğrafi bölgede işçi sınıfı ailelerden gelen diğer bireylerin habituslarına benzer olma eğilimindedir ancak en azından bazı yönlerden orta sınıf aile geçmişine sahip olanlardan farklı olacaktır. Birey çocukluğunda parçası olduğu sınıftan ayrılrsa, sınıf değişirse bile mimikleri, aksanı, beden dili, tepkisel davranışları vb. geçmiş sınıfını ele verebilir. Tüm bu açılardan habitus, eylemin şekillenmesinde ve üretilmesinde etkilidir ancak onu belirlemez. Bourdieu'nün eylem modeli sadece habitustan ibaret değildir: “eylemi habitus, sermaye ve alan arasındaki ilişkinin bir sonucu olarak kavramsallaştırır... Pratikler ne habitusa ne de alana indirgenmelidir, ancak her ikisi tarafından temsil edilen ilişkiler kümesi tarafından zamanın her noktasında kurulan "karşılıklı ilişkiden" doğar (Swartz 1997, 141- 142).” (Power 1999, 50)

Bourdieu dört ana sermaye tipinden bahseder: ekonomik, sosyal, kültürel ve sembolik. Ekonomik sermaye, iş ve finans gibi ekonomik alanlarda avantaj elde etmek için kullanılacak para ve diğer ekonomik kaynakları ifade eder. Sosyal sermaye, siyaset, hukuk veya eğitim gibi sosyal alanlarda avantaj elde etmek için kullanılacak sosyal ağları, bağlantıları ve ilişkileri ifade eder. Sembolik sermaye ise, bir bireyin kültürel sermayesine, sosyal sermayesine veya belirli bir alandaki diğer sermaye biçimlerine atfedilen “değeri” ifade eder. Sembolik sermaye tanınma, prestij veya onur şeklinde olabilir ve bir bireyin bir alandaki konumunu geliştirmek için kullanılabilir. Son olarak kültürel sermaye, sanat, akademi ve gazetecilik gibi kültürel alanlarda avantaj elde etmek için kullanılacak bilgi, beceri ve diğer kültürel varlıkları ifade eder (Bourdieu 1984, 18-21). Bourdieu kültürel sermayenin üç biçimini ayırt eder: “...bedenlenmiş (*embodied*) durum, yani zihnin ve bedenin uzun süreli eğilimleri biçimi; nesnelleşmiş (*objectified*) durum, kültürel mallar biçimi (resimler, kitaplar, sözlükler, aletler, makineler, vb.) ... ve kurumsallaşmış (*institutionalized*) durum, eğitim nitelikleri gibi şeylerle sonuçlanan bir nesnelleşme biçimi. (Bourdieu 1983, akt. McCall 1992, 843)”. Bourdieu’ya göre “kültürel sermayenin aktarım mantığı”, eğitim ve aileden aktarılan kültürel sermayelerin birleşiminden oluşmaktadır (2017, 41).



Şekil 1: Bourdieu'nun Sermaye Kavramı

(Maclean vd. 2006, 29)

Sermaye Bourdieu'nün sınıf anlayışının da merkezinde yer alır. Bourdieu için, "sınıf" olarak adlandırılan üç boyutlu alanı tanımlayan, sosyal tabakalaşmanın yanı sıra sermayenin toplam hacmi ve bileşimidir (Swartz 1997 akt. Power 1999, 50). Örneğin habitus ile kültürel ve ekonomik sermayeye sahip olmak, bireylere farklı alanlardaki kaynaklar ve statü için rekabette avantaj sağlayabilir. Aynı zamanda, her bir alandaki baskın gruplar, güçlerini kendi hakimiyet konumlarını pekiştirmek için kullanabilir ve diğerlerine sunulan fırsatları sınırlandırabilir.

“Her maddi miras, aynı zamanda kültürel bir mirastır. Ve aile malları sadece soy ağacının fiziksel olarak eskiliğini ve sürekliliğini tescilleme işlevine sahip olmakla kalmaz, bunun yanı sıra ailenin zamanda süreklilikten ayrılamaz olan toplumsal kimliğini de benimsetir; aynı zamanda ailenin ahlaki yeniden üretimine, yani burjuva hanedanlığına meşru mensubiyetine temel oluşturan değerlerin, erdemlerin, becerilerin, aktarımına da katkıda bulunur.” (Bourdieu 2015, 121)

“Alan”lar, belirli sermaye türleri etrafında örgütlenmiş, baskın ve ikincil konumlardan oluşan yapılandırılmış alanlardır. Alan, farklı sermayeler olmadan var olamaz. Alanlar, “malların, hizmetlerin, bilginin veya statünün üretim, dolaşım ve temellük alanlarını ve aktörlerin bu farklı sermaye türlerini biriktirme ve tekelleştirme mücadelelerinde sahip oldukları rekabetçi konumları ifade eder.” (Swartz 1997, 117). Ne kadar farklı sermaye ilişkisi varsa bir o kadar da farklı alan mevcuttur. Tüm bu açılardan alan, sermaye ve habitus arasındaki ilişki oldukça kompleks bir yapıda birbirinden beslenerek, ayrışarak ve birbirinin içine geçerek var olur. Her alan, “kendine özgü bir oyun sistemi barındırmaktadır, bireylerin alanlar içerisindeki etkisi onların alana ait oyunun kurallarına ne derece bağlı olduğuna göre” farklılık göstermektedir (İpek 2019, 22). Bu kurallar

üzerindeki bilgi ise bireylerin habitusüne ve sahip oldukları farklı sermaye biçimlerine bağlıdır. Bourdieu'ya göre “belirli bir alanda var olmayı sağlayan şey” sermayenin yapısına ve alanla olan uyumuna bağlıdır (Bourdieu ve Wacquant 2016, 82).

Sinema salonlarını bir “kültürel alan” olarak ele aldığımızda tarihsel olarak sinema deneyiminin ilk yıllarında salon deneyimi, öncelikli olarak ekonomik sermaye ve ırk ayrımı üzerinden ele alınmıştır. Toplumsal tabakalaşmanın bir tezahürü de sinema salonu içerisinde kendisini göstermiştir. Ekonomik sermaye farklılıkları seyircinin salon içerişimdeki konumunu belirlemiş, aynı salon içerisinde farklı deneyimler yaşanmasına alan açmıştır. Bu açıdan mekânsal olarak farklı sosyal tabakaların bir aradalığı ile eşitlikçi bir alan kuran salon, deneyimlerin farklılaşması sebebiyle de sosyal ve ekonomik tabakalaşmayı destekler niteliktedir.

Seyircinin sınıfsal özelliklerine göre bilet fiyatlarına yansıyan “mevki”ler biçiminde sıralanarak film izlemesi, seyir dinamiği açısından “içeride” de kendini hatırlatan sınıf sorununu çağırıştırır ve bu da aynı zamanda sinema salonunun iinin sanıldığı kadar eşit olmadığını ve “dışarı”nı olduğu gibi “içeri”ye taşıyan sınıflı bir yapıyı öngören mekânsal bir düzenlemeye sahip olduğunu gösterir (Kirel 2012, 99).

Bu durum, Bourdieu'nun iddia ettiği şekilde toplumsal uzamda yer alan sermaye yapılarına bağlı olarak ortaya çıkan eşitsizliklerin sinema deneyimleri üzerinden yeniden nasıl üretildiğinin de bir göstergesi olarak okunabilir (İpek 2019, 29). Seyir deneyiminde kültürel sermayenin önem kazanmaya başlaması ise “sanat sineması” kavramının ortaya çıkması ve sanatsal üretimin öne çıkmasıyla beraber gelişir. Bu noktada sinema salonları hitap ettikleri sınıfa, coğrafi konumlarına ve seyirci tarafından konumlandırıldıkları yere göre özerk bir alan kurabilirler ve seyirci her yeni alan içerisinde “o alanın kurallarını” yerine getirerek süreci deneyimler. Seyircilerin habitus konusunda da altının çizildiği gibi alana özgü kuralları sinema salonları için de içselleştirerek uyguladıkları görülür (İpek 2019, 31). Bu bağlamda sinemaya gitme deneyiminin mekâna bağlı olarak değişiklik gösterdiği gözlenir: “merkezi ve daha “modern” bir görünüme sahip sinema salonlarının seyircisi de kendi kültürel ve ekonomik sermaye yapısına bağlı olarak daha “modern” bir görünüme sahip olmaktadır” (İpek 2019, 31). Sinema salonlarının kent merkezinde ya da çeperinde konumlanması, konumlandıkları yerler ve dışındaki mekânsal bölünmeler seyircilerin kültürel ve ekonomik sermayelerinden bağımsız düşünülemez.

Sinemanın mekânsal farklılaşması, seyir deneyiminin de farklılaşmasını beraberinde getirir, bu da seyircinin sinemayı farklı alanlarda farklı şekillerde deneyimlemesine ve her alan için farklı beklentilerinin olmasına sebep olur. Bu açıdan online film izlemek farklı sermaye ve habitus ilişkilerini de beraberinde getirir. Bu çalışmada fiziksel ve online seyircilik üzerine karşılıklı ilişki ağları sermaye, habitus ve alan çerçevesinde anlaşılmaya çalışılmıştır.



2. YENİ SİNEMA TARİHİ VE SEYİRCİ

Lumiere Kardeşler'in 1895 sonunda gerçekleştirdikleri ilk toplu gösterimden beri sinema, sosyal bir "olay" olarak seyircinin hayatında varlığını sürdürmektedir. Olaylar, tanım itibariyle öngörülemez ve yeniden üretilemez bir doğaya sahiptir ve onları "olay" yapan, her bir seferdeki farklı koşulların ortak bir sosyal bağlamda birleşmesinden doğan biriciklikleridir. (Allen 2011, 51) Çoğu film çalışmaları araştırmacısının büyük ölçüde dile getirilmeyen ve incelenmeyen varsayımı, sinema deneyimini soyut, metinsel etkileşimin bireysel eylemine indirgeyerek; olaysız, önemsiz ve tekrarlanabilir hale getirilebileceği olmuştur: önemli olan tek "olay" ekranda gerçekleşendir (Allen 2011, 51). Bu noktada film çalışmalarının özellikle tarih yazımında yaptığı şey belirli bir kesimin, belirli bir sürede belirli bir coğrafyada yaşadıklarını tüm bir sinema deneyimine ve tüm seyirci kitlelerine aynı olarak atfetmek olmuştur. Sosyal tarihin yerine seyircilik teorilerini koyan film çalışmaları, seyirci rolüne estetik, ideolojik ve cinsel olarak neyin dahil olduğunu kavramsallaştırmaya çokça zaman harcamasına karşın bu rolün herhangi bir örneğini belirleyen toplumsal önkoşulları büyük ölçüde keşfedilmemiş bıraktırmıştır (Maltby 2011, 13). Unutmamamız gereken şey sinemanın yıllar boyunca sosyal ve heterojen bir deneyim sunduğu olmalıdır. Bu noktada ön görülemez, yeniden üretilemez, heterojen bir "olay" olarak sinema deneyimi, "şeyleştirilmiş" bir seyirci kavramına indirgenemez ve diğer yandan, "film izleyicisi" ampirik tarihsel araştırmanın bir nesnesi olarak hizmet edemez (Allen 2011, 52). Bu haliyle sinema, hem bir rutin halini almasıyla seyircinin gündelik pratiklerinin bir parçasıdır hem de sinema deneyiminin her bir seyirci için biricik olmasıyla kendi konumunu oldukça benzersiz bir yere koymaktadır. Yerel basın üzerine yapılan ayrıntılı bir incelemede Amerika'daki küçük şehir ve kasaba sinemalarının 1910'lara kadar gazetelere reklam verme gereği bile hissetmediği ortaya çıkmıştır (Allen 2011, 53), kısacası sinema yaşam pratiklerinin bu kadar içinde bir eylemdir. Bu açılardan her seyirci topluluğunun kendi mekânsal konumlanmasında aynı deneyimi yaşadığını iddia etmek ve bunu tarihsel çerçeveden anlamlandırmaya çalışmak da oldukça zorlaşmaktadır. Özellikle 2000'li yılların başından itibaren sinema tarihinde yeni bir araştırma alanı ortaya çıkmıştır. Bu yeni tarih yazımında araştırmacılar, filmin ve aygıtın kendisini ele almaktan çok sinemayı sosyal ve kültürel paylaşımın yapıldığı bir alan olarak incelemeye başlamışlardır (Maltby 2011, 3). Farklı alanlardan

araştırmacıların çalışmalarıyla olgunlaşan bu alan tarih, coğrafya, sosyoloji, antropoloji, kültürel çalışmalar ve film ve medya çalışmalarını da içeren kompakt bir alana evrilerek bugün adına “Yeni Sinema Tarihi” (Bowles vd. 2012) dediğimiz disiplinin de tohumlarını atmıştır.

“Yeni Sinema Tarihi” çerçevesinde sinemanın sosyal ve kültürel önemi, sosyal tarih, ekonomi, antropoloji ve nüfus çalışmaları perspektifinde filmin istihdam şekilleri, kentsel gelişim, ulaşım ve eğlence şekillerinin dünya genelindeki dağıtımına olan etkisiyle ele alınmaya başlandı (Maltby 2011, 9). Bu açıdan yeni sinema tarihi, aygıt odaklı sinema tarihi yazımına seyircinin sosyo-kültürel tarihi ve sinemanın ticari bir kurum olarak varoluğu gibi alternatif alanlar açmıştır. Var olan tarih yazımının içine küresel çapta üretim koşullarını, zanaatı, teknik yenilikler ve gelişmeler ile bugünkü film üretim endüstrisini nitelendiren çoklu ve karşılıklı ilişkilenmiş kültürel organizasyonları da katmıştır (Maltby 2011, 9). Yıllarca belirli alımlama süreçleriyle tanımlanmış ve tek tipleştirilmiş “seyirci” stereotipi sonunda kendi “znel” ve “biricik” sesini duyurabilecek bir alan bulmaya başlamıştır.

Aynı zamanda, yeni sinema tarihi, izleyici deneyiminin incelenmesinde önemli olanın "alımlama" (*reception*) ile sınırlandırılması gerektiği varsayımına bir karşı-öneri sunar (Maltby 2011, 9). Kate Bowles'un ne sürdüğü gibi, film çalışmaları izleyicilerini çoğunlukla film metinlerinin esir (*captive*) ve esir edilmiş (*captivated*) yaratıkları olarak hayal etmiştir (Bowles 2009, 84). Ancak sinema seyircileriyle yapılan sözlü tarih çalışmaları, bize sinema sirkülasyonunun aile, iş yeri, mahalle ve toplum devamlılığı içerisinde var olduğu ve sinemaya gitme deneyiminin mekâna özgü bir özelliği olduğunu da gösterir. Sinemaya gitmeyle ilgili sözlü tarih araştırmalarından ortaya çıkan en çarpıcı bulgulardan biri, görüşmecilerin sinemaya ilişkin anılarının, izledikleri filmlerden çok sinemaya gitmenin toplumsal edimi etrafında döndüğü boyutudur (Kuhn 2002, 84). Annette Kuhn (2002), 1930’lu ve 40’lı yıllarda İngiltere’de sinemaya gitme deneyimlerine odaklandığı alışması “*An Everyday Magic: Cinema and Cultural Memory*”de yaptığı görüşmelerde sinemanın günlük ve haftalık yaşamın kalıpları ve ritimleriyle ilişkili sosyal bir pratik olduğu sonucuna varmıştır. Kuhn, 1930’lar kuşağı ile yaptığı bir çalışmada sinema hafızasının üç tip veya modeli olduğundan bahseder,

bunlar: hatırlanan sahneler veya görüntüler (*Type A*); filmlerin yerleşik anıları (*Type B*); ve son olarak, sinemaya gidiş anıları'dır (*Type C*). Bu üç tip birbirinden ayrı değil aksine birbiriyle iç içe geçmiş bir halde karşımıza çıkar. Ancak çalışmanın öne çıkan sonuçlarından biri şudur ki: araştırma boyunca görüşülen 1930 kuşağı için gündelik hayatın bir parçası olarak sinemaya gitmek, film izlemenin kültürel boyutundan daha önemli bir etkiye sahiptir. (Kuhn 2002, 93) Bu açıdan sinemaya gitmek, günlük hayatın bir parçası, kolektif bir etkinlik ve tekrara dayalı bir eylem olarak karşımıza çıkar. Bu durum sadece film, metin ve aygıt etrafında geliştiği düşünülen sinema ve seyirci ilişkisinde iddia edilenin aksine *filmin* ön planda olmadığını; filmin izlendiği mekânın ve sosyal bir eylem olarak sinemaya gitme eyleminin uzun süre izleyicinin zihninde var olmaya devam ettiğini gösterir.

Ancak “seyirci” gibi muğlak bir kavramın nasıl tanımlanacağı her zaman bir sorun olmuştur. İzleyici kavramı yıllar boyunca pek çok değişimden geçmiştir. Farklı dönemlerdeki farklı seyircilik şekilleri üzerine en çok tartışılan konulardan biri de “iyi” ve “kötü” seyirci sorunsalıdır. Sanayi öncesi toplumda, politik söylem ve ifadenin bir parçası olarak kabul edilen “kalabalık topluluklar” yetkililer ve elitler tarafından bir tehdit olarak görülmez ve hatta grupların hareketleri bir ritüelin parçası olarak görülür: hem yetkililer hem de göstericiler yapması gerekenleri oldukça iyi bilirlerdi. Ancak modern topluma geçişle beraber “kalabalık gruplar” alt sınıf, çete ve kargaşa çıkarıcı olarak görülüp kamusal düzene bir tehdit olarak ele alınmışlardır. (Butsch 2007, 293). Bu durum yeni bir seyirci tanımına ek olarak salon içerisinde mimari düzenlemeleri ve oyunların yapısında değişikliği de beraberinde getirmiştir. Artık seyircinin performansa müdahale etmesi bir hak olmaktan çıkar ve hatta kolektif eylemler “suç komplosu” olarak nitelendirilmeye başlanmıştır (Butsch 2007, 295). Bu durum seyircinin kalabalık grubun bir parçası yerine birey olarak davranması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Seyircinin bireyselleşmesi mimarı değişiklikleri de beraberinde getirmiştir. Çoklu koltuklar yerini tekli koltuklara bırakır ve seyircinin topluluktan bireyselliğe geçişinin sembolik tanımı yapılmış olur. Yeni koltuk düzeni ve ışıklandırma seyirciyi sembolik ve yapısal olarak disipline sokma aracı olarak kullanılmıştır (Butsch 2007, 296).

Sinema endüstrisi için ise karanlık ve dördüncü duvar stilistik tercihler değil, aksine teknolojik bir gereklilik olarak karşımıza çıkmıştır. Canlı performansın yerini filme bırakması seyircinin etkileşime girebileceği bir oyuncunun kalmaması ve filmin seyirciyi “hikâyenin içerisine çekme” gücü toplumsal izleyicilikten bireysel izleyiciliğe geçişte belirleyici bir rol üstlenmiştir (Butsch 2007, 297). Ancak sinemanın seyirciyi “büyüleme gücü” iddiası sinemanın da kendi “iyi” ve “kötü” seyirci ayrımını beraberinde getirmiştir. Özellikle film tarafından “büyülenmiş” ve yönlendirilmelere açık seyirci fikri üzerine bolca tartışılan bir konu haline gelmiştir.

Sinema tarihinde iki tip izleyici kavramı baskın bir şekilde karşımıza çıkmaktadır: ilki, genellikle yalnızca hipotezler veya yazarın varsayımlarının ve önyargılarının yansıması olan tercihler ve tepkilerle yaratılan “onlar” ve “biz” tarafından *hayal edilen izleyici*; diğeri ise film endüstrisi için baskın “izleyici” kavramı haline gelen kabuller veya gişe gelirleri açısından kaydedilen *ekonomik veya istatistiksel bir izleyicidir* (Christie 2012, 11). Bu nedenle, film üzerine yazılanların çoğu, bu hayali bütünlük içindeki "izleyici" ya da sosyolojik olarak türetilmiş alt gruplara atıfta bulunur: kadın izleyici, gey izleyici, çocuk izleyici vb. Bu soyutlama, film çalışmalarının, kendi psikoseksüel işleyişi tarafından yaratılan, sosyal tarihin üzerinde konumlanan ve aynı film nerede olursa olsun semptomatik olarak hemen hemen aynı şekilde tezahür eden varsayımıyla hayali bir izleyici yaratır. (Maltby 2011, 13) Herbert Blumer seyircinin özdeşleşme halini “duygusal ele geçirilme” (*emotional possession*) konseptiyle ele almış ve seyircinin kendisini filmin ve/ya hikâyenin içerisinde mantıklı düşünemeyecek bir boyuta gelene kadar kaybettiği fikrini öne sürmüştür. (Blumer 1933, 74) 1920 ve 30’larda yapılan çalışmalarda özellikle ekonomik olarak dezavantajlı mahallelerde yaşayan işçi sınıfı gençlerin ve göçmenlerin filmin etkilerine fazlaca açık olduğu ve izledikleri filmlerin etkisinde kalarak suça teşvik edildikleri sonucunun üzerinde durulmuştur. Buna ek olarak Blumer filmlerin etkisinin “kültürlü sınıflar” üzerinde daha az ancak ekonomik olarak dezavantajlı olarak tanımladığı “düzensiz bölgelerde” daha çok olduğunu iddia etmiştir (Blumer 1933, 127,193,197) Butsch’a göre çalışma boyunca Blumer seyirciyi çevresinden ve sosyal ilişkilerden kopuk bir birey olarak ele almış ve toplumun ve sosyal grubun etkilerini göz ardı etmiştir (Butsch 2007, 301). Bu durum seyircinin bir topluluğun parçası olarak değil, tamamen izole edilmiş olarak konumlandırılmasına yol açmıştır.

Ancak sinemanın modern bir araç olarak gelişimine paralel olarak, film çalışmalarının psikoloji, antropoloji ve sosyoloji bilimleriyle iç içe geçmesiyle beraber üçüncü bir kavram olarak “*bireysel izleyici*” (*individual audience*) ortaya çıkmıştır (Christie 2012, 11). Bu seyirciyi pasif konumlandıran bakış açısından çıkmayı ve seyircinin aktif izleyici konumuna yerleşmesini de beraberinde getirmiştir. Bu aktif konum içerisinde seyirci, kendi konumunun seyirci olarak farkındadır ve filmin bir tutsağı değildir aksine film ve metin ile karşılıklı bir ilişki içerisinde kalacak özgürlüğe sahiptir. Filmden çıkarılacak anlamlar, film metninin temel bir özelliği olmaktan çok, izleyicinin okumasının ürünleri olarak görülür.

Seyircinin kendi konumunun farkında olması fikri seyircinin bireyselliği ile birleştiğinde seyirci üzerine genel geçer kurallar da bir nevi ortadan kalkar. Her filmin algılanış ve alımlanış hali her seyirci için farklıdır, üstelik aynı filmin aynı seyirci için farklı koşullardaki alımlanışı dahi farklıyken seyircinin genel bir varlık olarak değerlendirilmesi fikri geçerliliğini yitirmiştir. Sinema hatıraları, diğer hafıza metinleri gibi, “insanların yaşadıkları hayat hakkında birbirlerine anlattıkları hikayeleri yaratır, yeniden işler, tekrarlar ve yeniden bağlamsallaştırır” (Kuhn 1995, 165). Tüm bu yaratım, yeniden işleme ve bağlamsallaştırma süreçleri kamusal ve özel alanda sinemaya dair farklı süreçlere ve amaçlara hizmet eder. Bu noktada sinemanın, kamusal alandaki ticari mevcudiyeti yanı sıra seyircinin kişisel hafızası içerisindeki yeri unutulmamalıdır. Bu noktada “Yeni Sinema Tarihi”, film tarihinin, sinema deneyimini soyutlanmış, olaysız, bireysel bir metinsel katılım eylemine indirgenmesine karşıt bir alan açmıştır.

Bu açılardan “Yeni Sinema Tarihi” çalışma alanını, bu karşılıklı sosyal yapıyı anlamaya ve seyircinin, sinema gösterimine kendi bireysel ve kolektif toplumsal koşullarını da beraberlerinde getirdiği ve bu eğilimlerin izleyicinin yorumlayıcı tepkilerini koşullandırdığı ön kabulü ile daha küçük ölçekli “mikro” tarihsel, konum bazlı, “yerel” insanların “kendi” hikâyelerini odak noktasına alan etnografik bir yöne çevirmiştir. Her bir "yerel tarih" daha büyük bir resme ve Karel Dibbets'in “kültürel yaşamın altyapısı” (Dibbets 2007, akt. Maltby 2011, 13) olarak adlandırdığı daha karmaşık bir anlayışa katkıda bulunduğundan, bölgesel, ulusal ve kıtasal sınırlar arasında karşılaştırmalı analizi mümkün hale getirir. Bu haliyle yerel deneyimlere odaklanırken seyirci, içerisinde

bulunduğu sosyal koşullara ve karşılıklı ilişkilene biçimlerine bağlı bağlamdan ayrı düşünülemez. Etnografik sinema tarihi sıklıkla bu karmaşık ilişkilerin bir haritasını sinema deneyiminin parçası olarak görür. Yerel sinemanın gündelik doğasına ilişkin yakın tarihsel araştırmalar bireylerin ve toplulukların ekranlarını işgal eden geçici içeriği yerel kaygıları ve topluluk deneyimleriyle nasıl birleştirdiğini ve barındırdığını ortaya koymaktadır (Maltby 2011, 14). Bu noktadan film sadece beyaz perdede kalan ve biten bir yapı değil, aksine toplumsal sürecin devamlılığında kendine farklı şekillerde yer bulan bir yapı sunmaktadır. Metodolojik olarak film tarihi üzerine genel geçer kurallar koymaktansa tek bir deneyimin detayına odaklanmak bizlere genel olarak seyirci deneyimi hakkında daha fazla fikir verir. Kısacası ne kadar çok küçük ölçekli odak çalışmalar yapılırsa, genel bir anlatı kurulması o kadar kolay olur. Bu görüşle paralel olarak Özön seyirciyi hiçbir sinemacının anlayamadığı meçhul bir kavram olarak ele alır ve seyirci dediğimiz kitleyi sürekli değişime ve gelişime açık bir yerde konular:

“Seyirci, hiçbir vakit bağdaşık bir kütle değildir, aksine, duyusu, görüşü, zevkleri birbirine hiç benzemeyen çeşitli topluluklardan meydana gelir; aynı süre içinde bu kadar değişik topluluklara ayrılan seyirci kütlesi, öte yandan sürekli bir değişme ve gelişme içindedir; toplumdaki çeşitli etkenler (siyasal gelişmeler, endüstrileşme, göçler, işsizlik, iktisadi sıkıntılar...) bu kütleyi biçimden biçime sokar; eğitim ve öğrenim, sinema zevkinin gelişmesi, seyirciyi bir topluluktan ötekine iter...” (Özön 2013, 249)

Bu noktada aslında bu çalışma boyunca odaklanacağımız “toplumsal” izleyicilik kavramından bahsedeceğiz. Günümüzde de çokça kabul gören bu izleyici profilinde seyirci artık bir kalabalığın parçası olarak değil “kamusal alan”ın bir parçası olarak görülmektedir. Habermas’ın kamusal alanında var olan seyirci entelektüel, estetiksel, sosyal ve politik olarak kültürlü, aktif, düşünceli ancak asi ve isyankâr olmayan burjuva karakterli bir izleyici anlamına gelmektedir. Burada seyirci filmi yalnız başına izler, filminden kendi sonucunu çıkarır ve daha sonra kişisel düşünceleriyle parçası olduğu tek bir grup olarak cevap verir (Butsch 2007, 304). Habermas’ın felsefesinde kamusal alan, bireylerin özel alanlarından çıkarak eşit yurttaşlar olarak tartışmaya katılabildikleri, toplumsal, kültürel ve politik her türlü mesele üzerine söz söyleyebildikleri, özgür tartışmanın alanı olarak tanımlanır (Torun, 2020). Burjuva toplumuna özgü tarihsel bir kategori olarak ortaya çıkan ve gelişen bu alan Avrupa için aristokrasiden demokrasiye geçişte önemli bir yer tutmaktadır. Miriam Hansen, Habermas’ın “kamusal alan” kavramını sinema seyircisini tanımlamak için kullanır; sinema seyircisini bir insan

kalabalığı olarak değil, halk olarak ele alır. Ona göre ilk olarak “nickelodeon”lar işçi sınıfı ve kadınların yüksek otoriteler ve üst sınıfların kontrolü olmadan otonom olabildikleri ve sosyalleşebildikleri kamusal alanlar yaratmıştır. Ancak nickelodeonlarda politik tartışmaların yapılabiliyor olmasına rağmen sosyal statü açısından bir heterojenlik sunmadığı düşünülünce onların da kamusal alanı yaratmada sınırlı kaldığı söylenebilir. Ve hatta, seyircinin sosyalliğini ve halk (*public*) yerine bir topluluk (*community*) oluşturabilmesini sağlayan da bu homojen dağılımdır (Butsch 2007, 304). Hauser ise sinemayı demokratik bir alan olarak nitelendirilir. (Hauser 1984, 420) Sinema salonlarındaki insanları birleştiren unsurlar olarak şunları sayar:

“Bu insanlar arasındaki tek bağ, sinema salonlarını doldurmaları ve yeniden kişisel biçim kazanamamış birer birey olarak, toplumun içine tekrar katılmalarıdır. Sinema seyircisinin bu karışık, mafsallanması eksik, şekilsiz bir kitle meydana getirmesine karşın tek ortak yanı, herhangi bir sınıf veya kültür çevresine ait olmamasıdır.” (1984, 420)

Hauser’a göre sinema salonu hangi zümreye ait olursanız olun kalabalığın içerisinde eridiğiniz ve bireysel varlığınızın tüm getirilerini askıda bıraktığınız bir alan sunar, bu açıdan içinde bulunduğunuz sınıfın ve kültürel çevrenizin bir önemi yoktur, sinema toplumun tüm katmanlarına seslenir. Ancak günümüzde toplumsal tabakalaşmadan söz etmeden demokratik bir alan olarak sinemadan bahsetmek mümkün müdür? Özellikle bu çalışmada üzerinde duracağımız şeylerden biri de seyircinin bu demokratikleşme süreci içerisinde parçası olduğu homojen gruplar olacaktır. Özellikle şehirleşme ve farklı sinema mekanlarının ortaya çıkmasıyla beraber sinema salonları şehrin her yayına yayılmış durumdadır ve İstanbul’da 114 (Avrupa Yakası:74, Anadolu yakası 38) sinema salonu işletmesi bulunmaktadır (Sinemalar, Mayıs 2023) Bu durum sinemaya ulaşımın demokratikleşmesini beraberinde getirirse de şehrin farklı yerlerindeki toplumsal tabakalara göre seçkiler, bilet fiyatları ve gösterim sürelerinde değişiklikler meydana getirmekte ve Hauser’in iddia ettiğinin aksine heterojenliğin ortadan kalkmasına sebebiyet vermektedir.

1980’lerde sinema sektöründe multiplekslerin ortaya çıkması sinema seyircisinde bir değişimi de beraberinde getirmiştir. Sinema tarihindeki bu özel eğilimi anlamak önemlidir, çünkü bazı akademisyenlere göre multipleks sinema, hiper-bireysel baloncuklara hapsolmuş izleyici olarak etiketlenen yeni bir tüketici seyirci yaratmıştır

(Hubbard 2003, akt. Van de Vijver 2017). Hubbard (2003), multipleks izleyicileri, “kişisel balonlarının, tanımadıkları kişiler tarafından ihlal edilmesine izin vermeye isteksiz, araba seven tüketiciler” olarak tanımlar. Ancak sinema deneyimi teknolojik gelişmelerin de getirişiyle sadece sinema salonunda gerçekleşen sosyal bir eylem olmaktan çıkmıştır. Televizyon, renkli yayına geçiş, video kaset, DVD, internet ve online platformlarla beraber film çevrimiçi bir şekilde kendi evimizin konforunda, farklı mekanlarda ve hatta cep telefonumuzdan deneyimlenebilen bir boyut kazanmıştır. Hubbard’a göre seyirci artık sinemaya gitmek için rahat bir koltuk, teknolojik altyapı (ses, görüntü, perde), trafik, otopark, yiyecek ve içecek seçenekleri, bar/caf e gibi koşulların yerine getirilmesini aramaktadır (Hubbard 2003, 256). Bu haliyle ilk çıkış yıllarında sinema salonu, deneyimin ayrılmaz bir parçası iken günümüzde film izlemek ve sinemaya gitmek iki ayrı eylem olarak ele alınmaktadır. Artık seyircinin evinden çıkıp sinemaya gitmesi sadece filmin kendisiyle değil, değişen başka koşullarla ilgilidir. Günümüzde seyircinin film izleme ve sinemaya gitme deneyimlerini şehirleşme ile paralel gelişen bu çeşitlilik de etkilemektedir. Bu açıdan film izlemek ve sinemaya gitmek arasındaki ilişkiye ayrıntılı olarak bakmak faydalı olacaktır.

2.1. Seyirci Deneyimleri: Film İzlemeye veya Filme Gitmek

Rosenbaum sinema hakkındaki genel geçer kanının, sinemanın genellikle bir kişinin bilet aldıktan sonra bir salonun içinde diğer insanlarla birlikte izlediği bir ekranda gerçekleşen bir olay olduğunu belirtir ancak bu tanımı tartışmaya açar ve ekler: “Ancak bu günlerde, dünyanın büyük bir kısmındaki bu etkinliğin, sinemanın içeriğine ilişkin idealist bir modeli temsil ettiğini ve artık çoğu insanın deneyimi için geçerli olan pratik bir tanım olmadığını düşünmeye başlıyorum.” (Rosenbaum 2010, 3).

Sinema filmlerinin ilk gösterim yerleri, kafeler, pazarlar ve sirk alanlarıdır, ardından tiyatro sahneleri ve sinema salonları filme ev sahipliği yapmıştır. 1900’lerin başında Amerika’da yayılan Nickelodeonlar ve ardından açılmaya başlayan sinema salonları farklı toplumsal ve kültürel sınıfların bir arada bulunabildiği kamusal alanlar olarak mekânsal bir özellik kazanmıştır. Sinemanın gündelik yaşamda karşılanması ve yaşanışı ise her toplumda tarihsel ve kültürel bağlamda süreklilik ve değişiklik göstermiştir. (Kirel

2010, 16) Teorik bir bakış açısıyla yer (*place*) sinema salonunun fiziksel bir alanını, mekân (*space*) ise sinemaya gitmenin inşa ettiği sosyal alanı ifade eder. Bu sosyal alan bireyin izleyici olarak kimlik inşasını da beraberinde getirir (Massey 2005, 140), bu açılardan sinema mekân olarak sadece filmin izlendiği bir yer değildir ve sadece filmin gösterildiği bir yere indirgenemez; ilişkisel ve sürekli bir süreç halindedir. Sinema salonları, “sinemasal özneye varlığını bularak, salt sinemasal eylemin devindiği bir platform olmakla kalmaz, sinemasal öznenin deneyimlediği mekânı ve mekânın yüklendiği, öznenin deneyimlerini de biçimlendiren ekonomik, politik, kültürel, toplumsal, ideolojik, sınıfsal, toplumsal cinsiyetçi ve benzeri öğeleri” de içerir (Çam 2016, 11).

Film çalışmaları, filme gitmenin (*cinema-going*) yalnızca ekranda gösterilen içerikle değil, daha da fazlasıyla, gösterimlerin gerçekleştiği sonsuz zaman ve yer çeşitliliğiyle şekillendiğini ortaya koymuştur. (Aveyard ve Moran 2013; Maltby, Biltreyst ve Meers 2011). Sinema hafızasına ilişkin yapılan sözlü tarih çalışmaları bize " “filme gitmenin” özünde toplumsal bir eylem olduğunu ve bu toplumsal eylemin, kültürel bir aktivite olarak film izlemekten daha önemli olduğunu gösterir (Maltby 2011, 11). Sinemanın toplumsal deneyimine ilişkin tarihsel araştırmanın kilit bulgularından biri, “sinemaya gitmenin belirli filmlerden çok bu etkinliği çevreleyen deneyimlerle ilgili olması gerektiğidir” çıkarımıdır (Maltby, Biltreyst ve Meers 2011; Van de Vijver ve Biltreyst 2013; Van de Vijver 2016). Maltby (2011), seyircinin anlamlandırma sürecinin ve zevklerinin “yalnızca metin üzerinden okunamayacağını, aksine sürecin filmin izlenmesinin sosyal bağlamlarına gömülü olduğunu” belirtmektedir (Van de Vijver 2017, 132). Bu açıdan sinemaya gitmek, filme giderken giyilecek kıyafetlerden, yenilecek yemeğin ve içilecek içkinin hesaplandığı, öncesinde kimlerle gidileceğinin planlandığı, orada karşılaşılabilecek insanların düşünüldüğü, filmin hangi sinemada ve salonda izleneceği, hangi sırada oturulacağı, gelecek programın ne olduğu ve sonraki filme gitmek için planların yapıldığı bir ritüeller zincirini oluşturur ve sinema salonları da bu ritüellerin merkezi, hem bireysel hem de toplumsal işlevleri içeren “kamusal alanlar”dır (Erkılıç 2009, 143-162). Sinema salonları salt film gösterimi yapılan yerler olmanın ötesinde, aynı zamanda geçmişe ait deneyimlerin somutlaştığı yerler olarak izleyicinin belleklerinde önemli yer tutmaktadır (Uçar İlbuğa 2021,293) İzleyici araştırmalarında

ortaya çıkan sonuçlardan biri izleyicinin izledikleri film kadar, filmin izlendiği salon, sinema salonunun konforu veya derme çatma oluşu gibi film ve filmin deneyimlendiği mekana ilişkin çok katmanlı deneyimlerin izleyicinin belleğinde yer edindiğidir (Uçar İlbuğa 2021, 310). Bunlar dışında filmin türü, yerli ve yabancı olması, bilet fiyatları, salonun konumlandığı semt, salonun mimarisi ve teknik alt yapısı gibi farklı özellikler seyircinin salonu seçmesinde önemli etkenler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca sinema salonları gösterdikleri filmler ile kendi izleyici profilini de belirlemektedir. Dolaylı olarak salon gösterilen filmlerin içeriği ile kendi kitlesini oluştururken bu karşılıklı ilişki izleyicinin de o salonu tercih etmesine sebep olur. Arthur Mayer konu ile ilgili olarak sinemanın başarısının sadece filmlere bağlı olamayacağını; sinemanın, çekiciliğini kanıtlayacak ve müşterilere "sıklıkla gittiklerinde ne bekleyebileceklerini bilebileceklerini" garanti edecek "ayırt edici bir kişiliği" olması gerektiğini söyler (Mayer 1953, 23). Bu "ayırt edici kişilik" salonun izleyici kitlesinin oluşmasında önemli bir etkidir.

Tüm bu açılardan tarihsel olarak popüler bir boş zaman aktivitesi olarak kabul edilmesine rağmen sinemaya gitmek, salt bir boş zaman aktivitesi ve eğlence aracı olarak düşünülemez. İzleyici bağlamında sinemaya gitmek, "sinemaya gitmeden önce, sinema salonunda, film izlerken ve filmden sonra" olmak üzere çok kapsamlı bir sinema deneyimini kapsar. (Uçar İlbuğa 2021, 308) Hansen ve Stacey gibi teorisyenler için film sadece sinemada gerçekleşmez; dedikodu, moda, hayranlık ve kültürel kimliklerin oluşturulduğu tüm etkinlikler aracılığıyla günlük yaşamı etkileyen sosyal bir uygulamadır (Turner 1999, 139). Janna Jones her ne kadar günümüz sinemaya gitme pratiklerini bir zamanlar olduğundan çok daha az kamusal bulsa da sinemanın klasik dönemdeki sosyalliğin temel unsurlarının birçoğunun günümüzde de devam ettiğini savunmaktadır (Jones 2011, 96). Temel öğelerini, boş zaman değerlendirmesi ve diğer insanlarla kurduğumuz ilişkiler üzerinden tanımladığı, "film gecesi" olarak adlandırılan ritüelleştirilmiş aile olayını inceleyerek gençlere (farklı türde ilişkiler içeren ve kimlik arayışında kültürel tüketimin kaygılı bir kullanımını içeren oldukça spesifik bir aşama olarak tanımladığı) ve aileye odaklanır; Jones bu açılardan film tüketimini tüm yaşamın bir parçası olarak ele alır. Kevin Corbett (1998) de sinemaya gitmenin kişilerarası ilişkilerin oluşturulması, sürdürülmesi ve dönüştürülmesi için sembolik olarak önemli

olduğu sonucuna varmıştır. Jancovich (2011), bu nedenle film tüketiciminin aile dinamikleri içinde yerleşik olduğu ve yalnızca tarihsel değişimden ziyade daha geniş sosyal bağlamalarla ilgisi olduğu sonucuna varır. Corbett (2001), sinemanın yerini yalnızca kültürel ilişkilerin değil aynı zamanda endüstriyel zorunlulukların da koruyacağını ileri sürer.

“The Decay of Cinema” makalesinde Susan Sontag, “sinemaya gitmenin” sinema deneyiminin büyük bir parçası olduğunu ve sinema salonunun kaybolan ritüellerinin yeniden canlandırılmayacağını bunun da sinefilinin sonunu getirdiğini savunmuştur (Sontag, 1996). 2000’lerin başında Artık bir kültür endüstrisi olarak Hollywood sineması ve ürünlerinin deneyimlendiği normatif tarzlar hakkında yapılan varsayımların artık geçerliliğini kaybetmeye başlamıştır. Günümüzde çağdaş pratiklerin toplumsallığı, çoğul mekânların etkisi ve aygıtın ötesine geçen teknolojilerle beraber filmin değişen doğası nedeniyle sinemaya gitme aktivitesi radikal bir şekilde azalmaya başlamıştır (Van de Vijyer 2017, 133). Sosyal bir pratik olarak sinemaya gitmek dijital çağ ile seyirci için bir zorunluluk olmaktan çıkıp, pek çok farklı seçenek içerisinde bir tercih haline gelmiştir. Allen (2011), bu duruma paralel olarak filmin birden fazla ortamı etkileyen bir ürün olarak evrimi ile sinemaya gidişin azalmaya devam edeceğini belirtir. Allen'a göre, çağdaş film endüstrisinde sinema, artık otantik deneyime veya sosyalliğin düzenli tekrarına bağlı değildir. Bu dönüşümün belki de en kilit anlardan biri 1980’lerin başında video kaset kaydedici ve oynatıcının olağanüstü hızla yayılmasıdır. Başlangıçta televizyon programlarını kaydetmek ve izleyiciye zaman kazandırmak için pazarlanmasına rağmen 1980’lerin sonunda, Hollywood, uzun metraj sinema filmlerinin video kaset kopyalarını tüketiciye satmak ve kiralamak üzere yayınlamanın filmlere süresiz bir raf ömrü verip yüz milyonlarca dolarlık yıllık gelir getirebileceğini fark etmiştir (Allen 2011, 42). Endüstrinin, “yan pazarlar” olarak adlandırdığı şeyin artan önemi ile televizyon, VOD, streaming platformları, VCD, DVD vb. yan ürünler filmi sinema salonuna ait bir olgu olmaktan çıkararak bireyin kendi konfor alanının bir parçası haline getirmiştir. 1990’ların başında Hollywood, “seyirci nerede, ne zaman ve nasıl isterse izlesin” politikasıyla film satarak, sinema salonunda bir filmin bir seansına bilet satmaktan daha çok para kazanmaya başlamıştır (Allen 2011, 42). Filmler sahip

olduğumuz, elimizde tuttuğumuz ve kontrol ettiğimiz şeyler haline gelmiştir (Allen 2011, 45).

Allen'a göre, sinema salonunda film izlemek, Amerika Birleşik Devletleri'nde sinema deneyiminin normatif bir modu olarak geri döndürülemez bir şekilde azalırken bir nesil Hollywood'un küçümseyerek 'salon dışı (*non-theatrical*)' gösterim alanları olarak adlandırdığı yatak odaları, oturma odaları, mutfaklar, otomobiller vb. yerlerdeki film deneyimleri ile büyümüştür. (Allen 2011, 42) Bu açıdan özellikle Y kuşağı sinemayı, çoklu alanlar ve aygıtlar tarafından parçalanmış bir fenomen olarak deneyimlemektedir. Günümüzde Z kuşağı içinse sinema mekâna bağlı olmaktan tamamen çıkmış, cep telefonları sayesinde toplu taşıma araçlarında dahi deneyimlenebilen bir alan halini almıştır. Bu bakımdan geçmişte sinemaya gitmek toplumsal bir pratik olarak, aile, arkadaş, komşularla beraber deneyimlenen ve sosyalleşme alanı olarak mekânsal bağlamda çok önemli roller üstlenirken, bugün sinemaya gitme deneyimi film izleme deneyimine ve bireysel bir olguya dönüşmüştür. (İçer İlbuğa 2021, 297)

Bu noktada *arthouse* sinemanın ayırt edici kitlesini anlamak adına ilk olarak “sinefili” ve “sinefil”lerden ardından bir seyirci kategorisi olarak “sanat filmi seyircisi”nden bahsetmek gerekir.

2.2. Ana Akım Dışı Seyir: Sinefili ve Sanat Sineması

Kelime anlamı olarak sinefili (*cinophilia*) “sinema sevgisi”ni ifade eder, sinefil (*cinophile*) ise “sinemayı ve filmleri seven kişi” olarak tanımlanır (Collins, 2022). Sinefili, sıradan pratiklerin olağanüstü durumlarını içerir: olağanüstü filmlere duyulan sevgi; sıradan filmlere karşı, onları olağanüstü niteliklerle doldurabilen yoğun bir sevgi; bir medyumun bütününe duyulan sevgi ve yine aynı medyuma duyulan sevginin bir sanata ya da bir hatıraya dönüşmesi (Robnik 2005, 55).

Film çalışmalarında sıklıkla Antoine De Baecque'in sinefili kavramsallaştırmasına atıfta bulunulur: “filmleri görmenin, onlar hakkında konuşmanın ve ardından bu söylemi yaymanın bir yolu olarak düşünülen sinefili bir gereklilik, sinemayı kendi bağlamında düşünmenin gerçek yolu”dur (2003,11). Thomas Elsaesser (2005, 28) bunu “filmleri

izlemenin, onlar hakkında konuşmanın ve sonra da bu söylemi yaymanın bir yolu” olarak tercüme eder. De Baecque'in tanımında sinefilliğin özünü bulmamıza rağmen, bu sinefil özün nasıl şekillendiği hala büyük ölçüde tartışmalıdır. Bunun nedeni aslında Baecque'ın tanımında da geçtiği gibi “sinemanın bağlamsal düşünülmesi gerekliliği” ve sinefili deneyimlerinin gerçekleştiği bağlamın değişmesidir. Sinemanın ve bir araç olarak filmin değişen doğası ve sinefil kitlesindeki değişimler yeni araştırma dalgalarının ana odağı haline gelmiştir. Terimin 1960'larda benimsendiği şekliyle “klasik sinefil”, sinema sevgisini gerçek film ortamına ve sinemaya gitme deneyimine bağlar ancak La Cinéphilie'nin (2003) sonunda Antoine de Baecque, klasik sinefilinin 1968'de sinemanın o yılın siyasi olaylarını filme almadaki başarısızlığının ardından öldüğünü yazmıştır. Yine Baecque'e göre o zamandan beri televizyon ve reklam "imgelerin alanını işgal ettikçe" sinefilinin alanı kökten değişmiştir (Buchsbaum ve Gorfinkel, 176). 1970'lerin sonunda ve 1980'lerin başında, evde izleme teknolojilerindeki patlama ve *arthouse* salonların sayısındaki düşüş ile bir değişim başlar ve 1990'larda internetin yaygınlaşmasıyla birlikte sinemasever dünya bambaşka bir biçim kazanmıştır (Behlil 2005,112). Bununla beraber sinemanın değişen paradigmalarıyla beraber, eski anlamda sinemanın tam olarak ortadan kalkmadığı, aksine yeniden yapılandırıldığı vizyonu ile yeni bir tür sinefiliyi tasavvur etmek mümkün hale gelmeye başlamıştır. Buchsbaum ve Gorfinkel sinefilinin değişimine ve farklı şekillerde sinefil kültürlerin bir aradalığına dikkat çekmek için "sinefil(ler)" ifadesini kullanır (Buchsbaum ve Gorfinkel, 2009). Günümüzde hala klasik sinefiliye karşı nostaljik bir bağlılık devam etse de artan küreselleşme ile sinefili Avrupa merkezli bakış açısından yavaş yavaş sıyrılmaya başlamıştır.

Sinefilinin çağdaş biçimleri, tiyatroyla ilişkilendirilen “tarihsel” ya da klasik sinefiliden ve televizyonun ortaya çıkışıyla doğan modern sinefiliden oldukça farklıdır (Jullier ve Leveratto 2012, 143). Geleneksel olarak sinema denildiğinde bilet almış kalabalıkların bir salonun içerisinde beyaz perdenin önünde hep beraber bir filmi izledikleri bir imge akıllara gelir. “Klasik sinefili” için filme gitmek, deneyimin olmazsa olmaz bir parçasıdır. Sinemasal söylem, güncel olarak vizyondaki filmlerin tüketimine ve bunların analiz edilmesine dayanmaktadır; bu anlayışta sinema sadece vizyon filmlerinden ibaret, güncel bir aktivite şeklinde ele alınır. Bu tanımdan yola çıkılan seyir deneyiminde, sinefili dediğimiz olgu da salonda gösterilen filmler çevresinde kurulmak durumundadır. Ancak

“nadir” filmlerin izini sürmek ve onları coğrafi veya kültürel açıdan uzak sinemalarda deneyimlemek adına uzun mesafeler kat etmeye hazır olmak klasik sinefili kültürünün bir parçasıdır. Bu klasik anlatı içerisinde sinefiliyi değerli kılan şey de kısıtların ta kendisidir. Bilgiye ve filme ulaşmanın zorlukları sizi “şanslı birkaç kişi”den biri haline getirir ve filmi o insanlarla beraber izlemek ve tartışmak eylemin kendisini “yapmaya değer” bir etkinlik haline getirir. Aboulaoula ve Biltereyst (2021) bu tarz sinefiliyi ve takipçisini, Laura Mulvey’nin ‘Some Reflections on the Cinephilia Question’ (2009, 192) makalesinde kullandığı “özcü sinefil (*the cinephile as purist*)” ifadesinden hareketle “*cinephile purism*” olarak kavramlaştırır (476). Bu söylemde televizyonda veya başka bir küçük ekranda film izlemek sistematik olarak daha az ödüllendirici olarak kabul edilir (Jullier ve Leveratto 2012, 147).

1980’lere geldiğimizde televizyonun başlıca kitle iletişim aracı olması ve VHS (Video Home System) teknolojisinin yaygınlaşmasıyla evde film izleme deneyimi de yaygınlaşmaya başlamıştır. VHS kasetler ucuzluğu ve kullanım kolaylığı ile film meraklıları arasında hızla popüler olmuşlardır. VHS teknolojisinin en önemli avantajlarından biri, televizyon programlarını kaydetme ve oynatma özelliğidir. Bu durum insanlara sevdikleri filmleri ve şovları istedikleri zaman izleme özgürlüğü vermiştir. Aynı zamanda kasetlerin dağıtımındaki kolaylık sayesinde başka türlü izlenemeyecek yeni filmlerin de keşfi kolaylaşmıştır. Kasetlerin dayanıklı doğası “favori” filmlerden oluşan bir koleksiyon oluşturmayı kolaylaştırmıştır; film “koleksiyonerliğini” ve çok çeşitli filmlere erişimi kolaylaştırdığı için VHS teknolojisi sinefiller için önemli bir gelişme olmuştur. Bu yeni “modern sinefili”de (Jullier ve Leveratto 2012) klasik sinefilinin zaman ve mekân limitlerinden özgürleşme imkânı ortaya çıkmıştır. VHS kasetler ayrıca filmlerin arkadaşlar ve aile ile paylaşılmasını kolaylaştırmış, bu da filmlerin demokratikleşmesinde önemli bir rol oynamıştır. Televizyon, VHS, VCD, DVD, vb. film izleme ve “nadir” filmlere erişme imkanlarımızı kolaylaştırırken şanslı ve küçük bir gruba dahil olmadan filmi tartışmaya açabileceğiniz alanlar genişlemeye başlamıştır. Özellikle internetin gelişmesi ve yaygınlaşması sinefili kültürü için yeni bir anlatının kapılarını aralamıştır.

İnternetin yaygınlaşması, anonim sinefillere kendilerini ifade etme ve sinefilin başka bir vizyonunu aktarma fırsatı vererek klasik ve modern sinefil anlatısını değiştirmiştir. Bir kamusal alan olarak internet, anonim tüketicilerin "eylemlerini" görünür kılarak, Bourdieu tarafından "kişinin kültürel sermayesiyle bağlantılı" ve "doğrudan film deneyiminin ötesinde" olarak ifade edilen sinefilinin elitist tanımından bir kopuşa izin vermiştir (Bourdieu 1984, 26-27). İnternet, film tüketiminin farklı biçimlerini görünür kılmıştır. Film blog yazarı Girish Shambu, ortaya çıkan sinefil blog dünyasını amatörler için bir yenilik olarak yorumlayarak internetin daha eşitlikçi bir sinefil "öğrenme topluluğu" için alan açabileceğini söylemiştir. Artık farklı boyutlarda ekranlar her yerde bulunabilir: film yeniden yerelleştirilir (*re-localized*) (Jullier ve Leveratto 2012,147). Kısıtların ortadan kalkmasıyla birlikte bilgiye ulaşmak kolaydır: sorun artık ona erişememek değil, her şeyi izlemek/okumak için yeterli zamana sahip olmamaktır. Bu söylemi "post-modern sinefil" (Jullier ve Leveratto 2012) veya "çağdaş (*contemporary*) sinefil" olarak adlandırmak mümkündür. Aboulaoula ve Biltereyst (2021)'in, "özcü sinefiller"ın karşısına koydukları bu anlayışı ise "teknolojik iyimser sinefiller (*technologically optimistic cinephiles*)" olarak adlandırır (477). Klasik sinefil anlayışının çağdaş sinefiliyle beraberliği ve farklı sinefil şekillerinin melez bir şekilde beraber var oluşu "Cinepilia 2.0" olarak ifade edilmektedir (De Valck ve Hagener 2005, 14) ve günümüzde en yaygın sinefil olduğu iddia edilebilir.

Sinefilinin farklı dönemleri (Jullier ve Leveratto 2010, 149), kişinin sinemaya olan sevgisini meşru bir şekilde ifade etme yollarının çeşitlendirilmesiyle belirlenebilir. Aşağıdaki tablo klasik, modern ve post-modern sinefilinin dönemlerini anlamak ve kültürel değişimi görmek adına iyi bir özet kaynak görevi görmektedir.

genelde popüler sanatın bir parçası olarak görülür. Ancak bazı tarzda filmler “yüksek sanat” beklentisi ve gelenekleriyle yapılırlar ve izlenir (Lev 1993,3).

“Sanat filmi” deyimini ilk olarak 1908’de Fransa’da *cinéma d’art* olarak karşımıza çıkmış ve deyimle sinemayı orta sınıf için cazip hale getirme işlevi atfedilmiştir (Karadoğan 2010,3). Bugün Türkçe’de “sanat filmi” olarak da isimlendirilen *arthouse* kelimesinin İngilizce kökenine baktığımızda farklı anlamlar ve kullanımlar dikkat çekmektedir. *Arthouse* kelimesi “ticari ana akımın parçası olmayan filmleri göstermede uzmanlaşmış sinema” ve “eğlenceden ziyade ciddi sanatsal çalışma amacıyla çekilen film” olarak tanımlanmaktadır (Collins 2022). Kavramın başka bir tanımı “Yaygın olarak dağıtılmayan sanat filmleri (art films) ve yabancı filmleri gösteren bir sinema.” olarak karşımıza çıkmaktadır (Smythe vd. 1953, 28). Bordwell için “sanat filmi” hafif bir burnu havadalığı (*snob*) içinde bulundursa da aslında sinemasal kurumun farklı bir dalını (*genre*) oluşturur (2010, 71). Bordwell (1979) “Film Pratiğinin Kipi Olarak Sanat Sineması” adlı makalesinde sanat filminin kendine özgü anlatı şekilleri olduğundan ve bu gereklilikleri karşılayan filmlerin “sanat filmi” başlığı altında toplanabileceğinden bahseder. Steve Neale, Bordwell’in “metinsel” tanımına benzer bir çerçeve sunarken, sanat filmine “yerel Avrupa pazarlarında Amerikan hakimiyetine karşıt bir sanat ve yerel film endüstrisini ve film kültürlerini desteklemek” misyonunu ekleyerek kurumsal bir tanım da yapar (Lev 1993,4). Dudley Andrew, Bordwell ve Neale’nin tanımlarına alternatif olarak sanat filmi tanımlamasının izleyiciye bağlı olduğunu söyler; kuramsal ve tarihsel bağlamı saf dışı bırakmadan sanat filmi yapan şeyin izleyicinin onun hakkındaki düşüncesi olduğunu ifade eder (Karadoğan 2010, 13). Andrew’a göre kurumsal ve tarihsel faktörler izleyicinin seçimini etkiler ancak tamamıyla belirlemez (Lev 1993,5).

Gösterim yerleri açısından sanat filmleri gösteren sinema salonları İkinci Dünya Savaşının bitimine kadar sayıca çok az olup sadece büyük şehirlerde bulunabilen yerler olmuştur (Smythe 1953, 28). Bu noktada Avrupa sinemalarının görünürlüğü artırma isteğiyle Hollywood’a karşı sanat ve sinemayı bir araya getiren kökenleri Avrupa Sinemasına dayanan “film festivalleri” tasarlanmıştır (De Valck 2007; De Valck 2014, 44). Avrupa filmlerinin popülerlik ve gişe başarısı açısından Hollywood’a yenildiği bir

dönemde festivaller, filmlerin seyirci sayıları ve gelirleriyle değil, sanatsal değerleriyle takdir edildiği uluslararası bir alan olarak ortaya çıkmıştır (De Valck 2014, 44). Film festivalleri ticari gösterim alanlarından farklı bir modelle çalışmaktadır ve program seçimleri popüler başarıdan ziyade hikayelerin gücüne ve estetik niteliklere dayanır ve seçim kriterlerindeki bu vurgu nedeniyle, film festivalleri kültürel meşrulaştırma (*cultural legitimization*) olarak adlandırılan şeyi sunabilir: bir festival tarafından seçilmek kalite mührü olarak algılanır ve filme ve yapımcılarına kültürel tanınma getirir (De Valck 2016, 105). Ancak festival sistemi büyük ölçüde tabakalıdır ve yalnızca sınırlı sayıda festival dünya çapında tanınan bir prestij sağlama yetkisine sahiptir. En önemli festivaller listesinde Avrupa'da Cannes, Berlin ve Venedik, Kuzey Amerika'da Sundance ve Toronto, Asya'da ise Hong Kong ve Busan gibi tanınmış festivaller yer almaktadır (De Valck 2016, 107). Bu noktada öncelikle festivalin isminin prestiji ardında kendi üzerinden film yapımcılarına aktardığı prestij önem kazanmaktadır. Avrupa'nın en büyük üç film festivalini inceleyen araştırmacılar, en iyi film kategorisindeki filmlerin diğer adaylıklara kıyasla seyircinin daha çok dikkatini çektiği ve seyircinin bu filmlere gitmeyi tercih ettiği ve Cannes'da aday gösterilen filmlerin Berlin ve Venedik'te aday gösterilen filmlere kıyasla daha çok tercih edildiği sonucuna varmışlardır (Mezias vd. 2011, 193 akt. De Valck 2016, 108). Bu noktada Türkiye'deki seyirci profilinin tarihsel süreçteki yapısına ve dönüşümüne bakmak seyirci tercihlerini anlamak adına önemli olacaktır.

2.3.Türkiye’de Seyirci Profiline Tarihsel Bakış ve Güncel Seyir Deneyimi ile Değişen Pratikler

Tarihsel açıdan Türkiye sineması birbirinden oldukça farklı ve hatta kimi zaman bir öncekinin tam zıddı gibi görünen dönemlerden geçmiştir. Erkılıç, yıllar içinde Türkiye seyirci profilindeki değişimi “Her dönem kendi sinemasını ve seyircisini yaratıyor.” (2009,151) diyerek özetlemiştir. “Tiyatrocular Dönemi” olarak adlandırılan 40’lar Muhsin Ertuğrul önderliğinde seyirci tercihlerinden çok Ertuğrul’un seçimlerinin ön plana çıktığı yıllardır. Bu dönem Anadolu izleyicisi için sinemanın ilk yıllarıdır ve sinema seyirci için eğlence ve merak unsurudur (Ayça 1992, 120). 50’ler de teknolojik gelişmelerle paralel Anadolu’da sinema salonları yaygınlaşmış, Anadolu seyircisi yerli yapımları benimsemiştir (Erkılıç 2009, 151-152). “Yeşilçam” sinemasının olduğu bu

yıllarda yabancı filmler yerlileştirilmiş, Türk oyuncularla yeniden çekilmiş, kimi zaman aynı hikâye yerli seyircinin istekleri doğrultusunda birkaç defa yeniden çekilmiştir. Bu dönem Tiyatrocular dönemindeki üretimin seyirciye dayattığı seyir zevki tam tersi bir yapılanma içine girer ve “bölge işletmeciliği” sistemi ile seyircinin istekleri ve zevkleri doğrultusunda filmler yapılmaya başlar. Yeşilçam dönemi seyirci hegemonyasında gelişir, “yerellik” beraberinde seyirci ve sinema arasında bütünleşme ve uyumu getirmiştir. (Ayça 1992, 125) Sinema popüler bir eğlence aracı olarak gündelik hayatın merkezindedir (Kırel 2010, 107) Şehirde, Anadolu’daki Yeşilçam geleneğinden farklı entelektüel kaygıların ağır bastığı farklı sinema çevreleri oluşmaya başlar. 1965’te İstanbul’da Sinematek Derneği kurulur. 60’ların sonunda sinemada farklı alanlara duyulan merakla “angaje” sinema gündeme gelir; siyasal düzene ve Yeşilçam’a karşı “Genç Sinema” hareketi oluşur ancak mevcut siyasi düzen içerisinde kendine yer bulamaz (Ayça 1992, 126). Yine de 60’lı yıllar, Türk Sinema Tarihi adına önemli filmlerin çekildiği “altın çağ” olarak ifade edilir: bir yandan Yeşilçam etkisi devam ederken diğer yandan siyasi, kültürel ve ekonomik koşulların ve Türkiye insanının sorunlarını konu eden filmler çekilir (İlbuğa 2021, 306).

70’lerde televizyonun hanelere girmesiyle “film sinema salonlarında izlenir” algısı yıkılmaya başlamıştır (Ayça 1992, 126). Bu durum sinema seyircisinde demografik bir değişimi de beraberinde getirir. Aileler için sinema salonları yavaş yavaş yerini video kasetlere ve televizyona bırakmaya başlar (İlbuğa 2021, 306). Göç, kentleşme, ekonomik değişimler, terör olayları ve siyasi gelişmeler sinemayı, seyirciyi ve salonları da etkilemeye başlar. Ekonomik zorluklar ve güvenlik endişeleri seyirciyi evde kalmaya iter. Televizyon ekonomik zorluklar karşısında ucuz bir alternatif sunmuş ve yeni bir eğlence aracı olmasıyla hem merak uyandırmış hem de evin güvenliğinden uzaklaşmadan seyir deneyimi imkânı yaratmıştır. 70’li yılların ortasıyla beraber Yeşilçam çöküşe geçmeye başlar, şiddet ve seks içerikli filmlerle erkek izleyiciyi salonlarda tutmaya çalışır (Ayça 1992, 126).

Bölge İşletmeciliği sisteminin sonunun gelmesi ve 80’lerin neoliberal ekonomik politikaları sinemayı doğrudan ve dolaylı yoldan etkiler: film seyirci ısmarlaması arz ve talebe bağlı bir meta olmaktan çıkıp yönetmenin filmi odak haline getirdiği bir sanat eseri

halini alır (Erdoğan 2001, 122). Bunun bir sonucu olarak 1980’li yıllarda video kaset ve televizyon ile büyüyen, dünya sinemasını tanıyan, yönetmenine göre filme giden bir kitle oluşur (Erkılıç 2009, 152). İstanbul, Ankara ve İzmir ile başlayarak ulusal ve uluslararası film festivalleri yapılmaya başlanır ve farklı sinema anlayışlarını gündeme gelir. Dünya sinemalarına açık bu kesim için film festivalleri önemlidir ve festivaller gözden düşen sinema salonlarının yeniden rağbet görmesine sebebiyet verir (Ayça 1992, 127). Aynı zamanda televizyonla beraber yabancı filmler hane içine girmeye ve seyirciye farklı bir seyir deneyimi yaratmaya başlar. Bu dönem “sinema seyircisi” ve “televizyon seyircisi” iki farklı kategoriden olarak bahsedilmeye başlanabilir. Sinema ve televizyon birbirinin karşısına konumlanır ve “sinema sanattır, televizyon değildir” anlayışı hem seyirci nezdinde hem de yapım aşamalarında karşımıza çıkmaya başlar. Sinema salonları alışveriş merkezlerinin içinde konumlanmaya başlar ve AVM’lerin Anadolu’ya yayılmasıyla birlikte sinemaya gitmek yeniden yaygınlaşmaya başlar. Mekânsal olarak bağımsız sinema salonlarından çoklu sinema salonlarına geçiş seyir kültüründeki değişimin en belirgin anlarından birine tekâmül eder (Erkılıç 2009, 143). Film festivalleri, kültürel bir etkinlik olarak film gösterimleri, film kulüpleri vb. yaygınlaşırken sinema üzerine düşünmek, okumak, yazmak ve tartışmak isteyen bir seyirci ortaya çıkar. Türkiye’de sinema “Yeşilçam tahakkümünden ve kırsal kültürden uzaklaşır, kent ve dünya kültürüne” döner (Ayça 1992, 132: Erkılıç 2009, 152) Sinema yeniden kentin bir parçası haline gelir.

90’lı ve 2000’li yıllarda karma bir seyirci karşımıza çıkar: “Amerikan filmleriyle yetişen bir kuşakla, festivallerle gelişen, DVD, bilgisayar üzerinden filme ulaşan farklı bir kuşağın bir aradalığı” yaşanır (Erkılıç 2009, 152). Televizyon sayesinde yabancı ve popüler filmler izleyerek büyüyen yeni kuşak sinema salonlarına gitmeye başlarken festivaller, sinema kulüpleri vb. sinefillerin odak noktası haline alır. Günümüzde bu karma seyir deneyimine online platformlar da eklenir. DVD, televizyon ve bilgisayarın yanında tablet ve cep telefonları da filme erişim araçları olarak yerlerini alır.

Türkiye’de seyirci tarihsel açıdan Kentli ve Anadolu’lu seyirci olarak iki farklı kategoride ele alınıp hem coğrafi olarak hem de entelektüel açılardan birbirinden ayrılır. Bu durum temelde taşralı seyirci ve kentli seyirci şeklinde ikili bir ayrımından yola çıkar. Yeşilçam

sineması bu ayrımın kilit noktalarından biri olarak benimsenmiştir. Bir yanda Yeşilçam'ın gelenekselleşmiş kalıplarına bağlı “Anadolu” seyircisi diğer yanda Yeşilçam'ı dışlayan, farklı tarzda yapımları destekleyen ve sahip çıkan “aydın” kesim iki ucun figürleri olarak karşımıza çıkar. Ayça, bu ikili ilişkinin en somut örneği olarak Yılmaz Güney sinemasından bahseder: Yeşilçam seyircisinin sevgilisi, halk kahramanı, Yeşilçamlı popüler, yerli (yerel) Güney efsanesi ile siyasal 'kimliği, sinemacı, yönetmen tavrıyla aydınların, yabancı (batılı) sinema çevrelerinin bildiği ve sahiplendiği (evrensel) Güney efsanesi” (1992, 127-128).

Günümüzde bu ikili ayrım seyirci odaklı bir alanda “ana akım” sinema izleyicisi ve “arthouse” sinema izleyicisi söylemi üzerinden devam ediyor gibi gözükmektedir. Bu alegori aslında tarihselliğin devamı niteliğindedir: ana akım seyirci “Yeşilçam” seyircisine tekabül ederken, bağımsız sinema izleyicisi “kentli, aydın” seyirci profiline denk gelmektedir. Bu noktada bu iki uçlu ayrımın ne kadar geçerli olduğu sorgulanabilir. Özellikle günümüze yaklaştıkça bu iki ucun birbirine geçtiği, kaynaştığı ve birbirinden beslendiği alanlar çokça karşımıza çıkmaya başlamıştır. “Arthouse” kategorisindeki filmler gişe rekorları kırabilirken “ana akım” kategoride başarı yakalamış bir film sinefil çevrelerce benimsenebilir. Bu duruma en güncel verilebilecek olan örneklerden biri Emin Alper'in yönetmenliğini yaptığı “Kurak Günler” filmidir. Film 253.798 seyirciyle aynı yönetmenin daha önce en çok seyirci çeken filmi “Kız Kardeşler” (32.202 seyirci) filminden yaklaşık 8 kat daha fazla izleyiciye ulaşmıştır. Film 120 salonda başladığı vizyon takvimine iki hafta sonra 139 salonla devam etmiş ve ana akım sinema salonları içerisinde de kendine geniş bir yer bulmuştur (Boxoffice.com, 2023). Yine filmin teknik koşulları her iki ucu ve ara formlarını içinde barındırabilir. Özellikle Türkiye korku sineması anlatı teknikleri, düşük yapım bütçeleri ve seyirci kitlesi ile bir ara form olarak var olabilir mi sorusu son yıllarda tartışılan bir meseledir. Bu noktada seyircinin konumu, filmle, film izleme mekanları ve sinema deneyimleriyle kurduğu karşılıklı ilişkilene biçimleri önem kazanmaktadır. Güncel seyir pratiklerinde seyirci sinema deneyiminin neresinde konumlanmaktadır?

Günümüze geldiğimizde seyirci odaklı sinema yazımı, Türkiye'de de son yıllarda oldukça geniş bir çalışma alanı bulmuştur. Adana, İzmir, Antalya, Gaziantep, Mardin gibi çeşitli şehirlerde sözlü tarih çalışmaları ile seyirci deneyimleri üzerinden sinema

deneyimi ve sinema yazımı üzerine çeşitli çalışmalar yapılmıştır (Akbulut, 2014; Öztürk, 2017; İlbuğa, 2017; Çam ve Şanlıer, 2020). Literatüre baktığımız zaman bu çalışmaların farklı sinemasal dönemler üzerine sözlü tarih çalışmaları olduğu göze çarpmaktadır. Akbulut (2014) “Sinemaya Gitmek ve Seyir: Bir Sözlü Tarih Çalışması” adlı sözlü tarih çalışmasında 1960’lı ve 80’li yıllar arasında Türkiye’de sinemaya gitme deneyimi üzerine yazmaktadır. Öztürk (2017), Ankara’da yaşayan kadın ve erkek seyircinin seyir deneyimlerindeki benzerliklere ve farklılıklara odaklanarak cinsiyet temelli bir karşılaştırmaya gitmiştir. Çam ve Şanlıer (2020;2021) Adana ve Çukurova Bölgesine odaklanmış, yeni ve yerel sinema deneyimlerini anlamaya çalışmış, yine aynı bölgede haritalandırma ve sözlü tarih çalışmaları yönetmişlerdir. Erkılıç (2009) “Düş Şatolarından Çoklu Salonlara Değişen Seyir Kültürü ve Sinema” adlı çalışmasında, sinema salonlarındaki ve seyirci tercihleriyle şekillenen seyir kültüründeki değişimi tarihsel, olarak ele alır. Liman (2014) “Gaziantep’te Sinema, Seyir ve Seyirci (1923-1980)” çalışmasında sinemanın kentlilik kimliğinin oluşmasında önemli bir etken olduğu sonucuna varır. Dilek (2019), “Eski İzmir Sinemaları ve Yıldız Sineması: Mekân, Toplum, Seyir” adlı çalışmasında 1950-1980 yılları arasında İzmir’de sinema ve sinemaya gitme kültürü üzerine çalışır. Kırel (2012) “Kültürel Çalışmalar ve Sinema” adlı kitabında sinemanın gündelik yaşamdaki yerine, seyircinin filmle kurmuş olduğu ilişkisine odaklanırken sinemayı seyirci, bakış, kültür endüstrisi ve temsil bağlamında irdelemektedir. Medin (2018) “Dijital Kültür, Dijital Yerliler ve Günümüzdeki Yeni Film Seyir Deneyimleri” adlı çalışmasında 2000’li yıllardan günümüze yeni film seyir deneyimlerine dijital kültür temelli odaklanmıştır. İpek (2020) “Başka Bir Sinema Deneyimi: “Başka Sinema” Seyircilerine Yönelik Bir Alan Araştırması” çalışmasında sanat sineması seyircisi olarak kodlanan “Başka Sinema” seyircisinin deneyimlerine odaklanmıştır. Vitri nel’in (2020) “Benim Yerim’den Yok Yerlere: İstanbul’da Güncel Seyir Deneyimine Dair Salon İçi Manzaralar” başlıklı çalışması İstanbul’da gerçekleştirilmiş güncel seyir deneyimi çalışmasına bir örnektir. Son dönemde sinemada seyirci deneyimi çalışılan bir konu olmasına rağmen, güncel deneyimde seyirci odaklı çalışmalar henüz gerekli yoğunluğa ulaşmamıştır (Erkılıç, 2009; Vitri nel, 2020; İlbuğa, 2021).

Özellikle COVID-19 pandemisi süreci, sinema sektörünü ve izleyicisini olağanüstü bir durumla karşı karşıya bırakmıştır ve bu olağanüstülük farklı çözüm arayışlarını da

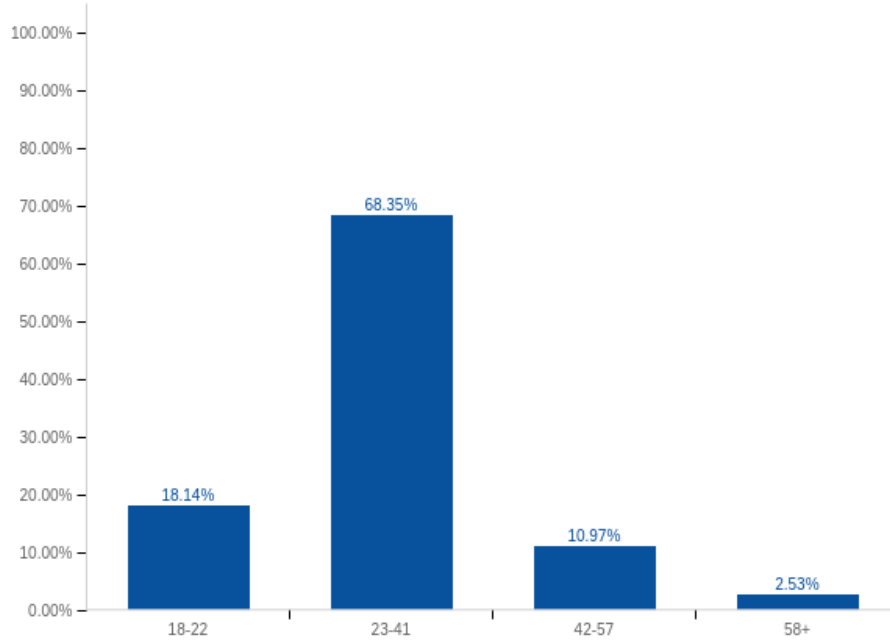
beraberinde getirmiştir. 2021 yılında Hakan Erkılıç'ın yürütücülüğünde, yönetmen, yapımcı, sinema salonu çalışanları ve işletmecileri, seyirciler vb. farklı sinema bileşenlerinden katılımcılar ile gerçekleştirilen “COVID-19 Pandemisi ve Sinema Sektöründe Kriz: Yapısal Sorunlarla Yüzleşme Fırsatı” başlıklı TÜBİTAK projesi (Erkılıç vd. 2021), sektör sorunları, pandemide keskinleşen problemler ve bunların sebepleri üzerine ayrıntılı bir çalışma sunarak sektörün yapısal problemleri ile yüzleşmemiz için bize bir imkan sağlamıştır. Bu tez çalışmasında ise seyirci odak noktasına taşınmakta ve sektörün diğer bileşenleri seyirci odaklı bir açıdan ele alınmaktadır. Bu açıdan çalışma güncel seyir deneyiminde seyircinin odağını ön plana alınarak salonlarının bireysel ve kolektif hafızadaki yeri, arthouse seyircinin salon ile kurduğu ilişkilene biçimleri, mekânsal tercihin sosyal kimlik ve statünün inşasına etkilerini anlamaya çalışacaktır.

3. TÜRKİYE’DE ARTHOUSE SEYİR DENEYİMİNE DAİR BİR VAKA ÇALIŞMASI OLARAK KADIKÖY SİNEMASI

Bu tez çalışması için Eylül-Kasım 2022 tarihleri arasında 237 kişi ile 42 çoktan seçmeli sorudan oluşan online anket çalışması gerçekleştirilmiş, ankete katılan katılımcılardan gönüllü olanlar arasından 17 kişi ile de Aralık 2022-Ocak 2023 tarihlerinde derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Anket çalışması için kartopu tekniği kullanılmış, salon işletmesi ile yapılan ön görüşmelerde anketin QR kodunun gişeden bilet alan seyircilere verilmesi, gişe ve fuaye alanına broşürlerin asılması ve seyircinin çalışmadan haberdar edilmesi konusunda izin alınmıştır. Aynı şekilde anket farklı sosyal mecralarda paylaşılmış olup sinema yazarları, sektör profesyonelleri vb. isimlerin de paylaşımıyla yayılmıştır. Bu şekilde doğrudan Kadıköy Sineması izleyicisine ulaşılabilecektir. Derinlemesine görüşmeler fiziksel olarak yüz yüze ve ZOOM uygulaması üzerinden yapılmıştır. Bu görüşmeler yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme şeklinde gerçekleştirilmiş olup seyircilerin kendi cümlelerini duyma kaygısı güdülmüştür. Analiz boyunca anket ve derinlemesine görüşmeler bir arada analize tabi tutulacaktır.

Çalışma bölümlere ayrılırken ilk olarak literatür çerçevesinde en çok karşılaşılan olgulara bakılmış, bunlar anket sonuçları ve derinlemesine görüşmelerle beraber düşünülerek benzerlikler ve farklılıklardan yola çıkılıp bir kategorizasyona gidilmiştir. Bu bölümde ilk olarak katılımcıların demografik bilgileri analize tabi tutulacak, çalışmanın kavramsal çerçevesini oluşturan Bourdieu’nun sermaye türleri içerisinde özellikle kültürel sermaye ve alt başlıklarına odaklanılarak elde edilen veriler analiz edilecektir. Ardından seyircinin beraber oluşturduğu toplum kimliği üzerinden sinefili kültürünün inşa süreçlerine bakılacak ve arthouse seyircisinin film izleme kültürü ve seyirci üzerine düşündükleri anlaşılmaya çalışılacaktır. Bu noktada hem literatürde hem de görüşmelerde karşımıza çıkan farklı seyir deneyimleri hem kendi içlerinde hem de karşılaştırmalı analiz edilerek online seyir, filme gitmek ve film festivalleri, bireysel izleyicilikten toplumsal seyirciliğe doğru ele alınacak ve bunların arasındaki benzerlik ve farklılıklar üzerine düşünülecektir. Çalışmanın son bölümünde ise Kadıköy Sineması, şehrin sinema tarihindeki diğer önemli arthouse sinemalardan biri olan Emek Sineması’yla beraber düşünülecek ve seyirci bir topluluğun parçası olarak ele alınarak,

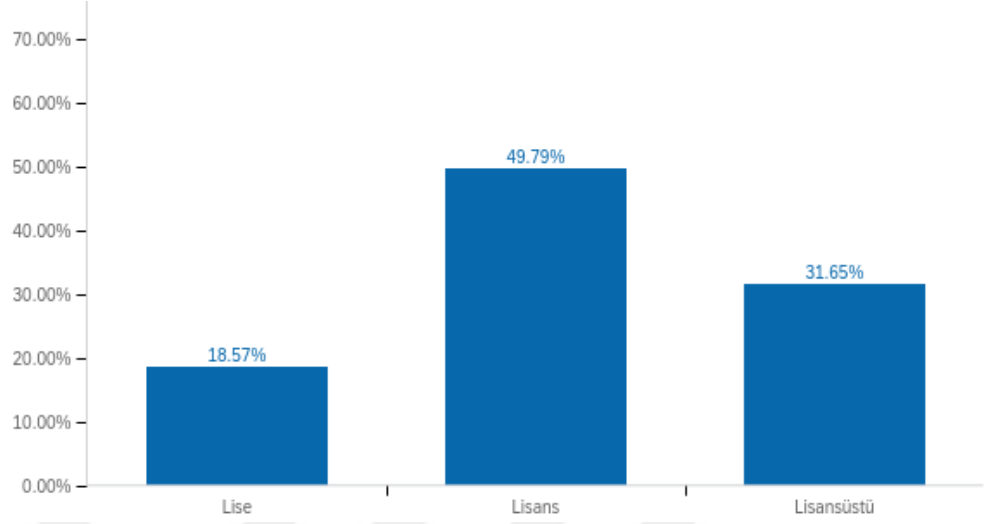
salonların bireysel ve kolektif hafızadaki yerleri göz önünde tutularak toplumsal direniş mekanları olarak ele alınıp alınamayacağı tartışılacaktır.



Tablo 1: Katılımcıların yaş aralıkları (2022)

Katılımcıların %61,02'si kadın, %35,59'u erkek, %2,97'si non-binary beyanında bulunup, %0,42'si cinsiyet sorusuna cevap vermemeyi tercih etmiştir. Katılan 237 kişinin %68,22'si 23-41, %18,22'si 18-22, %11,02'si 42-57 ve %2,54'ü 58+ yaş aralığındadır. Çalışmanın yaş kategorizasyonu nesiller üzerinden ele alınmıştır. Kronolojik yaş, ırk ve cinsiyet ile en belirgin üç sosyal kategoriden (Brewer 1988; Fiske 1998; Kite vd. 2005) biri olarak kabul edilmektedir. Ancak insanlar yalnızca biyolojik yaşa dayalı kategorizasyondan değil, aynı zamanda belirli bir tarihsel ve kültürel bağlamda yer alan farklı nesillere atanmaktan da etkilenmektedir. Bu tez çalışmasında da sınırlı bir coğrafya üzerinde, belirli ve önceden sınırları çizilmiş, benzer sosyo-kültürel sermaye ilişkilerine sahip bir hedef kitleyle çalışıldığı için nesillere sosyal bir olgu olarak bakılmış ve analize bu şekilde dahil edilmiştir. Ölçeği daha geniş bir çalışmada bu metodolojinin geçerliliği yeniden gözden geçirilebilir. Nesiller net ve kesin kategorizasyonlardan oluşmamaktadır, bu tez çalışmasında “Pew Research Center” tarafından belirlenen aralıklar dikkate alınmıştır (Pew Research Center, 2019) Bu noktada çalışmaya en çok katılım gösteren grup 23-41 yaş aralığına tekabül eden Y jenerasyonu, ardından 18-22 yaş aralığı ile Z jenerasyonu ve 42-57 yaş aralığı ile X jenerasyonu olmuştur. Nesiller arası seyir deneyimi

farklılıkları ilerleyen bölümlerde özellikle şehir hayatı ve film festivallerine katılım boyutunda ayrıntılı bir şekilde incelenecektir.



Tablo 2: Katılımcıların eğitim düzeyi (2022)

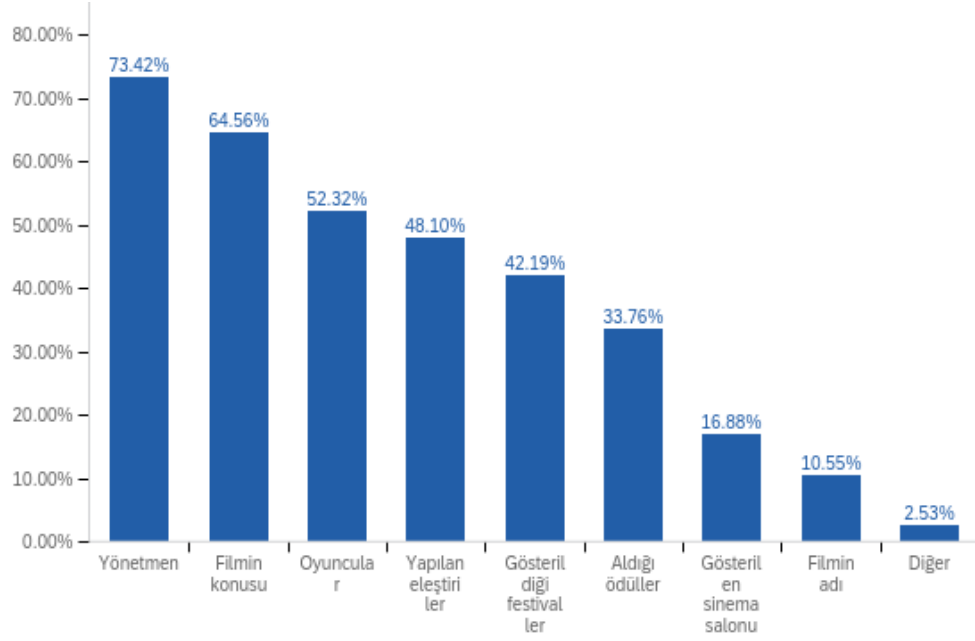
Katılımcıların en son mezun oldukları eğitim derecesine baktığımızda 49.58%'u lisans mezunu, %31,78'i lisans üstü bir dereceden mezun ve %18,64'ü lise mezunu olarak karşımıza çıkmaktadır (lise mezunu katılımcıların hepsi mesleklerini öğrenci olarak işaretlemişlerdir ve lisans eğitimleri sürmektedir).

Katılımcıların neredeyse %80'lik bir kısmını %48,73 ile maaşlı çalışanlar; %30,51 ile öğrenciler oluşturmaktadır. Kalan kesimi ise serbest meslek, emekli ve iş arayışında olan ve olmayan bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların aylık gelirleri değişiklik göstermekle beraber sınıflar arasında eşit bir dağılım göze çarpmaktadır: %25,85 0-5500 TL (dönemin asgari ücret tutarı 5500 TL göz önüne alınarak sınıflandırma yapılmıştır), %26,27'si 5501-11000 TL, %20,34'ü 11001-16.500 TL ve %21,19'u 16500 TL üzeri aylık gelire sahiptir. Katılımcıların %6,36'sı soruya cevap vermek istemediklerini belirtmiştir. Bu çıktılar bize salonun izleyici kitlesinin farklı ekonomik gelir düzeylerinden oluştuğunu göstermektedir. Ancak katılımcılara hangi sosyoekonomik kesime girdiklerini düşündükleri sorulduğunda %43,22'si orta, %34,32'si orta-alt, %14,83'ü orta-üst, %6,78'i alt ve %0,85'i üst olarak nitelendirmiştir. Buradan anlaşılmıştır ki %77'lik bir kesim kendisini orta ve orta-alt olacak şekilde yakın bir ekonomik düzeyde görmektedir. Bu durum yüksek enflasyon artışı ve ekonomik belirsizliklerin farklı gelir gruplarını birbirine yaklaştırması ve toplumsal

tabakalaşmadaki sınıfsal ayrımları muğlak bir hale getirmesinin göstergesi olarak ele alınabilir.

Derinlemesine görüşmeler 22-41 yaş aralığında 9 erkek 8 kadın ile gerçekleşmiştir. Katılımcıların 3'ü lisans düzeyinde öğrenci iken, 6'i lisans derecesine ve 8'si lisans üstü dereceye sahiptir. Görüşmecilerin sadece 3'ü Avrupa Yakasında ikamet etmekte, kalan görüşmeciler ya Kadıköy'de ya da Kadıköy'e yakın semtlerde oturmaktadırlar. Yukarıda da belirttiğimiz gibi ankete ve derinlemesine görüşmelere katılan görüşmecilerin tamamı ya bir yüksek öğretim kurumu mezunu ya da öğrencisidir. Bu noktadan baktığımızda üniversite katılımcıların tamamının hayatında olmuş/olan bir kurumdur. Bir filmi izlemek okulda edinilen birçok beceriyi gerektirir (Coulageon 2003, 157). Özellikle farklı seviyelerde diplomaların birikmesiyle beraber eğitim sisteminin sınıflamalarının kurumların veya öğretmenlerin “bilinçli veya bilinçsiz beklentileri ve etik yönlendirilmeleriyle kurum tarafından güçlendirilmiş sınıf değerleri tarafından bizzat belirlenen arkadaş gruplarının kolektif baskısıyla” şekillenebilir (Bourdieu 2017, 45). “Doğru film izlemek” öğrenilen bir şeydir ve okullar bu izleyici sosyalleşmesinin sorumluluğunu üstlenen kurumlardır (Marx 2014, 94).

Bourdieu'nün Distinction çalışmasında sunulan 20 kişilik bir yönetmen listesinde en az dört yönetmenin adını ilkökul diplomasına sahip olanların %5'i, BEPC'ye (1981 itibarıyla Le diplôme national du brevet (DNB) adını alan 9 veya 10. Sınıfta öğrencilere verilen bir diploma türü) veya lise diplomasına sahip olanların %10'u ve yüksek öğrenim yapmış olanların %22'sinin söyleyebildiği belirtirken; sunulan filmlerin en az 4'ünün izlemiş olanların oranı sırasıyla: %22. %33 ve %40'tır (Bourdieu 2017, 47). Bourdieu'ya göre “kültürel sermayenin aktarım mantığı”, eğitim ve aileden aktarılan kültürel sermayelerin birleşiminden oluşmaktadır (2017, 41). Fransa'daki müze ziyaretçileri üzerine yaptığı araştırmada eğitim düzeyi yükseldikçe müze ziyaretlerinin de kültürlü sınıflara özgü bir hale geldiği sonucuna varmıştır (Bourdieu 2017,30). Eğitim kurumunun verdiği diploma, erişim sağlanmasını olanaklı kıldığı toplumsal konumların bir gerekliliği olarak kültürel pratiklerin dayatılmasına, yeniden üretilmesine ve içselleştirilmesine sebep olur. Okul ve farklı eğitim kurumları, sinema eğitimi ve kültürü açısından belli başlı gereklilikleri kurumsal olarak öğrenciye vermektedir.



Tablo 3: Katılımcıların film seçiminde en çok dikkat ettiği şeyler (2022)

Anket katılımcılarının film seçiminde en çok dikkat ettiği şey %73,42 ile yönetmen, ardından %64,56 ile filmin konusu, %52,32 ile oyuncular, %48,10 ile yapılan eleştiriler, %42,52 ile gösterildiği festivaller, %33,76 aldığı ödüller, %16,88 ile gösterildiği sinema salonu %10,55 ile filmin adı takip etmektedir. Anket katılımcıları “Diğer” (%2,53) seçeneğine, filmin türü, puanı ve sinematografisi seçeneklerini eklemişlerdir. Seçilen ilk seçenek ile ikincisi arasında yüzde 10’a yakın bir farkın bulunması film seçiminde “yönetmen” isminin ve bilgisinin önemine dikkat çekmektedir. Lev, özellikle sanat filmlerinde yönetmenin itibarının filmin pazarlanış “paketinin” önemli bir parçası olduğundan ve yönetmenin isminin yapım ve seyir süreçlerinde vazgeçilmez bir unsur olduğundan bahseder (Lev 1993, 33). Bourdieu ise yönetmen tanımını, sinemaya gitme pratiğinden ziyade kültürel sermaye ile ilişkilendirmiştir (2017, 47). Bourdieu “yönetmenlerin adı gibi bilgi biriktirme eğilimi yeteneğinin eğitim sermayesine daha yakından bağlı olduğunu ve bu ilişkinin gelir düzeyine, ikametgâh ve yaşa göre değişen, salt sinemaya gitmekten daha kesin bir bağıntı olduğunu” iddia eder (2017, 46). Düzenli sinemaya gitme pratiği, yönetmen tanıma gibi eğitim sermayesi gerektiren bir konunun yokluğunu telafi etmeye yeterli değildir. Uzun bir eğitim sürecinin sonunda gelen diploma, “estetik yatkınlığı edinme kabiliyetinin bir garantisi” olarak vardır (2017, 50).

Bu noktada eğitim sermayesini de içine alan kültürel sermaye kapsamında aileden miras alınan sermaye ve edinilmiş sermaye kavramlarına bakmak önemli olacaktır. Daha önce

de üzerinde durulduğu üzere “birincil habitus” kendisinden daha sonra öğrenilen ve edinilen “ikincil habitus”ten daha dayanıklıdır ve bilinçdışı bir şekilde içselleştirilmiştir: bu aileden miras alınan sermayenin kapsamına girer. Birey film izlenen bir evde büyümüş, sinema salonuna gitme alışkanlığı olan bir hanede yetişmişse bunu bilinçdışı bir şekilde içselleştirir ve “normali” haline getirir. Bourdieu’nün “karikatürvari bir çalışma”yla elde edilemeyeceğini savunduğu bu sinemaseverlik aksine çoğu zaman, meşru kültürün aile veya okul aracılığıyla edinilmesiyle yatkınlığın olanaklı hale getirdiği, kasıtlı olmayan öğrenmelerin bir sonucudur (Bourdieu 2017, 49):

“Genel uygulamada geçerli olan algı ve değerlendirme kalıpları kümesiyle donanmış, bu nakledilebilir yatkınlık, farklı kültürel deneyimlere doğru yönelen, onları algılamayı, sınıflamayı ve de başka bir biçimde akılda tutmayı sağlayan şeydir: Mensup oldukları grubun tamamıyla ("Gördünüz mü?" "Görmek lazım." biçiminde -ki bunlar düzene çağırma- meşru sınıflamalar ve -bu şekilde adlandırılmaya layık- tüm sanatsal degüstasyonlara olmazsa olmaz bir eşlik etme söylemi üretmekle görevlendirilmiş tüm eleştiri çevreleri tarafından, görülmeye değer olan ile doğru görme biçiminin belirlenmesinde yardım almış bazılarının, sadece "Burt Lancaster'lı bir western" gördüğü yerde, diğerleri "John Sturges' ün kariyerinin başlangıcını", veya "Sam Peckinpah' ın en son halini" görürler.” (Bourdieu, 49)

Ancak bu özellik sadece ve sadece aileden miras kalmaz, sonradan da kazanılabilir, birey ailesinden almadığı veya belirli bir grup veya sınıf değişikliğiyle ilk defa elde ettiği sermaye ilişkilerine adım atabilir, bu durumda yeni bir sermaye sahibi olur: bu da edinilmiş sermaye olarak adlandırılır.

Görüşmeciler arasında aileden aktarılan kültürel sermaye görüşmeci için ilk etapta bir anlam ifade etmemektedir. Sinema pratiklerinin aileden gelip gelmediği sorusuna ilk tepki ailenin çok da etkili olmadığı, arkadaş çevrelerinin, üniversite ortamlarının ve kendi çabalarının daha ön planda olduğu yönünde olsa da devam eden ifadelerde çocukken evde film izlendiği, VHS, CD oynatıcı vb. cihazların olduğu, ailenin görüşmeciyi çocukken mahalle sinemalarında film izlemeye götürdüğü, anne-baba dışındaki akrabaların film zevklerinin de aslında etkileyici olduğu ortaya çıkmıştır. Özellikle evde televizyon ve VHS, CD oynatıcı vb. bulunması, buralardan film izleniyor olması bireyin film izleme pratiği elde etmesini ve sinemayla ilk tanışıklığı sağlamış; film izlemenin hane içerisinde normal bir aktivite olması ergenlik ve yetişkinliğe geçişle beraber sinemaya gitme deneyimini beraberinde getirmiştir.

“...annem yani ailem beni daha çok mahalle sinemasına götürdü. Çünkü evimizin iki sokak arkasıydı mahalle sineması ve hani tam böyle yetmişler seksenlerden kalan bir mahalle sineması.” (E6)

“Bir yere kadar sinema kültürümü oluşturan kişi babam oldu diyebilirim. Ama o bağımsız sinema tarafında hiç yoktu. Bağımsız sinemaya farkındalığım, yine işte bu şey VCD, DVD zamanlarından, al bunu seversin diyen ne yazık ki korsan filmci sayesinde. Bunu söylemem ne kadar doğru bilmiyorum.” (K2)

“... tabii ki yani büyüdüğün evde ve daha küçükken sinemaya gitmenin ya da işte sürekli videoda film izliyor olmanızın, sürekli eve kaset kiralanıyor olmasının çok büyük bir etkisi vardır muhtemelen. Evin içinde bir videoplayerın olmasının esas şeyi var, çünkü sonuçta atıyorum 4-5 yaşlarında bir çocuk kalkıp kendisi sinemaya gidemez. O zamanlar da hani böyle bir çocuk filmi denen bir şey yok. Yani çocuk oyununa götürdüklerini, tiyatroya çok hatırlıyorum. Ama bir çocuk filmi gibi bir şey hiç hatırlamıyorum. Dolayısıyla evde videoplayer'ın olması bütün o filmleri, o yaştaki bir çocuğa erişilebilir kılan bir şeydi.” (K7)

Bireyin üniversite hayatı ve çevresinin bağımsız sinema ile ilişkisinde önemli bir rol oynadığı karşımıza çıkan olgulardan biridir. Bu açıdan sinemasal tüketimin sadece aileden taşınan sosyal ve kültürel habitusun bir devamı olmadığı, sonradan öğrenilen ve kişisel çaba ile geliştirebilen bir alan da olduğu karşımıza çıkmaktadır.

“Tabii ki üniversiteyle birlikte insanın, ne denir bakış açısı da tabii ki genişliyor orada. Ben de İletişim mezunuyum, sinema bölümünden de dersler alıyordum. Onların da tabii ki etkisi oluyor ve etrafındaki arkadaşların, işte konuştuğun, muhabbet ettiğin şeyler değişiyor. Orada yavaş yavaş evet, yani o ünlü Avrupalı yönetmenler, Amerikalı yönetmenler, Uzak Doğulu yönetmenleri duya duya derslerde, arkadaşlarla konuşa konuşa, üzerine yazılar yaza yaza bir yerden oradaki değeri de anlıyorsun, görüyorsun ve onu da devam ettirmek istiyorsun sonra.” (E8)

“Evde tüplü bir televizyon vardı, akşam ailecek oturur bu akşam Show'da güzel bir film varmış diyerek annemle çekirdek çitleyerek izleyen bir çocukluk geçirdikten sonra sinema deneyimi olunca farklı gelmişti. İlk başta o farklılık beni çekmişti çünkü televizyon değil, koca bir ekran ve reklam yok, seyir zevki var. O zaman seyir zevki olduğunu fark etmiştim.” (E7)

Özellikle edinilen sermaye kapsamında sinema, bireyin aileden ayılıp bireyselleşmesi ile de yakın bir ilişki içerisinde gözükmektedir. Sinemaya gitmek, hane dışına çıkmak ve aileden kopuşun sembolik anlarından birini oluşturmaktadır. Bu kopuş hali sonrasında üniversite ile de devam etmektedir. Ancak bu konuda farklı tarihsel pratikler ve nesiller arası farklar göze çarpmaktadır. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde şehrin film festivalleri üzerinden bu ayrım ayrıntılı bir şekilde ele alınacaktır.

Sinemanın sınıfsal bir yanı olduğu birçok görüşmeci tarafından tekrarlanmıştır ancak bu sınıfsallık içselleştirilmiş bir bilginin sonucu değildir, aksine görüşmecilerin ekonomik sermayenin temelini oluşturduğu bir sınıfsallıktan bahsederken oldukça bilinçli oldukları

göze çarpmıştır. Özellikle pandemi dönemi ve sonrasında ülkenin içinde bulunduğu ekonomik kriz ve bilet fiyatlarındaki artış seyirciyi sinemaya giderken seçici olmaya itmektedir. Sinema salonuna ulaşmanın kendisi de ayrıca bir zaman ve para gerektirmektedir. Özellikle sinemanın ekonomik boyutundan bahsederken Bordwell'in sanat filmi izleyicisini tanımlarken kullandığı “burnu havadanlık” ortadan kaybolmaktadır. Biletlerin pahalılığı, gelir düzeyi yetersizliği, tam zamanlı bir işte çalışma zorunluluğu vs. gibi ekonomik kaygılar seyircinin sinemadan uzaklaşmasını haklı çıkaran sebepler olarak değerlendirilmiştir. Buna ek olarak görüşmecilerden birinin belirttiği gibi aile içi bir etkinlik olarak sinemaya gitmek ekonomik olarak oldukça zorlaşmaktadır. Görüşmecilerimizden hepsinin çocuksuz ve sadece birinin evli olması özellikle aile etkinliği olarak sinemaya gitme eylemi üzerinde durulmamasıyla sonuçlanmıştır. Genel olarak görüşmelerin tümünde sinemaya gitmek bireysel veya arkadaşlarla yapılan bir aktivite olarak değerlendirilmiştir. Görüşmeciler bu noktada ekonomik kararlarını verirken daha bireysel bir yerden sinema salonu ile ilişkilenebilmektedir.

Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda Kadıköy Sineması seyircisi tarafından sosyoekonomik bir ayrışma mekânı olarak değil, sosyokültürel bir ayrışma mekânı olarak kullanılmaktadır. Salonun bilet fiyatlarının çevre salonlardan ucuz olması buna bir gösterge olarak sunulabilir.⁸ Bu noktada salon işletmecisinin aynı zamanda mekan sahibi olması, günümüzde İstanbul'un en büyük problemlerinden biri olan yüksek kiradan muaf olmasını sağlamak ve salonu ekonomik kararlar alırken daha özgür kılmaktadır. Kadıköy Sineması ile aynı bölgede konumlanan ve görüşmelerde en çok konuşulan iki salon olan Tepe Nautilus ile Akasya aynı zincir grubun sinemaları olmasına karşın bilet fiyatları kendi içlerinde değişiklik göstermekte ve bu durum özellikle de Mars Group'un fiyatlandırma politikasına dikkat çekmektedir.

⁸ Kadıköy Sineması'nın Öğrenci: 70 TL ve Tam 90 TL olan bilet fiyatları; görüşmelerde en çok adı geçen iki AVM olan Tepe Nautilus (öğrenci 90 TL, tam 105 TL) ve Akasya'dan (öğrenci 120 TL, tam 135 TL IMAX: öğrenci 140 TL, tam 155 TL) daha uygun fiyatlıdır (Veriler Nisan 2023 de alınmıştır, Mayıs ayındaki süreçte Akasya tam 145 TL, öğrenci 130 TL; Tepe Nautilus öğrenci 95 TL, tam 110 TL olarak güncellenmiş, Kadıköy Sineması aynı kalmıştır). Yine bu tez çalışmasıyla ilgili veri toplamaya başladığında (Temmuz 2022) Akasya AVM'de tam bilet 52 TL, öğrenci bileti 47 TL; Tepe Nautilus AVM'de ise tam bilet: 44,50 TL, öğrenci bileti: 40 TL idi.

Seyircinin farklı ekonomik kesimlerden geliyor olması, aileden miras kalan kültürel ve ekonomik sermayenin değişkenliği mekânı seyirci açısından sınıfsal bir yerde konumlandırmamızı zorlaştırmaktadır. Kadıköy semtinin karmaşık demografik yapısı, AKP hükümetinin neoliberal politikalarının ve rant sisteminden kısmen uzak ve ayırık kalabilen yapısı semti heterojen bir hale getirmektedir. Bu durum David Ley'in "yeni orta sınıf" kavramsallaştırmasıyla paralellik göstermektedir. Ley (1994, 53), sınıf ve mekân arasındaki ilişkiyi kentli tüketicilerin kimlikleri üzerinden yorumlar ve yeni orta sınıf olarak adlandırılan tabakaların sahip oldukları bir coğrafi/mekânsal kimlik olduğu iddiasını taşır (Demiral 2016, 16). Ley, yeni orta sınıfı "kültürel orta sınıf" olarak da tanımlar. Ley'e göre homojenlikten kaçınan bu sınıflar "özellikle sanat, medya veya akademi alanlarında profesyonelleşmiştir, kentin fiziksel olarak iyileştirilmesinden (*improve*) veya onarılmasından (*renovate*) ziyade, kültürel bir dönüşümün ve kendi sınıfsal aidiyetleri çerçevesinde şekillenen beğenilerinin yansıdığı, çeşitlenen alanlar yaratmayı" hedeflemektedir (Demiral 2016, 16-17). Neil Smith, Ley'in "yeni orta sınıf" kavramsallaştırmasını, "yaşam biçimi değişmekte olan" orta sınıf olarak yeniden ele alır (Demiral 2016, 17). Smith'e göre, yeni orta sınıf kendini gelire bağlı olarak ayırıştırılmaz, mesleki, politik ve hatta kültürel kriterler de onların mevcut kimlikleri üzerinde belirleyicidir (Smith 1997, 94). Seyirci sinema salonu seçimini sosyal ve kültürel kimliğinin bir parçası haline getirmektedir. Bu açıdan salon kendisini sanat ve kültür yoluyla tanımlamak isteyen farklı kesimlerin ortaklaştığı bir alan haline almaktadır.

"...bu da sonuçta sınıfsal bir şey. Yani bir dönem hiç gidemedim. Bir dönem festival bile takip edemedim, hatta buraya gelirken onu da düşündüm. Gerçekten ekonomik olarak çok zorlandığım ve işte aynı zamanda tabii ki ekonomik olarak iyi olduğum ama tam zamanlı çalıştığım 2 dönem var. O dönem hiç gidemiyordum sinemaya neredeyse ayda bir gidebiliyordum olsam öpüp başıma koyuyordum. Yani şu an bir şekilde bunu döndürebilecek bir durumumuz var. Bir de tamamen oraya odaklı yaşadığım için bir şekilde buraya bütçe ayırabiliyorum. Yani çok maliyetli bir şey bence salonda film izlemek, bir de işte platformlara üye olduğunu falan... Önceliği burada olmayan bir insanın buraya bütçe ayırmaması, ayıramaması çok anlaşılır bir şey." (K2)

"Son kertede sınıfsal bir tarafı bence net var. ...her şeyde olduğu gibi, şu an Türkiye'nin bütün ekonomik krizi kültürel hayatı çok büyük bir oranda belirliyor ve onu belirli bir sınıfın ayrıcalığı haline getiriyor ne yazık ki... O yüzden de bir sınıfsal tarafı var. Kültürel sermaye anlamında da o sınıfsallıkla paralel bence bir tarafı var. Kültürel sermaye eşittir, ekonomik sermaye demek değil elbette ama şu anki koşulların içerisinde o ekonomik sermaye sizin kültürel sermayenizi de belirliyor ne yazık ki daha çok belirliyor belki." (K7)

3.1. Arthouse Sinema Seyircisi, Film İzleme Kültürü ve Sinefili

Smythe 1953 yılında Illinois’de yaptığı bir seyirci araştırmasında düzenli ve düzensiz “arthouse” izleyicisi üzere farklılıkları ve benzerlikleri gruplandırmıştır. Bu çalışmaya göre düzenli film izleyicileri sinemayı “ciddiye” alan, “ciddi” drama filmlerini seven, film seçiminde kişisel zevklerini ve dergilerde çıkan eleştiri yazılarını dikkate alan, filmin teknik özelliklerine dikkat eden bir grubu oluştururken; düzensiz seyirci ağızdan ağıza yayılan bilgi ile film tercihinde bulunan, film seçiminde oyuncunun ön plana çıktığı, kendi zevklerinden çok başkalarını fikirlerine ve zevklerine göre seçim yaptığı bir grubu oluşturmaktadır (Smythe, 1953). Bu çalışmada da seyirciyi anlamak adına film izleme kültürü, arthouse sinema seyircisi olmak, iyi ve kötü seyircilik halleri üzerine sorular sorulmuş, seyircinin kendi ifadeleriyle kimlik inşa süreçleri anlamlandırılmaya çalışılmış ve içselleştirilmiş bir seyirci kategorizasyonundan bahsedebilir miyiz anlaşılmasına çalışılmıştır.

Görüşmeler sırasında “film izleme kültürü” üzerine iki ana ayrım göze çarpmaktadır: bir grup bu kültürün değişkenliğine dikkat çekerken diğer grubun daha net sınırlar çizdiği göze çarpmaktadır. İlk grup tek bir kültür tanımı vermek yerine bunun zamana ve mekâna göre değişikliğine dikkat çekmiştir. Bu noktada seyircilerin aslında sinema tarihi ve sinema salonunda film izlemek adına farklı zamanlardan ve coğrafyalardan örnek vermesi görüşmecilerin belirli bir sinema bilgisine sahip olduğunu göstermektedir. Bu da seyircinin eğitim ve kültürel sermayesine bir kanıt sunmaktadır.

“Buna sadece sinema izlemenin dönem dönem farklı kültürleri oluyor diyebilirim. Mesela işte 2. Dünya Savaşı’ndaki savaş zamanı alışkanlıklarını bilmiyorum insanların, ondan sonra Amerika’daki arabalarını bir yere çekip izledikleri zamanlar, kaset kiralamaya başlanıp sinema salonlarının dolmadığı oluyor ve daha sonrasında movieplexler açılıyor. Buraya giden insanlar bir filme gitmek üzere değil de bir boş zaman aktivitesi olarak gidiyorlar. Yani zaman zaman değişen baskın kültürler olduğunu söyleyebilirim.” (K4)

“Çoğalıyor ve çeşitleniyor bence ve çok farklı o anlamda film kültürlerini karşılaştığı bir yer de haline geliyor bence.” (K7)

Şu an benim baktığım kültür büyük ihtimalle biraz daha Batılı bir durumdan bakan bir bakış açısıyla düşünüyorum ama sessizce işte tahmini odaklanarak ve etraftaki insanlarla aslında çok da etkileşime girmeyerek izlenen bir etkinlik, o şekilde bakıyorum. Fakat düşününce tabii işte altmışlarda yetmişlerde Anadolu’daki sinemalar ya da genel olarak batı dışında yani dünyada farklı yerlerdeki izleme deneyimlerine baktığımızda insanlar onu daha hani katartık bir deneyim olarak da görebiliyorlar mesela. Toplumsal bir bağlanma anı olarak da görebiliyorlar. Dolayısıyla bunlardan birine, kendi alışkın olduğuma doğru kültür demek

istemiyorum. Ama zamanla belki insanlar kendi yetiştikleri gördükleri şeyi de default kültür olarak görüyor olabilirler. Benim yaklaşımım biraz o şekilde. (E1)

İkinci bir eğilim görüşmecilerin bu soruya “film izlemenin bir kültürü vardır ve olmalıdır” şeklinde cevaplama olarak göze çarpmaktadır. Ardından görüşmeciler sinema salonunda yapılmaması gerektiğini düşündüğü davranışları sıralamaya başlamıştır. Bu konuda görüşmecilerden net ve ortak cevaplar gözlemlenmiştir. Genel olarak görüşmecilerin seyir deneyimini etkileyen ve sinema salonuna gelme amaçlarından biri olan “odaklanma”yı bozan hareketler bir izleyicinin yapmaması gereken hareketler olarak kodlanmıştır. Seyircinin yapmaması gereken hareketler, yapılmasının sorun olmadığı hareketlere oranla çok daha kolay ifade edilmiştir. Sessiz olmak, telefona bakmamak, yemek yememek tüm görüşmecilerin ortak yanıtları olmuştur.

“...telefonlara bakılmamalı oturduğu andan itibaren reklam bile oynasa o telefon çıkmayacak. Yani o konuda çok netim ve hiç hiç oynamam telefonumla. Sanırım bir de insanların aldıkları yiyeceklere dikkat etmesi benim çok hassas noktam hışırtılı paket tutulmaması gerekiyor sinema salonuna. Çünkü ben dikkati çabuk dağılan bir tipidir. Yani ben anında gözüm kayıyor.” (E6)

“(telefona) insanları rahatsız etmeyecek şekilde iletişim kurularak cevap verilebilir ama video çekmek, telefon açmak, yanındakiyle muhabbet etmenin yanlış olduğunu, insanların evinin salonunda olmadığını fark etmesini ve orda bir ayırım olması gerektiğini düşünüyorum. Ama biraz daha ılımlı yaklaşıyorum sonuçta bu bir ceza görme yeri değil. Bence elimiz kolumuz bağlı, bir buçuk veya 2 saat böyle duracağımız bir yer de olmamalı. Bu da abartı geliyor. Yine de telefonları açma, mesajlaşma, bitcoin bakanlar bile gördüm, bunlar da olmamalı. Sinemanın bir kültürü var ve bu kültür çok küçük yaşta ediniliyor. Bence örneğin 8-9 yaşlarındaki öğrencileri, öğretmenlerin yaşlarına uygun filmlere götürüyor olması gerekiyor. Bu böyle bir aktivitedir ve bu şekilde yapılır. Ama tabii günümüzde artık bunun bir önemi kalacak mı bilmiyorum. 5 sene önceki düşüncem bu şekildeydi. O çocuklar belki başka şekilde erişiyorlar o filme belki de kendi alışkanlıklarını yaratmaya başlamışlardır.” (K8)

“...mısır yemek diyeceğim maalesef. Telefon kullanmak çok fazla çünkü orada bir şey izliyorsunuz ve o an takılmışsınız ona yani tamamen bütün ruhunuzu ona verdiğiniz anda biri yanında ışık geliyor falan. Bunlar çok kötü. Birinin uflaması puflaması falan çok fazla oluyor. Yani özellikle sanat filmlerinde falan yani çok sıkılıyorlar insanlar. Yanında ofluyor yani çıkabilirsin mesela, onu biraz şey yaparım. Böyle şeyler aslında çok fazla insanın dikkatini dağıtan şeyler, yani sinema filmi izlerken insanın dikkatini dağıtan şeyler biraz insanın moralini bozuyor. Yani istemiyorsun. Bir kültür olmasını istiyorsun aslında sinema izlemenin diğer insanlar için aslında...” (E5)

Ve bir görüşmeci sinema salonundaki bu yazılı olmayan kurallara uyulmayışının kendisinin sinema salonunda film izlemeye gitmemesine sebep olduğunu belirtmiştir.

Bir kere şöyle bir şey var, sinemada kesinlikle sessiz olunmalı. Kesinlikle bir şey yenilmemeli. Çok az bir şekilde bir şey içilmemeli. Yani suyu geçiyorum. Ben şeyden püskürterek bir kola içmekten bahsediyorum. Benim sinemaya gitmeme nedenlerim de bunlar aslında insanlar çok konuşuyorlar. Hiç fark etmeksizin, yani hangi sinema olursa olsun çok konuşuyorlar. Çok telefona bakıyorlar. ..rahat olmaz diye evde izlemeyi tercih

edebiliyorum. Var yani işte sinemaya gelen kişi bir kere sessizlik yemini etmiş kişidir yani bence. Ama bu ihlal edildikçe ben sinemaya gitmez oldum. Ne olursa olsun festival filmi filan da olsa insanlar bir şekilde çok konuşuyor. Yok akıllı saatleri yok akıllı telefonları, yani ben sinemaya kopmak için gelmişim. Zaten bunlar sürekli o uyarılarla beni taciz ediyorlar. O yüzden gitmiyorum genelde. (K5)

Yine dikkat çekici unsurlardan bir tanesi soruda belirtilmemesine rağmen verilen cevapların hepsinin sinema salonunda kolektif bir seyir haline yönelik davranışlar için verilmiş olmasıdır. Görüşmecilerimiz nezdinde film izlemenin kültürel boyutu kamusal alanla beraber ele alınmaktadır. Ev ortamı bu kamusal alanın organik bir uzantısı olarak ele alınmamaktadır. Film kültürünün içinde yapılmaması gereken davranışlar olarak sayılan maddeler evde film izlerken yapılabilir kabul edilmektedir. Kamusal alanda üstlenilen “izleyici” rolü evde film izlerken aktif olmak zorunda değildir.

“Hani biraz önce bahsettiğim bi telefonun sesini kısmıyorum evde yani sonuç olarak. Bir o bence en büyük böyle bir dikkatinin dağılımına sebep olabiliyor.” (K3)

“Evde her an uyuya kalabilirim, her an başka bir iş çıkabilir vs. o yüzden gerçekten böyle ‘izlemesem de aslında olur ama şu an izlemek istiyorum.’ dediğim şeyleri izlemeyi tercih ediyorum.” (K8)

Seyircinin evde film izlemek yerine sinemada film izlemeyi tercih etmesindeki en temel sebeplerden bir tanesi de sinema salonunun beraberinde getirdiği toplumsallığı bir öz disiplin aracı olarak kullanmasıdır. Evdeki dikkat dağıtıcı etkenlerin sinema salonunda olmaması seyircinin filme daha iyi odaklanabilmesini ve beyaz perdede geçen hikâyeyi daha iyi takip etmesini sağlamaktadır.

“Evde de istediğim kadar film izleyemedim. Biraz da toplumsal hani stres halinden dolayı odaklanıp baştan sona böyle 2 saat 3 saat bir şeye ayırmak çok zor gelmeye başlamıştı. İşte sinema salonlarında bahsettiğim o odaklanma, zorla odaklama belki durumundan yararlanamamak beni biraz olumsuz etkilemişti.” (E1)

“Ben beyaz perdede izlemediğim filmler hakkında yazmakta daha çok zorlanıyorum yani, çünkü odak bir kere çok kayıyor evde ya insan istemez kayıyor, durduruyorsun işte ne bileyim kocamla konuşuyorum. Arada işte benim kedilerim sığıyor, üstüme falan.” (K2)

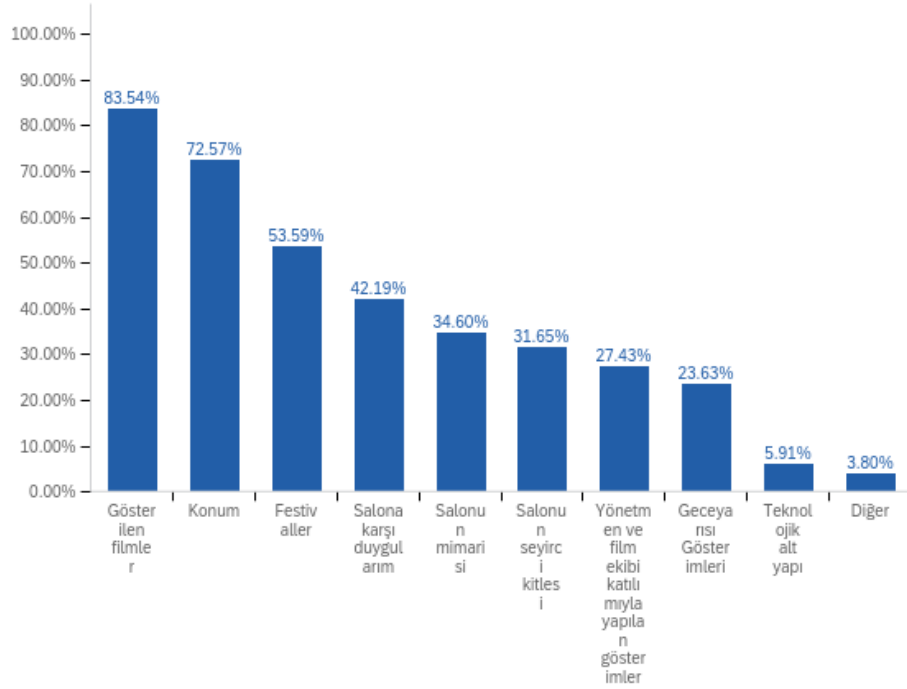
“Evde çok dikkat dağıtıcı şeyler oluyor işte yandan şimdi aklıma bir iş geliyor, onu yapasın geliyor kalkıyorsun, gidiyorsun onu yapıyorsun. Ondan sonra hadi çıkayım sigara içeyim diyorsun bir kahve yapayım şey yapayım derken filmin devamlılığı gidiyor gibi geliyor. Sinemada yani bildiğin 45 dakika ders gibi yani orada bir buçuk saat, bir saat oturup izlemek zorunda oluyorsun. Daha şey oluyor bir de hani evde ne kadar istesem de o sinemadaki immersion hani içine alma şeyi olmuyor benim için.” (E2)

“Ev ortamı konforlu bir alan, evde çok rahatız. Yani dikkat dağıtıcı unsurlar var mesela. Yani kapı çalıyor işte arkadaş mesaj atabiliyor, ışık açık oluyor, şu oluyor bu oluyor, o şeyden öte yani. İşte sinema salonlarını kendi üstünlükleri, perde büyüklüğü vesaire ötesinde dikkat dağıtıcı unsurlar olabiliyor. Biz yani modumuz farklı oluyor, her şeyden önce. Evdeki bir modla benim modumla sinemaya gideceğim ben 2 saat sonra film var ona göre, kaçta çıkmam lazım, giyiniyorum, insanlar olacak orada yani her şeyi giyemem işte üstündeki ne bileyim, pis bir şey olmamalı vs. giyinmek, hazırlanmak çıkmak. Orada o insanlarla birlikte izlemek, mümkünse işte kesintiye uğramadan izlemek. Bu çok önemli bir şey.” (E3)

Görüşmecilerimiz aynı zamanda filmi sinema salonunda izlemenin filme bir “saygı” niteliğinde olduğunu dile getirmişlerdir. Bu durum daha önce bahsettiğimiz klasik sinefli fikrindeki “bağımsız sinemadaki film deneyiminin evde ya da daha büyük ticari sinemalardaki deneyiminden daha otantik olduğu (Aboulaoula ve Biltereyst 2021, 489)” yönündeki klasik argümanın tezahürlerinden biri halini almaktadır.

“Sinemada izlerken daha böyle “me time” gibi değil ama o filme gösterdiğin, o filme gösterdiğimiz saygıymış gibi, filme katılıyormuşum gibi, sanki film hep oradaymış da beyaz perdedeymiş de ben o filme katılıyorum. O his güzel bence ama evde öyle bir şey yapmıyorsun, yani yatağındasın.” (K3)

“Yani beyaz perdede bir de şey de yani bir saygı gösterisi gibi de geliyor.” (K2)



Tablo 4: Katılımcıların Kadıköy Sinemasını Tercih Etme Nedenleri (2022)

Anket sonuçlarında katılımcıların %83,54'nün Kadıköy Sinemasını tercih etme sebebi salonda gösterilen filmlerken %72,57'si salonun konumunu, %53,59'u salonun festival mekanı olmasını, %42,19 salona karşı hissettiklerinin etkili olduğunu, %31,65'i salonun

seyirci kitlesinin tercihlerinde etken olduğunu, %27.43'ü yönetmen ve film ekibi katılımlı özel gösterimlerin %23.63'ü ise gece yarısı gösterimlerinin etkili olduğunu ifade etmiştir. Teknolojik alt yapı %5,91 ile en alt sıralarda gelmektedir. Kadıköy Sinemasının basit mimarisiyle filmin kendisini odak noktasına alması “sinefillerde sinemanın altın çağına dair bir nostalji duygusu” (Aboulaoula ve Biltereyst 2021, 489) uyandırmaktadır bunun bir sonucu olarak teknolojik alt yapı Kadıköy Sineması seyircisinin beklentisinde en alt sıralardadır. Diğer seçeneğini işaretleyen katılımcıların verdiği yanıtlar ise şu şekildedir: fuayedeki plak dükkânı, bağımsız bir salon olması, sinemayı yaşatma isteği, Beyoğlu Sineması'nın kapanması, Kadıköy'e taşınmış olmak, salona destek olmak ve salonun mimarisinden öte verdiği nostaljik his.

Daha önce bahsettiğimiz şekilde salonu diğer sinema salonlarından ayıran “seçkisi”, seyirci için salonu tercih etme sebeplerinin başında gelmektedir. Bu noktada bir çelişki göze çarpmamaktadır. Konum ise derinlemesine görüşmelerde en çok konuşulan etkenlerin başında gelmektedir. Neden Kadıköy Sineması sorusu sorulduğunda Kadıköy semti ile kurdukları duygusal bağ göze çarpmaktadır. Görüşmecilerin çoğu Kadıköy ve çevresi bölgelerde ikamet etmektedir ve/ya bir dönem Kadıköy'de yaşamıştır. Bu noktada salonun yakın olması tercih edilmesini arttırıyor olsa da salonun mevkisinin “Kadıköy” olmasının ve “Kadıköylü olma kültürünün” de salon tercihiyle ilişkili olduğu göze çarpmıştır.

“Bence bu insanların kültürü mahallelerindeki olanaklarına da yansıyor. Atıyorum Kadıköy'de burada çok fazla bağımsız sinema var. Bunlar tarihsel ve sonradan da peydahlanan şeyler. Yeni açılan şeyler var: 4. kuşak tiyatrocunun açtığı küçük bir oda tiyatrosu var, dibimde Moda Sahnesi var. Bunlar hep o bulunulan mahallenin kültürünü yansıtıyor. Hizmet verdiği izleyicinin kültürünü yansıtıyor. Atıyorum Başakşehir' e oturan bir insan gidip Kadıköy veya Atlas sinemasını tercih etmeyecek. Gidip Emaar Square, bir Vialand ne varsa artık şatafatlı, yapay bir düzlem tercih edecek çünkü onun için orada sinemaya gitmek değil, boş zaman aktivitesi önemli. Bu yüzden bu tarz sinemaların – Kadıköy Sineması gibi- kesinlikle belirli bir çekirdek kitlesi ve kültürü olduğunu düşünüyorum. Ben oraya giden insanların %50'sinin Kadıköy'e gideyim, bir dolaşayım, daha sonrasında sinemaya gireyim deyip kapıdan doğrudan bilet aldığını zannetmiyorum. İnsanlar artık online olarak film ve sinema programlarını takip ediyorlar ve doğrudan oraya gidip bunu izlemek üzere oraya gitmiş oluyorlar. Bir de Kadıköy'ün yerlileri var tabi, onların sinema salonu gerek bölgenin sosyoekonomik yapısı, biliyorsun burası çok güçlü sosyoekonomik düzeye sahip olan bir yer, memurlar yaşamıyor burada yani en azından benim bildiğim kadarıyla, bence Kadıköy Sineması da bu insanların alışkanlıklarının bir yansıması. Ayrıca içinin o kadar iyi preserve edilmiş olması, ne kadar değişti bilmiyorum ama en azından bu kadar eskiyi yansıtmaya yönelik bir mimarisi olması bence Kadıköy sinemasının izleyicisinin alışkanlıklarını yansıtıyor. Bu yüzden burada bir kültür var.” (K4)

Görüşmecilerin her biri Kadıköy'e karşı aidiyet duygusundan bahsetmiştir. Bunda en önemli sebeplerden biri Kadıköy'ü "kendileri gibi olabildikleri nadir alanlardan biri" olarak görmeleridir. Kadıköy içerisindeki karşılıklı saygı organik gelişmektedir. Birisinin Kadıköy'de olması, -sinemaya gelmiş olması, arkadaşlarıyla buluşmuş kahve içiyor olması veya sadece dolaşmak için gelmiş olması gibi durumlar fark etmeksizin- o insan hakkında olumlu düşüncelere sahip olmak için yeterlidir. Kadıköy'de "bulunma" ön koşulu, kültürlü, entelektüel, saygılı, özgür düşünceli olma ön kabulünü beraberinde getirir. Bu durum sinemanın seyircisi için de geçerlidir. Görüşmelerde Kadıköy Sineması'nın diğer seyircilerden "farklı" bir seyirci kitlesine sahip olduğu üzerinde durulmuş, bu da sinemayı tercih etmekteki etkenlerden biri olarak öne sürülmüştür.

"Bu kitle sosyoekonomik düzeyi orta üst sınıf, seküler genel olarak ezici çoğunluğu, seküler dünya görüşüne sahip yaşam biçimine sahip. Entelektüel eğilimleri olan kültür sanata ilgi duyan insanlar bunlar. Yani genelde benim hani genel çizgime, dünya görüşüme, yaşam biçime çok yakın insanlar büyük oranda, benzer insanlarız... Özgürlükçü, demokrasiden yana, kültürden, sanattan, insan haklarından işte evrensel insani değerlerden, yana çevreci hayvan haklarını önemser, yani demokrasiyi önemseyen insanlar bunlar, çağdaş demokrasinin temel gereksinimlerine sahip insanlar genel olarak bu insanlar." (E3)

"Kadıköy Sineması'nda film izlemeye giden bir kitleyle, Akasya AVM de film izlemeye giden bir kitle arasında fark oluyor. Yemesinden içmesine, oturmasından filmi izlemesine, gösterilen filmin kategorisine kadar her şey farklı. Bu tabii bize film seçme olayının, sinemada bir filme gitme olayının sosyoekonomik durumunu da gösteriyor. Belirleyici şeylerden biri o, belki de en büyük belirleyen." (K5)

"Mesela görüyorsun sen salondan çıkacaksın, insanlar durmuş konuşuyorlar daha salondan çıkmadan film konuşmaya başlamışlar. Oraya insanlar bence aceleleri olmadan geliyor. Vakitlerini oradaki film ayırarak geliyorlar ve sonrasında oturup kahve içecekler, bira içecekler sonrasında. Amaç sadece film izlemek değil. O filmi izleyip filmi sevebileceği kişilerle sohbet edebilecek bir kitle hani okumuş bir kitle ya da okumaya saygı duyan, sanata saygı duyan bunları algılayabilecek kapasitesi olan bir kitle." (K1)

"Genel olarak bağımsız film izleyicisini ayrı bir kategori olarak ele alabiliriz. Ben sadece Kadıköy'ü mimarisini, Kadıköy'ün vicdanını, Kadıköy'ün sanata olan ilgisi olarak ele almayı tercih ediyorum." (E7)

Görüşmeler sırasında katılımcılara "arthouse sinema seyircisi ayrı bir kategori olarak ele alınabilir mi ve arthouse seyircisinin özellikleri nelerdir" anlamak adına farklı sorular sorulmuştur. Görüşmeciler "arthouse film izleyicisi"ni ayrı bir kategori olarak ele almışlardır. Seyircinin öznel arthouse seyir deneyiminden ayrı olarak oluşturduğu ana ayrım, popüler film ve izleyicisi üzerinden kurulmuştur. Popüler filmler, ana akım, Hollywood, Marvel filmleri gibi terimlerle de ifade edilmiştir. Görüşmelerde popüler

film seyircisi için sinemanın “eğlenceye yönelik, beyni yormayacak, düşündürmeyecek filmler” üzerinden şekillendiği düşüncesinin olduğu ortaya çıkmıştır. Görüşmeciler de popüler filmleri bu amaçlarla izlediklerini belirtmişlerdir.

“Popüler film izleyenler daha çok bence sinemadan beklentileri eğlence yani düşünmeyeyim, çok hani daha rahat bir şekilde eğleneyim benim için sinemadan beklenti bu diyorsa o kişiler bence daha çok popüler film tercih ediyor çünkü. Ve bence hani ben mesela kendime hem popüler film hem de sanat filmi izleyicisi olarak hani tanımlayabilirim çünkü bazen gerçekten hiçbir şekilde hiçbir şey hakkında düşüncesim gelmiyor yoğunluktan.” (E6)

Buna karşın görüşmelerde arthouse seyirciyi tanımlarken kullanılan özellikler şu şekildedir: entelektüel, genelde orta ve üst sınıf, eğitim düzeyi yüksek, ideolojik olarak sola yakın, filme daha iyi odaklanan ve daha saygılı yaklaşan, başka seyircileri rahatsız etmeyen, okumaya saygı duyan, sanata derinlemesine bakabilen, alt metin okumayı ve sinemanın başka disiplinlerle buluşmasını seven (multidisipliner), sinemaya dair bir aşinalığı ve belirli bir bilgi birikimi olan, filmin anlatısına ve sinematografisine dikkat eden ve bu konuda bilgisi olan, kendisiyle barışık, korkularının üzerine gidebilen, kendini sorgulayan, hayata eleştirel bakan...

“Festival izleyicisi diyebilirim sanat izleyicisi var bence. Çok normal standart şey gibi televizyonda AB kısmı vardır ya da genel izleyici kısmı vardır ya onun ayırımına çok benziyor. Yani daha kaliteli şeyler izlemek isteyenler sanat filmi izliyor olabilir ya da rutinleri öyledir.” (K6)

Bu noktada sinefilleri, film hayranlarından (*film fan*) ayıran şeyin ne olduğuna bakmak önemli olacaktır. Sinefil ve film hayranı arasındaki ayrım, Bourdieu'nun “beğeni yoluyla farklılaşma” (1984) kavramsallaştırmasıyla ele alındığında, sinefillik doğası gereği biraz elitist görünmektedir. Sinefiller, kaliteli filmlere duydukları sevgiyi 'yüksek kültür' olarak tanımlamalarına ve böylece kendilerini film hayranlarının ana akım filmlere duydukları 'düşük kültür' beğenisinden ayırmalarına olanak tanıyan daha büyük bir kültürel sermayeye sahip olarak düşünülür (Aboulaoula ve Biltereyst, 2021,475). Matthew Goodsell (2014) film hayranları ve sinefillerin film sevgisiyle ilişkilene biçimlerine yakından bakıldığında önemli bir farka dikkat çeker: film hayranları, sinefillerin film deneyimine içkin olan öz-düşünümsel (*self-reflexive*) duruştan yoksundur. Yukarıda da

bahsedildiği gibi seyircilerin kullandığı tanımlarda arthouse sinema seyircisinin kendi kendisiyle iletişimi yüksek, kendisini sorgulayan, hayata eleştirel bakan bir seyirci olduğuna dair bir ön kabul üzerinden bu öz-düşünümsel alan açıkça görülmektedir. Seyirci bu öz-düşünümsel alanı kabul ederken bir kaçış yolu olarak sinefil kimliğini kendi üzerinden kurmak yerine “öteki” üzerinden kurmayı kendi seyir deneyimi için daha özgürleştirici bir alan açmak adına kullanmaktadır. Görüşmecilerin kendi pratiklerinde “sinefil” tanımlamasından kaçınıp arthouse film izleyicisi olmak, festival seyircisi olmak, sanat filmi seyircisi olmak gibi ifadeler kullanırken daha rahat oldukları fark edilmiştir. Bu sayede seyirci sinefilinin klasik tanımıyla gelen “adanmışlık” a sahip olmaktan özgür bir şekilde arthouse film izleme deneyimine sahip olmaktadır. Seyirci öznel deneyimini bu kavramsallaştırmadan çıkararak kendisi de “Marvel” filmleri izleyebilir, yorgun olduğunda “kafasını boşaltacak” bir film açabilir ve yargılanmadan bu filmlerden zevk alabilir hale gelmektedir. Seyirci kendisini sinefil kelimesinin elitist çağrışımından uzaklaştırarak aslında başkaları tarafından “popüler” bir filmde zevk alıyor olmasıyla yargılanmamayı da garanti altına almış olmaktadır. İçselleştirilmiş bilgide sinefil kişi sadece “durağan, sıkıcı ve yavaş sanat filmlerini” izler ön yargısıyla “sinefil” kelimesinin toplumsal açıdan “olumsuz” anlaşılan bir yanı olduğu düşünülmektedir. Seyircinin daha ılıman bulunduğu festival seyircisi, arthouse seyircisi terimlerini kullanması seyircinin Bordwellci anlamda “züppe” gözükmeyen bir film fanının sahip olduğundan daha fazla kültürel sermayeye sahip olduğunu belirtme ihtiyacı hissetmesidir.

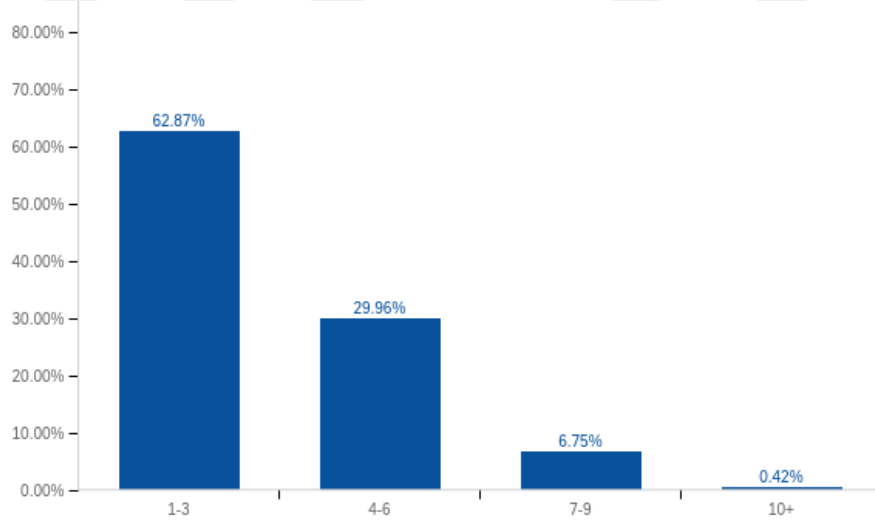
Bu noktada Türkiye'nin sosyoekonomik ve sosyopolitik atmosferi “sinefil” etiketiyle ötekileştirilen seyirciyi, söylemsel alanda elitizmden uzak durmaya itmektir. Özellikle #MeToo hareketinden sonra sosyal medyada hızla yaygınlaşıp hayata yayılan “politik doğruculuk” da burada önemli bir etken olarak görülmektedir. Politik doğruculuk, başlı başına bir kültürel politika biçimi olarak ele alınır ve toplumsal değişimi gerçekleştirmenin bir yolu olarak temsilleri, değerleri ve kimlikleri değiştirmeye yönelik bir müdahaledir (Cameron 1995). Kültürün değişmesi kısmen dilin değişmesi üzerine algılanır ve tartışmanın temel noktalarından biri dildeki değişimin temsiliyet, kimlik ve değer algıları üzerindeki etkisini anlamaktır (Fairclough 2003, 17). Seyircilerin her birinin eğitim sermayesinin yüksek olması özellikle bir ayırım yaparken politik doğruculuğu söylem düzeyinde en yüksek seviyede kullanma çabasını da beraberinde

getirmektedir. Ancak içselleştirilmiş bir bilgi görüşmeler sırasında farklı zamanlarda yüzeye çıkmıştır. Görüşmeciler popüler film izleyicisi, ana akım film izleyicisi gibi kategorilerle ilgili tanımlamalar yapmış ancak ayrımcı bir dil kullanmak istemediklerini özellikle belirtmiş ve bir noktada otosansür yapma ihtiyacı hissetmişlerdir. Bu durum tıpkı sinefil kimliğini kabul etmekten kaçınmak gibi, söylem boyutunda ayırım yaparken de “elitist olma” halinden kaçınma istediği olarak analiz edilebilir.

“Ya ben bu şekilde tanımlayınca zaten kendi seyircisi var gibi oldu ama bu çok kesin çizgilerle ayrılmış gruplar olduğunu düşünmüyorum. Hani arada esnekliğin olduğunu düşünüyorum. Çok elitist bir yerden çünkü görüldü, onu düzeltmek istedim. Ana akımda 7-8 milyon izlenen bir filmin işte belki en fazla bir milyonu bunu sinema olarak ayrıca görüyor. Geri kalanı belki bir eğlence, etkinlik olarak bakıyor sadece. Yani, dolayısıyla onlar anlamaz ya da ilgi duymaz gibi sınıflamak değil De hani farklı amaçlarla sinemaya gidiyorlar dolayısıyla öyle bir yaklaşımlarında farklılık var diye düşünüyorum açıkçası.” (E1)

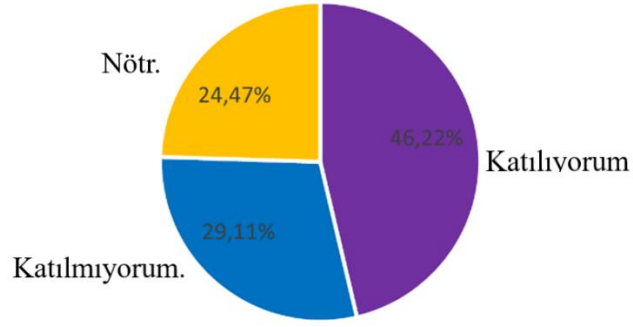
“Belki zaten bu kadar net bir ayırım yapmak da hani acımasız olabilir ama sen yine de zaten iki cümle kurduğunda bir insan sinema hakkında konuşurken anlıyorsun, hiç sanat filmi izlemiyor ya da evet sanat filmi izliyor. Hani o anlaşıyor ama tabii ki hiç böyle tepeden bir yerden bakmak değil, bahsettiğim şeyde yani tercihen de bu kullanabilir.” (K2)

3.2. Film İzleme Pratikleri: Online Seyir Pratikleri, Filme Gitme Deneyimi ve Film Festivalleri



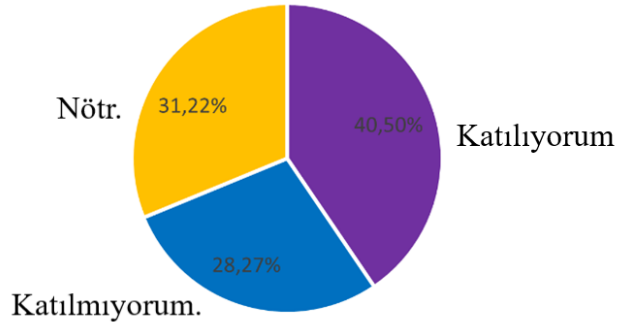
Tablo 5: Katılımcıların haftalık izlediği film sayısı (2022)

Anket katılımcılarının %62,71'i haftada 1-3 film izlediğini, %30,08'i 4-6 film izlediğini, %6,78'i 7-9 film izlediğini ve %0,42'si 10'dan fazla film izlediğini belirtmiştir. Film izlemek katılımcıların gündelik yaşamlarının bir parçasıdır.



Tablo 6: "Film izlemeye arkadaşlarım, ailem vb. ile giderim."

Katılımcıların %66,24'ü film izlemeye tek başına gittiklerini ifade ederken, %12,65'i bu ifadeye katılmadıklarını söylemiş, %21,10'u nötr konumlanmıştır. Hemen ardından sorulan "Film izlemeye arkadaşlarım, ailem vb. ile giderim." ifadesine ise %46,22 oranında katılımcı olumlu, %29,11 oranında katılımcı olumsuz, %24,47 oranında katılımcı ise nötr cevap vermiştir. Buradan anlaşılmıştır ki sinemaya gitmek farklı biçimlerde ortaya çıkmaktadır. Katılımcılar için tek başına sinemaya gitmek yaygın bir pratik iken; arkadaşlar, aile vs. ile gitmek de aynı şekilde pratiğin bir parçasıdır. Bu noktada farklı filme gitme deneyimleri aynı anda seyirci için bir aradalık içerir ve tek bir tercih ile sınırlandırılmaz.

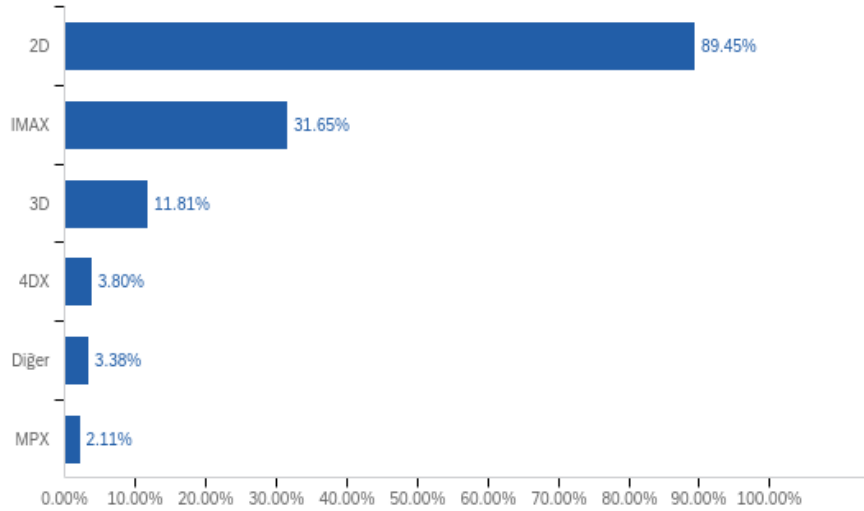


Tablo 7: "Sinemaya gittiğimde öncesinde veya sonrasında başka bir etkinliğim (arkadaşlarımla buluşmak, yemek yemek, bir şeyler içmek vb.) daha olur."

"Sinemaya gittiğimde öncesinde veya sonrasında başka bir etkinliğim (arkadaşlarımla buluşmak, yemek yemek, bir şeyler içmek vb.) daha olur." ifadesine %40,50'si katılıyorum, %28,27'si katılmıyorum ve %31,22'si nötr cevap vermiştir. Katılımcıların %92,82'si sinemaya belirli bir filmi izlemeye gittiğini ifade etmiştir. Yine katılımcıların

%59,49'u vizyon filmlerini sinema salonlarında izlemeyi tercih ettiklerini ifade etmiştir. Sinemaya gitmek planlı bir sosyal aktivitenin parçasıdır ve bu anket sonuçları derinlemesine görüşmelerle beraber düşünüldüğünde ortaya çıkmaktadır ki sinemaya gitme süreci film daha vizyona girmeden başlamaktadır. Görüşmecilerimiz yönetmenler ve festivaller üzerinden filmleri ve vizyon süreçlerini yakından takip ettiklerini belirtmiş, bu da filmin nerede izleneceği planlanmasının uzun bir sürecin parçası olduğunu göstermiştir. Katılımcıların %66,66'sı sinema salonlarında izlemek istedikleri her filme ulaşamadıklarını belirtirken yalnızca %11,82'si ulaşabildiklerini ifade etmiştir. Bu ifadeye paralel olarak katılımcıların %63,71'i vizyonda bulamadıkları filmleri internette izlemeyi tercih ettiklerini ifade etmiştir.

“Sinema perdesinde mümkünse, çok zorunda kalırsam hiçbir şekilde ulaşamazsam ve çok istiyorsam o filmi mecburen internetten son çare olarak izliyorum. Yoksa sinemada, her zaman bekliyorum, gerekirse aylarca mesela izleme şansım var ama ben sinemada izlemek için aylarca bekliyorum.” (E3)

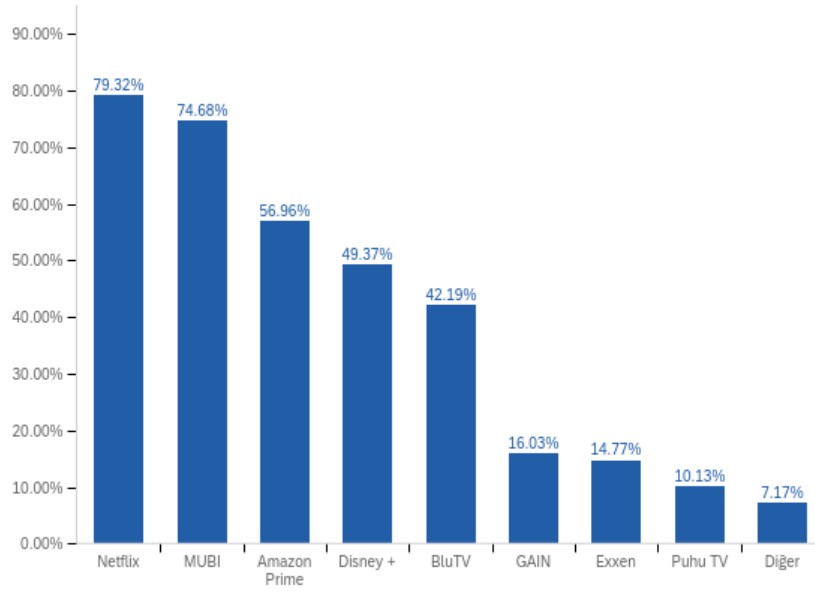


Tablo 8: Katılımcıların sinemada film izleme deneyimi sırasında tercih ettikleri formatlar (2022)

Katılımcılar %89.45 ile tercih ettikleri film formatını 2D olarak ifade etmiştir, bunun ardında IMAX teknolojisi (%31.65) ve 3D teknolojisi (%11.81) gelmiştir. Görüşmelerde de bunu destekler nitelikte seyirciler seyir deneyimlerine göre teknolojik beklentilerini kategorilere ayırmışlardır. Özellikle ana akım bir film izlenecekse ve belirli bir teknolojiden yararlanılmak isteniyorsa seyirciler Cineverse salonları tercih etmektedir.

Bu konuda IMAX teknolojisi önem kazanmaktadır. Marvel filmleri, farklı franchise filmler, büyük stüdyo yapımları teknik alt yapıları gereği özellikle IMAX olacak şekilde 3D deneyimlenmek istenmektedir. Ancak tercih sıklıklarındaki fark seyircinin “klasik” sinema deneyimini daha fazla tercih ettiğini göstermektedir.

“Bir eğer şey izleyeceksem blockbuster film izleyeceksem, yani IMAX izleyeceksem Akasya AVM'deki sinemayı tercih ediyorum ama eğer normal bir filmse örnek veriyorum, bir festival filmi vesaire zaten Kadıköy Sineması, Atlas.” (E9)



Tablo 9: Katılımcıların tercih ettikleri online platformlar (2022)

Katılımcıların film izlemeyi tercih ettiği platformların başında %90,72 ile online platformlar gelmektedir, hemen ardından %83,97 ile sinema salonları ikinci sıradadır. Ardından ise üçüncü sırada %39,24 ile internet sitelerinin geliyor olması ve oranlar arasındaki fark, hedef kitlemiz için online platformların ve sinema salonlarının neredeyse tek başlarına film izleme deneyimleri için yeterli olduğu kanısına varmamızı sağlamaktadır. Seyircilerin en çok kullandığı online platform Netflix iken ardından MUBI gelmektedir. Yaptığımız derinlemesine görüşmelerde de görüşmecilerin takip ettikleri online platform olarak neredeyse ilk söyledikleri platform MUBI olmuştur. Görüşmesinde MUBI'den bahsetmeyen üç kişi çok daha spesifik sinema zevklerinden bahsetmiştir. Bir görüşmeci henüz Türkiye'de yayın yapmayan Criterion Channel'dan film seçkilerini takip ettiğini belirtmiş, başka bir görüşmeci özellikle Uzak Doğu

Sineması'na olan ilgisini ve bu yönde takipte bulunduğunu söylemiş, diğer görüşmeci ise yine Türkiye'de yayın hayatı olmayan HBO Max ve HULU'dan bahsetmiş, güncel film takibinin vizyona giren arthouse filmlerden oluştuğunu söylemiştir.

MUBI bahsi geçen diğer platformlardan farklı olarak sadece arthouse filmleri kendine seçki eden bir yapı sunmaktadır. 2007'deki kuruluşundan bu yana kendisini uluslararası pazarlarda küresel bir varlığa sahip öncü ve yenilikçi bir platform olarak markalaştırmıştır. 2007 yılında *The Auteurs* adıyla çevrimiçi sinefillerden oluşan küresel bir izleyici kitlesi için bir bilgi paylaşım platformu olarak kurulan site, 2009 yılında kendi VOD platformunu hizmete açmış; başlangıçta geniş bir katalog sunduktan sonra 30 günde yalnızca 30 filmden oluşan dönüşümlü bir koleksiyona erişime izin veren yeni ve küratörlü bir SVOD hizmeti başlatmıştır (Smits ve Nikdel 2019, 24-25). Platform, belirli bir alandaki (*specialised*) filmleri teşvik etmeye ve çevrimiçi film kültürünün çeşitliliğini artırmaya yönelik güçlü bir bağlılıkla tanımlanmaktadır. İnternet sitesinde platformun vizyonu şu cümleler ile anlatılmaktadır:

“...Herkesin kendi film kütüphanesine sahip olduğu düşüncesine karşı koyamadık... Kendi küçük sineman, dilediğin zaman, dilediğin yerde. ...Bizim çıkış noktamız bu: Popüler demek her zaman iyi demek değildir. ...Sadece farklı zaman dilimlerinde veya Belçika sinemalarından uzakta yaşadıkları için binlerce insanın göz ardı edilmesi gerektiğini düşünmüyoruz... (MUBI, 2023)”

MUBI sadece arthouse sinema kültüre ait kürasyonlu seçkiler yapmanın yanında seyircinin seçeneklerini “kısıtlama”sıyla da dikkate değer bir örnek sunmaktadır. Schwartz'ın 2004 yılında yayımlanan kitabı “The Paradox of Choice”, “sonsuz” seçenek karşısında çelişkili insan davranışlarına dikkat çeker ve günümüz tüketim kültürünü karakterize eden seçenek çokluğu, insan eylemliliğini kısıtlayarak bir tür felç hali yarattığını iddia eder. Sonuç olarak, seçim hakkının bilinçli karar verme kapasitemizi engellediği görülmektedir (Smits ve Nikdel 2019, 27). Tüketici araştırmaları, “tipik bir Netflix üyesinin, bir veya iki ekranda 10 ila 20 filmi (belki 3'ü ayrıntılı olacak şekilde) inceledikten sonra, 60 ila 90 saniyelik seçimin ardından ilgisini kaybettiğini göstermektedir” (Gomez-Uribe ve Hunt 2015, 2). Talebe bağlı ortam, Ellis'in (2000, 171) 'seçim yorgunluğu' olarak adlandırdığı, seçeneklerin artmasıyla birlikte gelen hayal kırıklığı tehdidine karşı koymak amacıyla “kapı tutma (gatekeeping)” uygulamalarının yeniden canlanmasına neden olmuştur (Smits ve Nikdel 2019, 27). Örneğin Netflix,

üyelerine zevk kalıplarına ve izleme tercihlerine göre içerik öneren algoritmik bir sistem geliştirmiştir (Arnold 2016, 59). Bu tür algoritmaları online streaming servislerinin neredeyse hepsinde görmekteyiz. MUBI'yi böylesi bir ortamda ilginç hale getiren şey, platformun çevrimiçi pazardaki konumunu korumayı başarırken, algoritma mantığından bilinçli olarak nasıl saptığıdır. 30 günde 30 filmlik seçki sunarak seçimlerin kısıtlanmasına yönelik bilinçli hareketleri, aşırı seçenek sunmak ve izleyicileri kendi program seçimlerini düzenlemeye teşvik etmek yerine, geleneksel sinema gösterimi ve televizyon yayıncılığının doğasına daha uygun hizmet etmektedir. Seyirciye özel filmleri ön plana çıkarmak yerine herkese aynı filmleri aynı listeler altında sunarak diğer platformlara göre kısıtlı film seçkisini avantaja çevirmekte ve kullanıcı yerine platforma ve platformla organik gelişen kitleye odaklanmaktadır. Seyirci için bu uygulama kendi içerisinde bir basitlik yaratmaktadır:

“...dolu olduğum dönemlerde böyle oturup bir saat iki saat filmi seçmek yerine bende MUBI'nin sunduğu günün filmini bazen izlediğim oluyor açıkçası. Yani diyorum ki günün filmi buysa bugün ya da mesela bakıyorum bu film bir haftaya MUBI'den gidecek, iki güne gidecek, kaçırmadan onları izleyeyim diyorum biraz daha.” (K1)

MUBI'yi görüşmecilerimiz için cazip hale getiren noktalardan birisi de izleyicinin sitedeki hangi filmi izlerlerse izlesin beğeneceği düşüncesidir. Burada seyirci filmin arthouse kategorisine giriyor olmasına filmin kendisinden daha çok değer veriyor gibi gözükmektedir. Her ne kadar arthouse seyircisinin kişisel yönetmen, oyuncu, genre tercihi olsa da MUBI üzerinden izlenecek herhangi bir film arthouse olması sebebiyle seyirci için “izlenilebilir” film olarak kodlanmaktadır:

“Netflix, BluTV daha çok aklımda bir film var, bunu izleyeceğim oralarda var mı diye kontrol ettiğim alanlar ama MUBI'de seçkisine bakıp bugün de bunu izleyeceğim deyip izlediğim yer.” (K6)

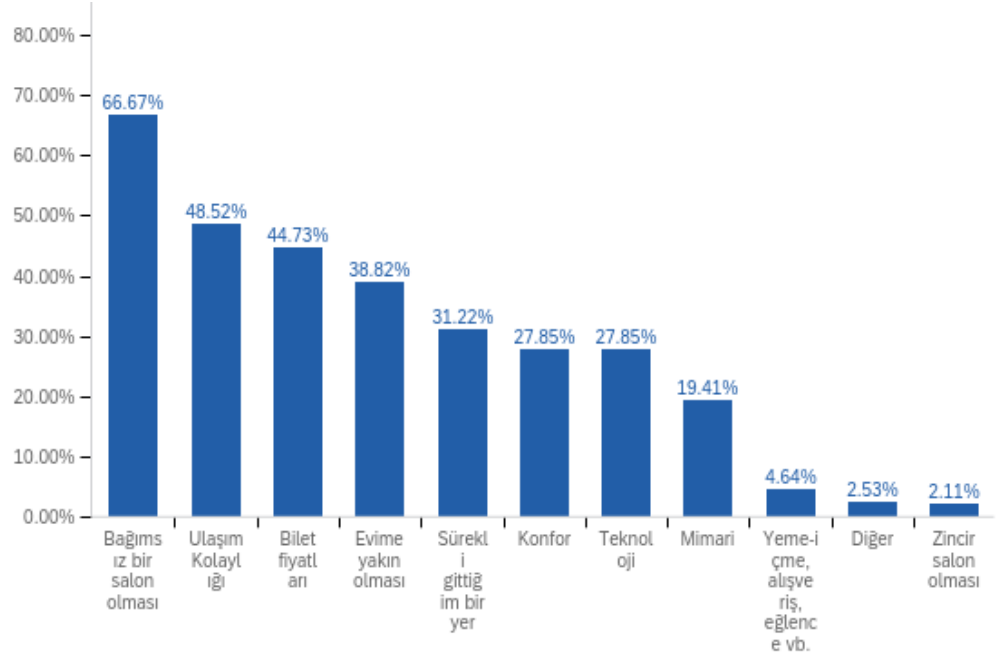
Tüm bunlara ek olarak MUBI'nin programlama stratejisi içerisinde film kataloğuna, içeriği tamamlamak üzere tasarlanmış bir dizi küratöryel özellik eşlik etmektedir (Smits ve Nikdel 2019, 28). Her filmin sunuşundaki “Yorumumuz” köşesi filmin kültürel, sosyal, sanatsal ve/ya tarihsel önemine dair entelektüel bir bildiride bulunurken filmin “film sanatı” tarihindeki yeri ve biçimsel üslubu hakkında referanslar içermektedir. Bununla birlikte MUBI üyelerine filmleri daha iyi anlamaları için bağlamsal bir referans çerçevesi sunarak eğitimsel bir amaca hizmet etmenin yanı sıra güvenilir bir kültürel danışman rolünü pekiştirmektedir. Bu açıdan iyi bir seyirci olmaya dair gereklilikleri de

öğreten bir aracı rolünü üstlenmektedir. Bir nevi bir eğitim kurumu görevi üstlenerek seyircinin kültürel sermayesine de katkı sağlamaktadır. Ayrıca eleştirmen yorumlarının yanında site, seyirciye yorum yazması ve filmi puanlaması için bir alan ayırmakta ve kullanıcılar sitedeki filmlerden kendi listelerini oluşturabilmektedir. İzleyicisi üzerinden bir “topluluk” kurarak belirli bir kitleye yönelik online bir sinemal topluluğu kurarken hem kendi yerini pekiştirmekte hem de seyirciye kendi bilgi birikimini paylaşabileceği bir alan yaratmaktadır. Bu özellikleriyle MUBI “online bir sinema salonu” görevini üstlenmektedir.

Görüşmeciler aynı zamanda MUBI'nin sosyal medya hesaplarını takip ettiklerini ve burada karşılımları çıkan gönderilerin film seçiminde etkili olabildiğini belirtmiştir. Yayın platformları söz konusu olduğunda, MUBI gibi bir platformun tercih edilmesi (Netflix gibi bir platformdan daha sınırlı bir film seçkisine sahip olması da göz önüne alınarak), bağımsız ve uluslararası sinemaya dair ilgi ve bilgi sahibi olduğuna işaret ettiği için bir kültürel sermaye biçimi olarak da görülebilir. MUBI'nin bağımsız sinema izleyicileri arasında Netflix'ten sonra en çok kullanılan yayın platformu olması, bağımsız ve uluslararası sinemaya tutkuyla bağlı olan ve ilgi ve tercihlerine hitap eden bir platform arayan bireylerin oluşturduğu Bourdieucü anlamda bir "alan" ya da topluluğun online yansıması olarak görülebilir.

Son olarak 2020 yılında pandemi ile sokağa çıkış yasaklarının geldiği bir dönemde seyircinin boş vaktin çok olması ve bunu avantaja çevirme çabası, arthouse izleyicisi için vakit yaratmadığı “klasik” filmleri de izleme isteğini beraberinde getirmiştir. Bunun ardından MUBI pandeminin de etkisiyle 30 günde 30 film paradigmasına ek olarak geniş koleksiyonunu yeniden izleyici ile paylaşmaya başlamıştır. Bir yandan “günün filmi” uygulamasını devam ettirirken 30 günlük süre kısıtlamasının olmadığı farklı küratoryel listeleri, retrospektif seçkileri vb. süresiz bir şekilde seyirci ile buluşturmaya başlamıştır. İnternette bulunması çok zor olan eski ve kült filmleri tek bir yerde toplamasıyla MUBI doğru zamanda doğru bir hamle yaparak kendi kitlesini büyütmenin bir yolunu bulmuştur.

“Yani eskiden MUBI sadece bir aylık bir seçkiyle geliyordu. Şimdi kütüphanesini açtığı için sürekli bir sürü eski filmi iyi bir kaliteyle izleyebiliyoruz. Dolayısıyla hani o da var sevdiğim filmleri tekrar tekrar izlemek gibi.” (K7)



Tablo 10: Katılımcıların bir sinema salonunu tercih etme sebepleri (2022)

Bunlar dışında seyircinin filme gitme deneyimini anlamak adına seyircinin sinema salonuna gitmesini etkileyen etkenler katılımcılara sorulmuştur. Seyirciler %66.67 ile bir salonu tercih etmelerinde en büyük etkenin “bağımsız bir salon olması” olduğunu belirtmişlerdir. Zincir salonları tercih edenlerin oranı ise sadece %2.11’dir. İstanbul’da tüm seçkisini arthouse filmlerden oluşturan yerel bir sinema salonunun izleyicisini hedef kitlemiz olarak seçtiğimiz düşündüğümüzde bu sonuç şaşırtıcı değildir. Katılımcılar için ikinci sırada “ulaşım kolaylığı” gelmektedir. Şehrin büyüklüğü ve trafik sorunu göz önüne alındığında ulaşımı kolay salonların tercih edilmesi sürpriz değildir. Ayrıca katılımcıların çoğunluğunun sinemaya hafta içi (%62,45) gitmeyi tercih ettikleri düşünüldüğünde ulaşımın pratik olması hem iş çıkışı hem de eve dönüş için önem arz etmektedir. %44,73 ile bilet fiyatlarının uygunluğu üçüncü etken olurken, eve yakınlık %38,82 ile dördüncü etken olarak karşımıza çıkmıştır. Konfor, teknolojik alt yapı ve sürekli gidilen yerler olması birbirine yakın etkenler olarak karşımıza çıkıp yaklaşık %30’luk bir orana sahiptir.

Özellikle pandeminin etkisi, sinema salonlarını uzun bir süre kapalı kalması ve MUBI gibi arthouse filmleri iyi seyir kalitesiyle sunan kompakt bir platformun arşivlerini

seyirciye açması pandemi süreci ve sonrasında arthouse film izleyicisinin seyir ve sinemaya gitme deneyiminde değişiklikleri de beraberinde getirmiştir.

Pandemi sürecinde izleyiciler arasında farklı seyir deneyimleri göze çarpmaktadır. Bu süreçte kimi seyircilerin film tercihlerinde farklılıklar oluşmuştur. Karşımıza çıkan en büyük ayrım “normal” hayatta takip ettikleri arthouse filmlerin yerini popüler, mainstream, blockbuster vb. olarak isimlendirilen farklı bir kategoriye bırakması olmuştur. Pandeminin getirdiği stres ve panik hali kimi izleyicilerin filme odaklanmasını zorlaştırmış, kimi izleyiciler için sinema bir dikkat dağıtma aktivitesi haline almıştır. Bu dönemde genelde daha eğlenceli, dikkat dağıtıcı, çok fazla odak istemeyen ana akım filmleri tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

“...o dönem ben mainstream’e yöneldim. Yani bu festival dışında işte böyle online festivaller falan dışında genel olarak işte Marvel evrenine hâkim olduğum dönem şey pandemi döneminde kesinlikle bir ara verme dönemi diyebilirim.” (K2)

“Arkadaşımlaydım, birazcık daha böyle eğlence maksatlı şeyler izlediğimiz oldu. Böyle daha nasıl desem işte? Goy goy yapabileceğimiz üzerine. Biraz işte gülebileceğimiz aman aman pür dikkat izleyip de böyle şey yapalım, üzerine düşünmek için çok çaba sarf etmeyeceğimiz şeyler. Akli daha az yoran şeyler. O karantina sendromunu bize unutturan, bize alıp götürən şeyler.” (K5)

Ancak görüşmeciler arasında bunun tam tersini savunan ve pandeminin zorunlu kıldığı eve kapanma halini arthouse filmleri izlemeye ayırmış bir kitle de bulunmaktadır. Özellikle iş hayatının da eve taşınması ve bununla beraber gelen yeni zaman yönetiminde boş vakitlerinin arttığını belirten bir kesim, pandemiye kendilerinde “eksik” gördükleri filmleri izleyerek “yararlı” hale getirmiş, normalde zaman bulamayıp izleyemedikleri filmler için zaman yaratmış, yeni yönetmenler ve farklı sinemalar tanımışlardır.

“Pandemi boyunca MUBI ve her ay film online takip ettim pandeminin ilk senesinde. Biraz o MUBI’ye gelen filmler vesaire, bir de tabii MUBI’de klasikler de var. Klasiklerde izlemeliyim, bir şey var mı falan diye baktığım oldu. Netflix yani belgesel dizi izledim. O farklılık olarak onu söyleyebilirim. Netflix’te daha önce belgesel dizi izlememiştim. Ben dizi izlemiyorum. O yüzden söylüyorum aslında bunu ama filmlerde çok aşırı yani böyle ciddi bir değişim yaşamadım. Ya biraz Uzak Doğu sinemasına biraz mesafeliyim, biraz onları kapattım. Yani daha fazla işte Kore falan biraz onlara baktım o kadar, biraz daha mesafeli olduğum şeyleri izledim. Onu aşırı böyle significant bir önemli bir farklılık olmadı bence.” (K3)

“Daha çok yeni yönetmen tanıdım. Çünkü evdeydim zaten. Evde olduğumuz için de bol bol vaktimiz vardı. Bilmediğim mesela Varda’yı pandemi de tanıdım ben. Ya da bir adam daha var. Fransız. Neyse onu da o zamanlarda tanıdım daha, çok üst üste filmlerini izledim yani. Hepsini izlemeye gayret ettim.” (K6)

“Pandemi döneminde de şöyle bir şey oldu: biz iki arkadaş aynı evde kaldık, günde 3 tane film izliyorduk. Sabahtan akşama kadar, benim için daha iyi oldu, sabah başlıyorduk akşama kadar aralarda film izliyorduk sürekli. Mükemmel geçti benim için, sinema anlamında çok mükemmel geçti. Bayağı bir film izledim pandemi sürecinde. Zaten evdeydik.” (E5)

Anket çalışmasında pandemi öncesi dönemde katılımcıların sinemaya gitme sıklığının %24-22 aralığında olmak üzere eşit oranlarda ayda birden fazla, haftada bir kere ve ayda bir kere olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buradan anlaşılacağı üzere katılımcıların günlük hayatta sinemaya gitme alışkanlığı bulunmaktadır. Aynı değerlendirme pandemi sonrası dönem için sorulduğunda katılımcıların %43’ü için bu sıklığın birkaç ayda bir’e, %22’si içinse ayda bire gerilediği görülmektedir. Seyircilerin sinemaya gitme sıklıklarında azalmalar yaşanmaya başlamıştır. Özellikle online platformların zorunluluk halini alması ve bir dönem alternatifsiz bir şekilde zorunluluk halini almasıyla beraber bir kısım için sinema sosyal bir aktivite olma görevini yeniden üstlenmiştir.

Bir kere arthouse filmleri evde izlemek zorunda kaldım, o değişti. ...bence kesinlikle benim açımdan radikal bir değişiklik oldu. Eskiden tek başıma çok sık giderdim ama şu an üşenmemek için gerçekten birinin benimle gelmesi ihtiyacımı hissediyorum. Artık evde izlemek daha kolay olduğu ve o alışkanlığımı kaybettiğim için gitsek mi diye arkadaşlarımı veya anneleri arıyorum. (K8)

Ancak görüşmeciler arasında bu konuda ortak bir görüş olduğu söylenemez. Kişinin pandemi ve pandemi süreciyle kurduğu ilişki özel ve kamusal alan ile kurduğu bağı da etkilemiş ve bireyin sinema, film izleme ve sinema salonuna gitmeye dair farklı alternatifler yaratmasına sebep olmuştur. Görüşmecilerin büyük bir çoğunluğu pandemi sürecinde sinemaya gitmeyi çok özlediklerini dile getirmiştir ancak bu özlem duygusu her görüşmeci için aynı eylemi doğurmamıştır. Bir kısım pandeminin yarattığı korku ortamının ilk açılmalarla beraber sinemaya gitmelerine engel olduğunu söylerken bir kısım görüşmeci pandemi önlemlerinin sinemaya gitmelerini engellemediğini belirtmiştir. Bu noktada bireylerin yalnız veya başkalarıyla yaşaması (özellikle evde yaşlı veya kronik hastalıklı birinin olması), hastalıkla olan ilişkileri, psikolojik ve duygusal durumları vb. etkili olmuştur. Kişisel duygu durum ve düşünceler bireyleri farklı şekillerde hareket etmeye iterken “yeni normalleşme” sürecinde sinemaya gitme pratiklerini de etkilemiştir. Özellikle pandemi döneminde sinema salonlarının kapalı kalması seyirci için “üzücü” bir deneyim halini almıştır. Pandemi döneminde ilk

açılmalar ile maske, HES kodu, topluluk içerisinde olmanın getirdiği endişe vb. sebeplerden bazı huzursuzluklar olsa da seyirciler salonları çok özledikleri için sinema salonlarına gitmeyi tercih ettiklerini söylemişlerdir: “Maskeyle izlemek çok konforsuzdu ama genel olarak özlemiştim ve iyi gelmişti” (K8)

2020 yılında COVID-19 pandemisi ile tüm salonların süresi belirsiz olarak kapanması bağımsız filmlerin gösterim mekanları olarak film festivallerini de etkilemiştir. Sinema sanatının bir olmazsa olmazı olarak filmin salonda gösterimi tartışılırken pandeminin zorunlu kıldığı “tam dijitalleşme” öncesinde bağımsız filmlerin dağıtımında kapı bekçileri olarak film festivalleri ve ev sinemalarından oluşan “geleneksel” modelin, dijital çağda geçerliliğini yitirdiği (Fischer, 2012) tartışmalarına ek olarak, dijital film dağıtımı ve çevrimiçi kitlelere odaklı yayın modelleri (Smits, 2017) festival çevreleri tarafından ana tehditlerden görülmeye başlamıştır (De Valck, 2012). Özellikle farklı çevrimiçi platformların kendi yapımlarını üretmeye başlaması ve filmlerin sinema salonlarında dağıtımlarının yapılmayarak sadece online platformlar üzerinden seyirci ile buluşturulması festival çevrelerince farklı eleştirileri de beraberinde getirmiştir. Netflix’in ürettiği ve dağıtımını yaptığı yapımların uluslararası festivallerde yarışma seçkilerine dahil edilmesi sinemanın geleceği ve sinema deneyimi hakkında farklı soruları doğurmuştur.

Online platformların film izlemenin geleceği olup olmadığı tartışmasına pandemi belki de istemeden farklı yanıtları da beraberinde getirmiştir. Güvenlik düzenlemeleri ve sokağa çıkma yasakları ile karşı karşıya kalan birçok film festivali, programlarını (film seçkilerini) dijital platformlar aracılığıyla erişilebilir hale getirmiştir (De Valck ve Damiens 2020). 2010'ların başında dijital dağıtım standartları gereği filmleri çevrimiçi ortama taşımak için teknik alt yapının hazır olması ve festivallerin platform sağlayıcılarla ortaklık kurmasını nispeten kolaylaştırmıştır (De Valck 2020, 127). Sanatçı, oyuncu, yönetmen buluşmaları, soru- cevap etkinlikleri, sektör buluşmaları vb. festivalin parçası olan alanlar da çevrimiçi ortama taşınmış; ancak filmler internete sorunsuz bir şekilde taşınırken, festival deneyimini internete uyarılmanın farklı zorlukları olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırmada görüşmecilerimize pandemi sürecinde, pandemi öncesinde ve sonrasında film festivalleri takip edip etmedikleri de sorulmuştur. Pandemi sürecinde online film festivallerini takip edenlerin oranı 48.95% iken takip etmeyenler %51,05 olarak gözükmetedir. Pandemi döneminde online festivalleri takip ettiklerini belirten katılımcılar festivallerde sırasıyla film gösterimlerini (%96,55), sosyal medya paylaşımlarını (%58,62), ödül törenlerini (%38,79), yönetmen buluşmalarını (%37,07), oyuncu röportajlarını (%31.03), sektör buluşmalarını (12.93) takip etmiştir. Buradan anlaşılmıştır ki online festivallerde seyirci için önemli olan şey filme ulaşmaktır. Anket çalışmasına paralel olarak gerçekleştirilen derinlemesine görüşmelerde bu duruma ek olarak seyircinin film tercihinde prestijin önemli bir yeri olduğu görülmüştür. Yaptığımız görüşmelerde kimi katılımcıların film seyrinin çok büyük bir kısmını sadece festivallerde gösterilen filmler ve festivallere katılan yönetmenler üzerine kurduğu dikkat çekmiştir:

“Büyük festivallerde ses getirmiş filmler ya da büyük festivallerde ses getirmede ise de yine daha önceki dönemlerde büyük festivallerde ses getirmiş ve benim de o yüzden tanıdığım bilinen belli başlı yönetmenler üzerinden gidiyorum. Genelde festivalde keşfediyorum bir festival sonuçta görünürlük sağlıyor filmlere. Daha sonra hani o kadar önemli bir festivalde yarışmasa dahi o yönetmenin filmi geliyor ve ben seviyorum. Kabaca dört festival diyebilirim yani, dört büyük Avrupa Festivali. Cannes başta olmak üzere, işte Berlin, Venedik ve San Sebastian. (E3)”

“...daha fazla güncel arthouse filmleri takip edebilmeye başladım daha doğrusu. Cannes'dır işte, Venedik Film Festivali vs. bunlarda duyduğum filmleri merak ediyorum. (E6)”

“Yerel filmlerden daha ziyade ulusal ya da uluslararası festivallerde yarışan filmleri tercih ediyorum.” (K8)

“Ama her Festival de değil tabi ki. Yani böyle prestijli olanlar var Avrupa'da, onlar olabilir.” (K6)

Yönetmenlerin ve festivalde gösterilen filmlerin, festivaller aracılığı ile elde ettiği sembolik sermaye Bourdieu sosyolojisinde prestij, onur ve tanınma temelinde kaynaklara işaret etmektedir (Bourdieu 1990, 122 akt. De Valck 2016, 105). Seyirci bu tercihiyle festivalin kültürel meşrulaştırma yoluyla atadığı prestijin yeniden üretimine katkı sağlar hem de kişisel seyir deneyimine bu prestiji taşıyarak kendi sinema kültürünü meşrulaştırma yoluna gider.

Yine araştırmada Kadıköy Sineması seyircileri hedef kitle seçildiği için seyirciye spesifik olarak İstanbul Film Festivaline gidip gitmediği sorulmuştur. Seyircinin pandemi dönemi dışında film festivaline katılma oranı %60,76'dır; gitmediğini söyleyen izleyici oranı

%12,66 ve bazen festivale gittiğini söyleyen izleyici oranı %26,58'dir. İstanbul Film Festivalini fiziksel olarak takip ettiğini belirten 207 katılımcı arasında %51,69'u festival boyunca 1-5 film izlediğini; %28,02'si 6-10 film izlediğini, %9,18'i 11-15 film izlediğini, %6,28'i 16-20 film izlediğini ve %4,83'ü 20+ film izlediğini belirtmiştir. Daha önce bahsettiğimiz üzere üniversite öğrencisi olan iki görüşmecimiz İstanbul Film Festivaline hiç katılmadıklarını belirtmişlerdir. Pandemi döneminde festivali takip etmede yaklaşık %11 oranında bir azalma yaşanmıştır (%49,95). Yine de seyircinin pandemi dışındaki festival katılımına bakıldığında yaklaşık %80 civarlarında bir katılımdan bahsedilebilmesi çalışmanın hedef kitesinin aynı zamanda festival seyircisi olduğu çıkarımını mümkün kılmaktadır.

Festival odaklı etkinliklerde, sosyal olarak bir arada olma hali, misyonlarının çok önemli bir parçasını oluşturduğu için (Valck 2020, 128) film festivalleri COVID-19 tedbirlerinden fazlaca etkilenen alanlardan biri olmuştur. De Valck (2016, 9) (fiziksel) festival mekânı ve zamanı arasındaki bağın merkeziliğini vurgulayarak "festival burada ve şimdi gerçekleşir. Festivaller insanları, festival etkinliğinin mekânı ve zamanıyla benzersiz bir şekilde bağlantılı yollarla sinemayla ilişki kurmaya davet eder." der. (Vail vd. 2023, 83) Loist (2014, 40), "festival, antropolojik anlamda bir ritüel; ya da terimin teatral anlamında, çeşitli aktörlerin bedensel varlığına dayanan gelip geçici, canlı olaya odaklanan bir performans eylemidir." ifadesini kullanır. (Vail vd. 2023, 83) Film festivalleri belirli bir zaman zarfında belirli mekânda gerçekleşen özgün olaylardır. Festivalleri seyirci için eşsiz ve değerli kılan da bu zamansal ve mekânsal bağlar ile her festivalin kendine özgü ritüelleri olması ve seyirci ile canlı ve karşılıklı bir ilişkilene içerisinde olmasıdır. Buradan anlaşılır ki film festivali görüşmeciler için sadece film izlemek anlamına gelmemektedir. Festival mekanlarının ve festivalin seyirci için anlamı filminden öteye geçmektedir. Valck, pandemi döneminde film festivalleri üzerine yazdığı bir makalede "Bazı festivaller filmlere hizmet eder. Diğerlerinde ise filmler festivale hizmet eder." der: "Cannes "hoopla"sıyla (bir olay veya faaliyet için yoğun heyecan veya kamuoyunun büyük ilgisi) ünlü olduğu kadar kötü bir şöhrete de sahiptir: abartı ve şatafat, ışıltı ve cazibe, düşkünlük ve zengin zevkler, skandallar, güneş ve seks (Sklar 1996; Bart 1997; Pascal 1997; Schwartz 2007; Jungen 2014)." (2020,127)

“Canlılık, kalabalık büyük ihtimalle, yani Beyoğlu için düşünüyorum. Mesela normal hafta içi bir seansta 4-5-6 kişi olsun çok istisnai filmler dışında. Festival filmlerinin seanslarının dolu olması tıklım tıklım olması ve her yandan filmle ilgili ya da programdaki başka bir filmle ilgili bir konuşmanın duyuluyor olması bana enerji veren bir şeydi açıkçası”. (E1)

Festivalin sosyal ve toplumsal yönleri popülaritesi için önem taşımaktadır, seyirci için festival, ait olunan/olunmak istenen grup içinde sosyal öneme sahip kimliklerin oluşturulması ve sahnelenmesi için hoş bir fırsat teşkil eder. Birçok film festivali araştırmacısının belirttiği gibi, belirli mekân ve zaman düzenlemeleri ile izleyiciler arasındaki belirli etkileşimler, canlılık ve şenlik film festivalinin sıradan vizyon gösterilerinden farklı bir etkinlik haline gelmesinin anahtarıdır (Dickson 2015).

Bu açıdan pandemi döneminde mekânsızlaşan ve zamansızlaşan gösterimlerle filme erişim kolaylaşmıştır ancak bu festival katılımını arttırmamıştır. Pandemi, online imkanlara (internet, bilgisayar, telefon vb.) erişime dair farklı sosyo-ekonomik eşitsizlikleri beraberinde getirirken festival filmlerine erişime dair bir demokratikliği de beraberinde getirmiştir. Ancak seyircinin aradığı bu demokratik hal değil, festivalin özgün ilişkilene biçimlerinin bir parçası olma halidir. Çevrimiçi deneyimin ilk heyecanı azaldığında ve ekran yorgunluğu başladığında, sanal festivaller “daha az şenlikli ve dolayısıyla bazı amaçlarına ulaşmada daha az etkilidir” (De Valck 2020, 217)

“(online) festivallerde 1-2 film takip ettim işte özellikle izlemeyi istediğim “Aşk, Büyü vs.” galiba İstanbul Film Festivali’nde çıkmıştı. Kısa film seçkilerini takip ettim ama mesela onlar bana hiçbir şekilde gerçek bir festivalin ya da gerçek bir sinema deneyiminin hazzını vermedi. Yani filmi çok merak ettiğim için izlemiştim o zaman ama herhangi bir streaming platformunda izlemekten daha farklı gelmedi açıkçası. Normalde vizyonda izlemekle festivalde izlemek arasında da bambaşka bir deneyim oluyor, ikisini sinemada izlemem de aynı sinemada bile gitsem. Evde açıkçası o farklı hissedememişim. İşte biraz hayal kırıklığı diyebilirim, o anlamda.” (E1)

“Şeyi hatırlıyorum festivaller online’a kaydığında birkaç filmi onlinedan izlediğimi ama hiç de keyif vermediğini, hani festival öyle bir şey değil çünkü. Bir onu çok net söyleyebilirim.” (K2)

Ve yine film izleme tercihlerinde olduğu gibi festival filmlerine erişimde de görüşmecilerin ilk tercihi sinema salonlarıdır. Yapılan derinlemesine görüşmelerde görüşmeciler uluslararası festivallere katılım gösterememelerine karşın filmleri takip ettikleri ve festival seçkilerine online ortamdan ulaşabilecek dahi olsalar eğer vizyon takvimi belliyse filme erişmek için sinemaya gitmeyi beklemeleri olmuştur:

“Mesela Noah Baumbach’ı çok sevdiğim ve *White Noise* vizyona girmeyeceği, sadece Netflix’te gösterileceği için bir tek ona gittim.” (2022 Filmekimi gösterimleri hakkında) (K8)

“Hemen bu hafta göreyim işte şunu yani sevdiğim bir yönetmense çok beklediğim bir film ise vs. ya da çok duyduğum bir yerlerden festivallerden falan bir filmse ona böyle koşturarak gitmek gibi bir önceliğim oluyor.” (K7)

Burada dikkat çekici noktalardan birisi de seyircilerin konuşurken genel olarak sadece Avrupa sinemasını ve Avrupa’daki festivalleri arthouse sinemanın içine dahil etmeleridir. Görüşmeler boyunca adı anılan festivallerin içinde hiç Avrupa tabanlı olmayan bir festival ismi geçmemiştir. Özellikle Amerika, bağımsız sinema açısından neredeyse hiç akla gelmemekte ve “Hollywood filmi” kavramı ana akım sinemayı tanımlamak için kullanılmaktadır ancak buradaki çelişki aynı görüşmecilere takip ettikleri ve seyrettikleri yönetmenleri sorduğumuzda ilk olarak Amerikan bağımsız yönetmenleri kolayca saymaları olmuştur. Bu noktada Avrupa temelli “klasik” sinefili düşüncesinin seyirci nezdinde ideolojik bir temelinin devam etmekte olduğu söylenebilir. Avrupa Sineması bağımsız sinema ve sanat filminin kalesi kabul edilirken, Amerikan Sineması “Hollywood” ile neredeyse iç içe anıldığı için ve “Hollywood filmi” kavramı görüşmecilerimiz nezdinde ana akım ve daha çok “eğlenilen” film kategorisine girdiği ve Amerikan Sinemasının arthouse izleyici için kötü bir çağrışımı olduğu iddia edilebilir. Ancak pratik seyir deneyiminde Amerikan Sinemasının da göz ardı edilemez bir yeri bulunmaktadır. Seyir pratiğindeki bu farklılık Lev’in (1993) *Euro-American art film* olarak adlandırdığı Hollywood sistemi içerisinde eğlenceye yönelik ve genre odaklı “kişisel bir ifade biçimi olarak film” yapım şeklinin, seyirci tarafından tercih ediliyor olmasıyla da açıklanabilir.

Anket çalışmasından çıkan bir diğer sonuca göre katılımcıların %75,85’i için İstanbul Film Festivali zamanı izleyecekleri filmleri seçerken gösterilen mekân önem arz etmektedir. Aynı katılımcılar %87,44 ile birincil olarak festival filmlerini Kadıköy Sineması’nda izlemeyi tercih ettiklerini belirtmiştir. İkincil olarak %46,38 ile Atlas Sineması ve ardından %40,10 ile Beyoğlu Sineması gelmektedir. Bu üç sinema mekânında sonra %28,02 ile Kadıköy Sineması ile aynı semtte bulunan Sinematek Sinema evi gelmektedir. Kadıköy Sineması 2018 yılında festival programına dahil olmasına karşın araştırmadaki hedef kitlenin Kadıköy Sineması seyircileri olduğu

düşünüldüğünde bu sonuç şaşırtıcı değildir. Seyirci hem vizyon pratiğinde hem de festival zamanlarında ilk olarak Kadıköy Sinemasını tercih etmektedir. Burada vizyon pratiklerinin getirdiği bir alışkanlıktan da söz edilebilir çünkü 2020 ve 2021 yıllarında pandemi sebebiyle yıl boyunca yayılan online ve açık hava gösterimleriyle devam eden İstanbul Film Festivali, 2022 yılında tam olarak fiziksel gösterimlerine dönebilmiştir. Bu durum Kadıköy Sinemasının bir mekân olarak 2019 ve 2022 yıllarında festivalde yer almasına sebep olmuştur. Sinematek ise pandemi sürecinin hala devam ettiği 2021 yılında hizmete başlamış ve festival programına ilk olarak 2022 yılında dahil edilebilmiştir. Bunlar düşünüldüğünde Sinematek henüz ilk defa festivalde bir mekân olarak kullanıldığı için seyirci tarafından tercih edilme sıklığının az olması normaldir ancak bu konuda daha sağlıklı bir karşılaştırma yapılabilmesi için biraz daha zaman geçmesi ve bu süreçte Sinematek'in festival programında düzenli olarak yer alması gerekmektedir.

Kadıköy Sineması seyircisi için festival gösterimlerinde öncelikli mekân tercihi olsa da seyircinin sadece Kadıköy'deki festival mekanlarını tercih etmemektedir. Özellikle pandemi öncesi dönemde Beyoğlu ve Atlas gibi sinema salonlarının uzun yıllar demirbaş festival mekanlarından olması seyircinin bu alanları tercih etmesini de beraberinde getirmektedir. Atlas Sineması 1990 yılı itibariyle bir festival mekânı halini almıştır ve günümüzde her ne kadar vizyon filmleri için bir salon olarak kullanılmasa da festival mekânı olarak hala festivalin bir parçasıdır. 1989'da açılan Beyoğlu Sineması ise festival programına 1991'de dahil edilmiştir ve kapandığı 2022 yılına kadar festival mekânı olmaya devam etmiştir.

“Şey gibi hissediyorum, böyle bazı çapa noktaları var gibi. Beyoğlu Sineması benim için onlardan biri o caddede. Yani mesela bu festivalde, orası kapandı, City's e falan gittim genelde, Atlas ve City's'e ve ben aynı deneyimi hissedemiyorum.”

Özellikle İFF gibi kolektif ve bireysel hafızanın önemli olduğu bir yerde Kadıköy Sineması gibi “yeni” bir mekânın bu denli tercih ediliyor olması salonun “festival” izleyicinden oluşan bir kitlesi olduğunun göstergesidir. Festivaller bir gösterim alanı olarak ele alındığında, ticari sinemalardan ilk olarak sanatsal başarıya verdiği değerle ayrılır; filmler ticari bir girişimin parçası olarak değil, gösterilmeleri gerekli ya da değerli görüldükleri için gösterilirler (Valck 2016, 104). Bu noktada Kadıköy sineması ticari bir mekân olmasına karşın sadece arthouse film seçkisi sunmasıyla festivallerin sanatsal

başarıyı değerli görme ve sergileme misyonuyla paralel bir yapı içerisine girmektedir. Bu noktadan bakıldığında Kadıköy Sineması ekonomik amaçlarıyla beraber kültürel bir amacı da beraberinde barındırmasıyla ticari salonlardan farklı bir konumdadır. Salonun ev sahipliği yaptığı stand-up gösterisi, BantMag Sinema Programı, Caz Festivali etkinlikleri, fuayede gerçekleşen imza günleri, resim sergileri vb. kültür sanatın farklı alanlarına dair etkinlikler de bu vizyonu destekler niteliktedir. Ve yine şehirdeki diğer tüm zincir salonlardan daha uygun bilet fiyatlarına sahip olması, yapısı gereği ticari bir sinema salonu olmasına karşın ticari kaygıların ikinci planda oluşuna kanıt olarak sunabilir.

3.3. Bireysel ve Kolektif Hafızada Bir Direniş Mekânı Olarak Kadıköy Sineması

Görüşmecilerin tamamında ortak olarak “yararlı” olma isteği dikkat çekmiştir. Neredeyse her görüşmeci “Umarım yararlı olabilirim. Umarım işe yarar şeyler söyleyebilmişimdir.” vb. ifadeler kullanmıştır. Bu noktada araştırmacı olarak görüşmecilerde bir kaygı yaratmamak adına görüşmenin amacının bireylerin deneyimlerini dinlemek olduğu, işe yarar/işe yaramaz bilgi diye bir sınıflandırmanın olmadığı, deneyimin her şeklinin araştırma için değerli olduğu bilgisi verilmiş olup, seyirci ve araştırmacı arasındaki sembolik hiyerarşiyi indirgemek adına görüşmenin Kadıköy Sinemasına giden ve sinemayı seven iki kişi arasında bir sohbet gibi geçmesi istendiği belirtilmiştir. Bu ifade ve araştırmacının genç olması göz önünde bulundurulduğunda genel bir rahatlama gözlemlenmiş ancak yine de görüşmecilerde genel olarak araştırma sınırlarının dışına çıkmama isteği göze çarpmıştır, görüşme boyunca genel olarak araştırmacı tarafından soru sorulması ve bu sorulara cevap verme beklentisi dikkat çekmiş olup görüşmecilerin bu tarz bir sistemin içerisinde kendini rahat hissettiği gözlemlenmiştir. Aslında bu durum Emek Sineması mücadelesi ile başlayan süreçten günümüze kadar seyircinin kamusal alan üzerinde söz sahibi olamayışının özel hayata dair bir uzantısı olarak incelenebilir. 1924 yılında “Melek” ismiyle açılan ve 1958’de Emek adını alan “Emek Sineması” İstanbul’un en prestijli sinema salonlarından biri haline gelmiş ve Cumhuriyet Dönemi sinema endüstrisinin merkezini oluşturmuş, konumu sayesinde yabancı ve yerli filmleri seyirciyle buluşturmak gibi önemli bir görevi üstlenmiştir; hatta sinemanın bulunduğu

Yeşilçam sokağının ismi, özellikle 1950-1980 yılları arasında Türk film endüstrisi için bir metonim olarak kullanılmıştır (Van Gageldonk 2020, 182; Öz, Özkaracalar 2021, 3). 1982 yılında “Film Günleri”nin gerçekleştiği ilk salonlardan biri olmuş daha sonra Uluslararası İstanbul Film Festivali'nin ana mekanlarından biri haline gelmesiyle ticari seyircinin yanı sıra daha seçici ve alternatif bir sinema seyircisinin de ilgisini çekmeye başlamıştır. Yıl boyunca sunduğu ana akım programının yanı sıra, belirli bir kültürel geçmişe ve sanatsal beğeniye sahip bir topluluk için İstanbul'da bağımsız, sanatsal ve deneysel filmlerin merkezi olmuştur (Van Gageldonk 2020, 182).

2009 yılında Emek Sineması'nın kapatılma kararı da içeren proje, sinemanın da içerisinde bulunduğu “Cercle D'Orient” kompleksinin restore edilerek bir alışveriş merkezine dönüştürülmesini ön görmekteydi. Sinema salonu olması dışında konserler, müzikaller, operalar, konferanslar vb. için de kullanılan Emek, 2009'daki kapatılma kararına kadar İstanbul'un en eski sinema salonuydu. Ayrıca kapatıldığı tarihte, bine yakın koltuk kapasitesi ve tek ve devasa perdesiyle multiplekse dönüştürülmemiş az sayıdaki sinema salonundan biri ve İstanbul'da kapısı doğrudan caddeye açılan “tek gerçek sinema sarayı” olarak varlığını sürdürmekteydi (Öz ve Özkaracalar 2021, 3). Sosyal ve kültürel öneminin yanı sıra 1980'lerin sonlarında siyasi bir sembol haline de gelmiş: 1980 darbesinin ardından toplu eylem ve gösterilerin yasaklanmasının sonra yapılan ilk İşçi Bayramı kutlamaları 1987 yılında Emek tiyatrosunda gerçekleşmiştir (Van Gageldonk 2020, 192-193). Sinemanın bu eleştirel ve giderek marjinalleşen konumu, kültürel düzeyde film festivali aracılığıyla kendini göstermeye başlamış ve sinema “alternatif, konformist olmayan, entelektüel ve solcu olan her şeyin sembolü, kısacası kültürel ve siyasi azınlıkların buluşma yeri” haline gelmiştir (Van Gageldonk 2020, 193). 2009'daki kapatılma kararı kültür- sanat çevreleri tarafından çokça tepki çekmiştir.

Sürece dair ilk protestolar Nisan 2010'da Emek'in artık İstanbul Film Festivali mekanlarından biri olmaması sebebiyle seyirci ve sektör bileşenleri tarafından başlamıştır. 18 Nisan 2010'da yaklaşık üç bin protestocu, Festival'e “alternatif” bir kapanış töreni olarak Taksim Meydanı'ndan İstiklal Caddesi boyunca Yeşilçam Sokağı'ndaki Emek Sineması'nın kapısına yürümüştür. Protestolar yavaş yavaş ivme kazanırken 18 Nisan yürüyüşü İstanbul'da bir kentsel soylulaştırma projesine karşı düzenlenen en büyük kitlesel protestolardan biri olmuştur (Öz, Özkaracalar 2021, 4).



Şekil 3: Emek Sineması Direnişi

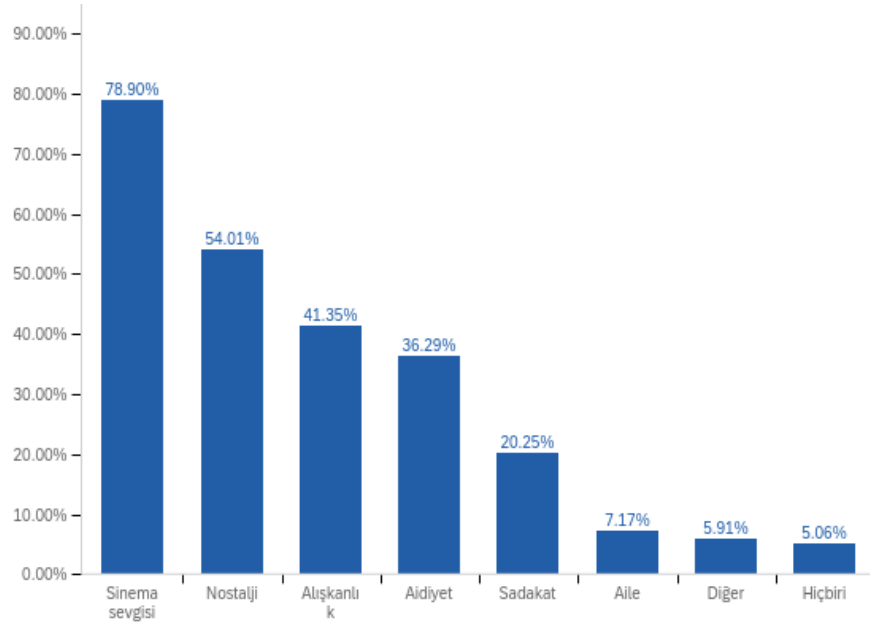
(<https://m.bianet.org/kurdi/kent/161614-emek-sinemasi-direnisi-suruyor>)

2012 yılında “Emek Bizim İstanbul Bizim Platformu” adı altında yeniden bir araya gelen protestocular 31 Mart 2013 tarihinde Emek'in mühürlenene kapısını kırıp boş tiyatronun içinde birkaç saat süren bir oturma eylemi gerçekleştirerek önceki faaliyetlere göre nispeten daha radikal bir protesto eylemi gerçekleştirilmiştir. Bu kısa süreli eylem, eylemcilerin 2013 Film Festivali'nin “sembolik” açılışını burada yaptıktan sonra binayı terk etmeleriyle barışçıl bir şekilde sona ererken, 7 Nisan'da şehir merkezinden Emek'in kapısına doğru yapılan ve artık geleneksel hale gelen yıllık protesto yürüyüşü, protestoların başlamasından bu yana ilk kez kapatılan Yeşilçam Sokağı'nın girişinde göz yaşartıcı gaz ve tazyikli su kullanılan polis şiddetiyle dağıtılmış ve çok sayıda aktivist gözaltına alınmıştır. Zeynep Yaşar, Emek Sineması'nın yıkılmasına neden olan inşaat projesini, AKP'nin neoliberal otoriterliğine dayanan büyük bir kentsel dönüşüm programının bir parçası olarak ele alır (2019, 47). Nitekim bu soylulaştırma projesine karşı protestolara yönelik polis şiddetinin kamuoyunun dikkatini çekmesi ve bir başka alışveriş kompleksi inşa etme projesinin hedefi olan Taksim Gezi Parkı'ndaki oturma eylemine karşı polis şiddetinin yeniden artması, bir sonraki ay tüm ülkeyi saracak olan Gezi direnişine ilham kaynağı olduğu iddia edilebilir (Öz, Özkaracalar 2021, 5). Gezi Direnişi, Gezi Parkı'nı kurtarmakta başarılı olsa da Emek Bizim İstanbul Bizim

Platformu'nun tüm çabaları Cercle d'Orient kompleksinin yıkılmasını ve yeni alışveriş merkezinin inşaatına başlanmasını engelleyememiştir. Emek Sinemasının tavan ve duvar süsleri sökülüp Grand Pera AVM'nin 5. katında açılan Emek Sahnesine taşınmıştır. Proje sahipleri salonun aslına uygun olarak restore edildiğini iddia etse de bu konuda farklı görüşler bulunmaktadır: "...sinema için 'O eski halinden eser yok şimdi...' diyebiliriz çünkü her şeyden önce o eski ruhu yok! 'Yıkıyoruz, taşıyoruz' deseler de Mayıs 2013'te iş makineleriyle tamamen yıkılan Emek, aynı alanda yeni yapılan 5 katlı binanın en üst katına monte edilmiş... (Cumhuriyet, 2015)". Emek Sinemasının seyircinin bireysel ve kolektif hafızasındaki yeri ve sinemanın sembolik, kültürel ve sosyal önemi salonun tavan ve duvar süslerinin taşınmasıyla yeri doldurulabilecek bir noktada değildir çünkü "mekansal kimlik benlikten ayrı bir parça değildir; içine sınıfsal konum, anılar, politik duruş ve koskoca bir yaşantıyı sığdırır" (Atabinen 2015,23). Bu sinema salonlarının mimari simge ve kültürel ritüellerin vazgeçilmez mekanları olarak ortadan kalkması, Beyoğlu'nun yaya arteri olan İstiklal Caddesi'nin müdavimlerini ve sinemaseverleri giderek yabancılaştıran, caddenin sosyal ve kültürel yapısını kademeli olarak değiştiren ve bölgenin çokkültürlü geçmişi ve çeşitliliğiyle olan bağlantıları yok eden bir sürecin parçasıdır (Yaşar 2019, 47). AKP hükümeti, neoliberal kentleşmeyi eleştirenlere saldırmak için devlet kaynaklarını kullanmanın yanı sıra, İstanbul'un belirli bölgelerinde kentsel yeniden yapılanma yoluyla toplumsal denetimi amaçlamıştır ve büyük ölçüde başarmıştır; Emek Sineması'nı kurtarma hareketi, toplumsal denetim amacıyla konuşlandırılan neoliberal kentsel programlara dayanan bu gidişata yanıt olarak ortaya çıkmıştır (Yaşar 2019, 47). Özkaracalar ve Öz'ün Emek üzerine yaptığı çalışmada mücadelenin başında Emek seyircileri için en belirgin duyguların çoğunlukla, "değerli, mutlu ve neşeli anılar taşıyan bir mekânı kaybetme ihtimaliyle ortaya çıkan kederle bağlantılı olduğunu" daha sonra salonun yıkılmasıyla beraber bu duygunun "bir yenilgi duygusu ve çok sevilen bir salonu temelli kaybetmenin doğurduğu derin bir hüznün" olduğu ortaya çıkmaktadır (2021, 7). Emek Sineması'nın yıkılışı ile gelen "yenilgi" ne yazık ki gelecek yıllarda da şehrin farklı kültürel mekanlarının tek tek ortadan kaybolmasıyla devam etmektedir. Özellikle Beyoğlu bölgesindeki bu değişim bölgenin kültür-sanat merkezi olarak konumunu kaybedip turistik bir alışveriş caddesi olmasıyla sonuçlanmıştır. Buna karşılık son yıllarda kültür-sanat sahnesi daha çok Kadıköy ve çevresine kaymaya başlamıştır. Emek Direnişi ile başlayan ve Gezi Parkı Direnişi ile

devam eden bu süreçte artan polis şiddeti, haksız tutuklamalar, hükümetin otoriter tavrının artması halkın kamusal alanda üzerine söz söylemek bir yana kamusal alandaki varlığını dahi tehlikede kılar hale gelmiştir. Buna karşılık kültürel politikaların içinde söz söyleyemeyen ve ciddiye alınmayan halk çareyi alternatif kurumlar, kuruluşlar ve kendi güvenli alanlarını kurmakta bulmuştur. Ve yine bağımsız sinema bağlamında seyirci, Kadıköy Sinemasını tıpkı Emek'te olduğu gibi sadece bir sinema salonu olarak değil, bir hafıza mekânı ve kültürel miras olarak değerlendirmekte ve yapılan görüşmeleri ve anketi yapılabilecek “en az” şey olarak görüp “görev” bilinciyle yerine getirmiştir. Bu noktada seyirciler manevi olarak mücadele vermeye hazırdır.

Derinlemesine görüşmeler boyunca aidiyet duygusu çokça bahsedilmiş olsa da anket çalışmasında Kadıköy Sineması denilince akla gelen ifadelerde “aidiyet” %36,29 ile dördüncü sırada çıkmaktadır. İlk sırada %78,90 ile “sinema sevgisi”, ikinci sırada %54,01 ile “nostalji”, üçüncü sırada %41,35 ile “alışkanlık” gelmektedir. Bunları %20,25 ile sadakat ve %7,17 ile aile seçenekleri takip ederken diğer kısmına yazılanlar: film festivalleri, sakinlik, yalnızlık, bir arada olma hissi, anlam bulma ve bir yere ulaşma, bağımsız filmler, klasiklerin yeniden gösterimi, özgürlük, samimiyet, bağımsızlık, baş kaldırma, konfor ve balonun “balina”yı andıran mimarisi olarak karşımıza çıkmaktadır.



Tablo 11: Katılımcılarımıza Kadıköy Sineması denilince çağrıştırdığı ilk ifadeler (2022)

Kadıköy Sineması seyircisi için sinemayı ve filmleri sevmek şaşırtıcı değildir. Seyirci için sinema ve film sevgisi daha önce bahsettiğimiz üzere sinefili kültürünün bir

parçasıdır. Nostalji ise hem Kadıköy hem İstanbul hem de sinema açısından önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Baudliard, nostalji için “Gerçek olan artık eskisi gibi olmadığında, nostalji tam olarak anlamını kazanır.” der (1988,171). Lash ve Urry için ise nostalji “tarihin değil ama mirasın sterilize edilmiş bir versiyonu için idealize edilmiş bir geçmiş” demektir (1996, 247). Emek Sineması ve sonrası süreçte, AKP politikaları, neoliberalizm, soylulaştırma adı altında yerel kültürlerin yok edilmesi ve kültür alanlarının “alışveriş merkezlerine” dönüştürülmesi seyircide “mirası” koruma iç güdüsüne ortaya çıkarmıştır. Mekânın kimliğe olan etkisini göz önüne alındığında seyirci için önemli olan maddi çıktılar yerine sinemanın “ruhu”dur. İdealize edilmiş bir sinema fikrini korumak adına seyirci Kadıköy Sinemasını tercih etmektedir. Arthouse filmlerin blockbuster filmlere oranla daha çok tercih edilmesinde de bu “idealize sinema” fikri önemlidir. Bir nevi klasik sinefili fikrinin devamı olduğunu iddia ettiğimiz bu idealizm kültürel mekanların seyirci için önemini de oluşturmaktadır. Bu noktada “mahalleli” kimliğiyle güncel ve yerel “alışkanlıklar” ve yine nostalji nosyonları önem kazanmaktadır.

Anket katılımcılarının yalnızca %8,02’si pandemi sürecinde Kadıköy Sinemasının Koltuk Destek Kampanyasına destek verdiklerini belirtmiştir. Derinlemesine görüşmelerde gönüllü katılımcılar arasında destek verdiğini belirten katılımcılara öncelik verilmek istenmiştir. Bunun sebebi seyircinin destek motivasyonlarını daha iyi anlayabilmektir ancak görüşme taleplerine ne yazık ki olumlu dönüş alınamamıştır. Derinlemesine görüşmelerde destek verdiğini belirten görüşmeci sayısı 17 kişi içinde 5 kişidir. Bu noktada görüşmelerden elde ettiğimiz sonuçlara göre destek seyirci için maddi ve manevi olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Seyirci maddi destek veremediği durumlarda manevi destek vermeye her koşulda hazır olduğunu belirtmiştir. Bu noktada daha önce bahsettiğimiz üzere seyircinin sinema ve şehir ile kurduğu kişisel ilişki ön plana çıkmaktadır. Seyircinin Kadıköy Sineması’nı sadece “var olan kültürel bir değer” olarak anıtsallaştırmadığı, bireysel hafızasının bir uzantısı olarak mekanla kurduğu kişisel ilişkiyi alanı yeniden tanımlamakta kullandığı göze çarpmaktadır.

“Çok gitmemden ve çok sevmemden ötürü o yaşadığım hissiyat: hem sinema filminde kendini zannetmem hem de huzur hissiyatından ötürü açıkçası borçlu hissettim gibi geldi bana. Yani bu bizim bir görevimiz, uzaktan bir yardım çağrısı geliyordu. Yardım feneri yakmışlar ve bizim buna cevap vermemiz lazım dedim ve emindim zaten benim gibi zaten

300 kişi olsa tamamlanıyordu. Yani ki ben eminim daha çok kişi destek olmak istemiştir Kadıköy Sineması'na.” (E4)

Sinema aynı zamanda bir mekân olarak da “idealleştirilmiş” sinemanın sembolü halini almaktadır. Koltuk Destek Kampanyası'na destekte bulunmuş katılımcılara aynı dönemde aynı kampanyayı zincir bir salon yapsaydı tepkileri ne olurdu diye sorulduğunda, şiddetli bir şekilde “asla” desteklemeyeceklerini ifade etmişlerdir.

“Yapmazdı zaten de yapsa çok absürt olurdu, komik olurdu. Cinemaximum yapsa vermezdim ona çünkü alışveriş merkezinde en basiti, alışveriş merkezinde olan bir sinema. Siz o filme ulaşana kadar farklı birtakım metalarla karşılaşıyorsunuz: giysici, yemekçi, şu, bu, böyle... Yani alışveriş yapma dürtünüzü tetikleyen bir şey bu ve oradaki amaç sizi tüketmeye... Tüketim toplumunun bir parçası AVM'ler, sembolü tüketim toplumunun. Tüketim toplumu içinde sinemayı konumlandırıyor. Buna destek vermezdim. Yani veremem bana yakışmaz.” (E3)

“Çok güzel bir soru. Bayağı iyi bir soru. Cinemaximum bize destek verdi mi diyormuşum şimdi. Şöyle, yani Cinemaximum vermezdim ya kesinlikle vermezdim. Şöyle söyleyeyim, Cinemaximum'un sebep olduğu kapanmalar, zaten sinemalar pandemide kapanmadı. Sinemalar Cinemaximum'la kapandı bu arada. O semt sinemaları.... Bu arada şöyle semt sinemaları diye geçmemek lazım. Aslında mahallede yaratılan toplumsal bilinç ve toplumsal kültür aslında demokrasiyi de güçlendiren olgulardan bir tanesidir. Bu sebepten ötürü semt sinemaları kaldırmak demek semt içerisinde sinemada nefes alabilecek insanların da önünü kesmek demek.” (E4)

“Kapitalizm çünkü yani daha ötesi var mı?” (E9)

Ve yine göze çarpan detaylardan görüşmecilerden birinin ana akım sinemanın karşısına arthouse sinemayı konumlandırırken “biz” ifadesini kullanması olmuştur. Arthouse sinema salonlarının kapatılmasında “Cinemaximum” adı altında zincir salonları neden görürken bir yandan arthouse sinemayı “benimsemekte”dir. Bu noktada zincir salonlar yukarıda Emek Direnişi kapsamında bahsettiğimiz neoliberal sistemin “alışveriş merkezileştirme” düzeninin bir parçası olarak algılanıp seyirci tarafından kabul görmemektedir. Günümüzde arthouse sinema bu neoliberal düzenin karşısında yer almasıyla seyircinin desteğini almaktadır.

İşte mesela bu Filmekiminde Beyoğlu'nun olmaması benim o şeyimi çok olumsuz etkiledi, hissime diyeyim çünkü mesela Atlas güzel bir salon ama o da Bakanlığa bağlı olduğu için insan girenken üzülüyor yani bilmiyorum AKP'nin mekanlarına gitmek... Dürüst olmak gerekirse Atlas'ın Kadıköy Sineması'ndan daha konforlu bir salon olduğunu düşünüyorum ama tercih sunulduğunda kesinlikle Kadıköy'e alırım. (E1)

4. SONUÇ

Bu tez çalışmasında Kadıköy Sineması İstanbul'daki tek arthouse sinema salonu olmasıyla İstanbul'un arthouse seyirci kitlesini anlamak adına bir vaka çalışması olarak ele alınmıştır. Görüşmecilerimizin ekonomik sermayesi değişiklik göstermesine rağmen kültürel sermaye açısından homojen bir dağılım karşımıza çıkmaktadır. Sanatın eğitim yoluyla yeniden üretildiğini iddia eden Bourdieu'nun bu iddiası görüşmecilerin her birinin yüksek eğitim sermayesine sahip olmasıyla kanıtlanır niteliktedir. Ek olarak Bourdieu'nun iddia ettiği üzere “sinemaseverlik” kültürel sermayenin bir uzantısı şeklinde, aileden aktarılan sermaye ve eğitim sermayesinin bir birleşimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Görüşmeciler her ne kadar eğitim sermayelerinin sinema kültürleri ve pratikleri üzerindeki etkisine dair bilinçli olsalar da aileden miras kalan sermayelerinin de içselleştirilmiş bir etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Eğitim kurumlarının yanı sıra arkadaş gruplarının da bu sermaye ilişkileneğinde önemli olduğu varılan verilerden birini oluşturmuştur. Bu noktada üniversiteli genç bir nesil ile eğitim hayatını bitirmiş ve çalışan bir nesil arasında da farkların olduğu gözlemlenmiştir ve araştırmaya başlarken bu tarz bir farklılığın olacağı ön görülmemiştir. Bu da araştırmacı olarak her ne kadar seyircinin öznelliğini savunuyor olsam da “stereotipikleşmiş” seyirci kavramının içselleştirilmesiyle beni karşı karşıya getirmiştir. Özellikle sinefil kimliğin “alışılmalı” kurallarıyla bağ kuran homojen bir seyirci beklentisi açısından, görüşmeciler arasındaki heterojenlik beklenenin tam tersi bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmıştır. Değişen şehir hayatının, internetin ve deneyimlerin farklı yaş grupları için farklı gerçeklikler olarak karşımıza çıkmasına paralel olarak sinefili ve sinema kültürü de değişiklik göstermektedir. Bu açıdan seyirciyi odağa almak ve sosyokültürel, tarihsel ve etnografik bir çalışma alanı olarak seyirciye yaklaşmak adına “Yeni Sinema Tarihi”ni metodolojiye katmak araştırmanın gidişatı ve sonuçlanması adına önemli ve değerli bir karar olmuş, seyircinin sosyokültürel tarihini anlamak açısından bize önemli bir alan açmıştır.

Güncel deneyimde Kadıköy Sineması, literatürde “yeni kültürel orta sınıf” olarak adlandırılmış bir sosyal tabakanın kültürel ayrışma yoluyla kimlik inşasına dahil ettiği bir mekân olarak karşımıza çıkmıştır. Salon da seyirci tarafından kendisine yüklenen bu

vizyonu benimseyerek arthouse sinema için sosyokültürel bir ayırışma mekânı görevini üstlenmektedir. Daha önce belirtildiği gibi tez boyunca araştırmaya başlarken ön görülmediği kadar heterojen bir seyirci ve seyir pratiği ile karşı karşıya kalınmıştır. Sosyo-kültürel olarak benzer bir kitle ile karşılaşmış olsa da ekonomik farklılıklar, seyir deneyimlerindeki çeşitlilik bazı açılardan yapılan derinlemesine görüşmelerin gerekli doyumuna ulaşmamasıyla sonuçlanmıştır. Arthouse sinema seyirciliği ve arthouse bir sinema salonuyla kurulan ilişkilerde aynılaştan seyirci ana akım seyir, online seyir pratikleri, aileden miras kalan sermaye, pandemi dönemi sinemayla kurulan ilişki ve festival pratiklerinde farklılıklar göstermiştir. Ve yine görüşmelerde özellikle 45 yaş üzeri bireylerin seyir deneyimini anlamak adına derinlemesine görüşmeler, gösterilen çabaya rağmen, yapılamamıştır. Bu da özellikle farklı nesillerin şehir, sinema salonları, sinema ritüelleri ve seyir pratiklerini anlamak adına bir eksiklik olarak karşımıza çıkmıştır.

Tüm bunların yanı sıra araştırma sürecinin başından sonuna kadar bilet fiyatlarında 2-3 kat fiyat artışı yaşanmıştır. İlk derinlemesine görüşme sırasında görüşmeci Kadıköy Sinemasına gelen zamla biletlerin 40 TL olmasını eleştirmiş ve sinemada tek bir film izlemek için bu kadar para verilmemesi gerektiğini ve böyle giderse sinemaya gitme deneyiminin sekteye uğrayacağından bahsetmiştir. Bu koşullarda aynı çalışma bugün yapılsa yukarıda analize dahil ettiğimiz pek çok konuda farklılıklar ile karşılaşmak muhtemeldir. Türkiye'nin değişen koşulları, pandemi dönemi ve sonrasında iyice derinleşen ekonomik problemler ve içinde bulunulan siyasi atmosfer pek çok açıdan görece uzun süreli bir çalışma yapmayı zorlaştırmaktadır. Ancak şu bir gerçektir ki sinemaya gitmek ister ekonomik koşullar yüzünden ister nesil farkları yüzünden isterse de rant odaklı kent politikaları yüzünden olsun gün geçtikçe azalmaktadır.

Özellikle üniversiteli bir nesil için pandeminin de etkisiyle belki de hayattaki her şey gibi sinema pratikleri de online bir tüketim halini almıştır. Online platformlar sayesinde erişimin kolaylaşmasıyla beraber film festivalleri önemini yitirmeye başlamıştır ancak festivale katılımların azalmasındaki en önemli sebep ekonomik koşullardır. Bu noktada özellikle AVM içi sinema salonları, AVM'nin bulunduğu bölgenin sosyo-ekonomik durumuna göre biletlendirme politikalarıyla bu sorunu çözmeye çalışmaktadır ancak sürekli artan enflasyon ve ekonomik düzensizlik daha derin bir soruna işaret etmektedir.

Yalnız yaşayan bir insan için sinema daha kolay erişilebilirken özellikle çocuklu aileler için oldukça pahalı bir aktivite halini almaktadır.

Beyoğlu'nun değişen çehresi, kültürel politikalar, şehrin değişen dokusu bir dönemin en işlek kültür- sanat merkezi olan İstiklal Caddesinde neredeyse sinema salonun kalmamasıyla sonuçlanmıştır. Seyirci tarafındaki olumsuzluklara ek olarak işletme açısından teknolojiye dayalı neredeyse her harcamanın döviz kuru üzerinden hesaplandığı düşünüldüğünde işletme olarak salonlar için de çok ciddi problemler bulunmaktadır. Günümüz koşulları göz önüne alındığında doğru kültür politikalarıyla ve devlet tarafından desteklenmeyen sinema sanatının, özellikle de arthouse sinema salonlarının geleceği tehlike altındadır. Sinemaya gitmek günümüzde gündelik hayatın bir parçası, sık sık tekrarlanabilen bir eylem değildir. Ancak derinlemesine görüşmeler göstermiştir ki şehrin kültürel dokusu ve mirasının içerisinde sinema kültürünün devam etmesi için büyük bir istek vardır. Seyirci bu noktada ihtiyaç duyulması halinde destek vermeye hazır olduğunu net bir şekilde ifade etmiştir. Fakat siyasi ve ekonomik atmosfer bu konuda oldukça belirleyici olmaktadır ve yakın gelecekte de olmaya devam edecek gibi görünmektedir. Tüm bu çalışma dar bir sürede, sınırlı bir alanı içeren tanıklıklardan oluşsa da değişimin ne kadar hızlı gerçekleştiğinin de bir kanıtı niteliğindedir, bu haliyle deneyimi, hafızayı ve bir dönemi belgelemenin gücünü ve önemini hatırlatmıştır. Tezin en başında da belirtildiği gibi ne kadar küçük çaplı odak çalışması yapılırsa büyük resmi görmek o kadar kolay olacaktır. Son olarak bu tezden yola çıkarak ortaya atabileceğimiz iddia ise ne kadar fazla çalışma yapılırsa yapılısın değişmeyecek belki de tek şey, arthouse sinemanın seyircisi ile kurduğu o biricik bağ olacaktır.

KAYNAKÇA

Aboulaoula, Salma Mediavilla& Biltereyst, Daniel. 2021. "Corona cinephilia: A qualitative audience study on cinephile places, spaces and the impact of COVID-19 on urban cinephilia in the city of Ghent, Belgium." *Participations: Journal of Audience&Reception Studies*.Vol.18/2. 473-497. URL: <http://hdl.handle.net/1854/LU-8722348>

Akbulut, Hasan. 2014. "Sinemaya Gitmek ve Seyir: Bir Sözlü Tarih Çalışması". *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi* 2. 1-16. URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/62435>

Allen, Robert C. 2011. "Reimagining the History of the Experience of Cinema in Post Movie-Going Age." *Media International Australia*. No:139. 80-87.

Allen, Robert C. 2011. "Reimagining the History of the Experience of Cinema in a Post-Moviegoing Age" In *Explorations in New Cinema History Approaches and Case Studies*, edited by Richard Maltby, Daniel Biltereyst and Philippe Meers, 41-58. West Sussex: Wiley-Blackwell.

Arnold, Sarah. 2016. "Netflix and the myth of choice/participation/autonomy." In *The Netflix effect: Technology and entertainment in the 21st century*, edited by Kevin McDonald and Daniel Smith-Rowsey, New York and London: Bloomsbury Academic, 49-62.

Arslan, Eylem. 2010. "Sinemada dağıtım: tanıtım ve promosyon çalışmaları çerçevesinde dağıtım sürecinin Türk sineması örneğinde incelenmesi" (Yayımlanmamış Doktora Tezi) Ege Üniversitesi, İzmir.

Atabinen, İdil. 2015.", ""Emek Sineması" Mücadelesine Dair Anlatılarda Kimlikler ve Konumlanışlar." *Nesne*, 3 (5), 21-42. DOI: 10.7816/nesne-03-05-02

Aveyard, Karina. & Moran, Albert. 2013. "Introduction" In *Watching Films: New perspectives on movie-going, exhibition and reception*. 1-14. Bristol: Intellect Ltd

Ayça, Engin. 1992. "Türk Sineması Seyirci İlişkileri." *Kurgu*, 11 (1), 117-133. URL: <chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcgclefindmkaj/https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1501413>

Baltes Paul B. 1987. Theoretical propositions of life-span developmental psychology: On the dynamics between growth and decline. *Developmental Psychology*. No: 23. 611-626. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.23.5.611>

Bart, Peter. 1997. *Cannes, Fifty Years of Sun, Sex & Celluloid: Behind the Scenes of the World's Most Famous Film Festival*. New York: Hyperion.

Baudrillard, Jean& Poster, Mark. 1988. *Jean Baudrillard: Selected Writings*, ed. Stanford. C.A.: Stanford University Press.

Behlil, Melis. 2005. "Cinephilia, Internet, and Online Film Communities" In *Cinephilia: Movies, Love and Memory*, edited by M. De Valck & M. Hagener. 111-125. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Biletinial <https://biletinial.com/mekan/kadikoy-sinemasi> Erişim Tarihi: 14 Nisan 2023

Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Translated by Richard Nice. Cambridge: Harvard University Press

Bourdieu, Pierre. 1995. *Pratik Nedenler: Eylem Kuramı Üzerine*. H. Tufan (Çev.). İstanbul: Kesit Yayıncılık

Bourdieu, Pierre. 2015. *Ayırım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*. Derya Fırat Şannan, Ayşe Günce Berkkurt (Çev.). Ankara: Heretik Basın Yayın.

Bourdieu, Pierre. Wacquant Loic. 2016. *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*. N. Ökten (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Bourdieu, Pierre. Darbel, Alain. 2017. *Sanat Sevdası: Avrupa Sanat Müzeleri ve Sanatçı Kitlesi*. Sertaç Canbolat (çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Bordwell, David. 2010. "Film Pratiğinin Kipi Olarak Sanat Sineması" In *Sanat Sineması -Tartışmalar ve Yaklaşımlar*. Karadoğan, Ali. Ankara: Deki Yayınevi. 71-83.

Bowles, Kate. 2009 "Limit of maps? Locality and cinema- going in Australia." *Media International Australia*, 131/1 (May), 83-94. DOI: <https://doi.org/10.1177/1329878X0913100110>

Bowles, Kate & Maltby, Richard & Verhoeven, Deb & Walsh, Mike. 2012. *New Cinema History: A Guide for Researchers*. New York: John Wiley and Sons Ltd. ISBN: 9781405196246.

"Box Office Yıllık: Yıllara Göre Toplam Seyirci ve Hasılat Sayıları" Erişim Tarihi: 2 Mayıs 2023. <https://boxofficeturkiye.com/yillik>

Bozdemir, Banu. 2017. "Baha Serter: 'Sorun sosyal, politik ama en çok da ekonomik'" 13 Haziran 2017. <https://www.otekisinema.com/sorun-sosyal-politik-ama-en-cok-da-ekonomik/>

Blumer, Herbert. 1933. *Movies and Conduct*, New York: Macmillan.

Brewer, Marilynn B. 1988. A dual process model of impression formation. In *Advances in social cognition* edited by Srull, Thomas. K. Wyer, Robert. S. Vol. 1. 1-36. URL: <https://psycnet.apa.org/record/1988-98192-001>

Buchsbaum, Jonathan & Gorfinkel, Elena. 2009. "Introduction." *Framework: The Journal of Cinema and Media*, Vol. 50, No.1/2. 176-180. URL: <https://www.jstor.org/stable/41552546>

Butsch, Richard. 2007. "Changing Images of Movie Audiences." In *Going to the Movies: Hollywood and the Social Experience of Cinema*, edited by Richard Maltby, Melvyn Stokes and Robert C. Allen, 293-307. Exeter: University of Exeter Press.

Cameron, Deborah. 1995. *Verbal Hygiene*. London: Routledge.

Christie, Ian. 2012. "Introduction: In Search of Audiences." *Audiences: Defining and Researching Screen Entertainment Reception*, edited by Ian Christie, 11-25. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Corbett, Kevin. 1998. 'Empty Seats: The Missing History of Movie-Watching', *Journal of Film and Video*, 50/4, 34-48. URL: <https://www.jstor.org/stable/20688196>

Corbett, Kevin, 2001. 'The Big Picture: Theatrical Cinemagoing, Digital Television and Beyond the Substitution Effect', *Cinema Journal*, No.2, 17-34. URL: <https://www.jstor.org/stable/1225841>

Coulageon, Philippe.2003 "Le rôle de l'école dans la démocratisation de l'accès aux arts." *Revue de l'OFCE*, 86. 155-69.

"Cumhuriyet görüntüledi... İşte Emek Sineması'nın son hali"
<https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/cumhuriyet-goruntule-di-iste-emek-sinemasinin-son-hali-277626>

Çam, Aydın. 2016. "Sinemasal Mekânlar ve Sinemasal Mekânların Çözümlemesi." *sinecine*, 7(2), 7-37.

Çam, Aydın. Şanlıer Yüksel, Özgür İlke. 2020. "Yeni/Yerel Sinema Tarihi Çalışmaları: Adana ve Çukurova Bölgesi Araştırmaları." *Çukurova Üniversitesi Türkoloji Araştırmaları Merkezi Kültür Evi Konuşmaları Dergisi*, vol.3, no.1, 54-65.

Çam, Aydın. Şanlıer Yüksel, Özgür İlke. 2021. "Mapping the Cinema Venues of Adana: The Use of Multi-Methods and Geographical Information Systems in the New/Local Cinema History." *Moment Dergi*, vol.8/1, 289-310. DOI: <https://doi.org/10.17572/mj2021.1.289310>

Çetin Erus, Zeynep. 2007. "Film Endüstrisi ve Dağıtım: 1990 Sonrası Türk Sinemasında Dağıtım Sektörü." *Selçuk İletişim*, 4 (4), 5-16. URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/177938>

Çetin Erus, Zeynep, & Erus, Burçay. 2020. "The rise of domestic popular film production with new audience and changing industry structure: The case of popular cinema in

Turkey.” *European Journal of Communication*, 35(6), 565–579. DOI: <https://doi.org/10.1177/0267323120928216>

De Baecque, Antoine. 2003. *La Cinéphilie : Invention d'un regard, histoire d'une culture (1944-1968) (Histoire de la Pensée)*, Fayard. ISBN: 978-2-213-65680-9

Definition “cinophile” <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/cinophile>

Demiral, Seran. 2016. Farklı Sosyal Sınıfların Mekansal Ayırışma Eğilimleri: Üst Tabakaların Mekân Tercihlerine, İstanbul’dan Karşılaştırmalı Örnekler. (Doktora Tezi) İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

De Valck, Marijke. & Hagener, Malte. 2005. “Down with cinephilia? Long live cinephilia? And other videosyncratic pleasures.” In *Cinephilia: movies, love and memory*, edited by M. De Valck & M. Hagener. 11–24. Amsterdam: Amsterdam University Press.
De Valck, M., 2007. *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam University Press, Amsterdam.

De Valck, Marijke. 2012. “Convergence, Digitisation, and the Future of Film Festivals”. In *Digital Disruption: Cinema moves on-line*, edited by Jordanova, D. & Cunningham S.D. 117-130. St. Andrews: St. Andrews Film Studies.

De Valck, Marijke. 2014. “Supporting art cinema at a time of commercialization: Principles and practices, the case of the International Film Festival Rotterdam.” *Poetics*, no. 42, 40-59. DOI:10.1016/j.poetic.2013.11.004

De Valck, Marijke. 2014. “Film Festivals, Bourdieu, and the Economization of Culture.” *Canadian Journal of Film Studies*, No.23/1. 74-89.

De Valck, Marijke. 2016. Fostering art, adding value, cultivating taste Film festivals as sites of cultural legitimization *Film Festivals: History, Theory, Method, Praxis*, edited by De Valck, Marijke, Brendan Kredell, and Skadi Loist. 100-116 Abingdon: Routledge.

De Valck, Marijke de & Damiens, Antoine. 2020. “Film festivals and the first wave of COVID-19: Challenges, opportunities, and reflections on festivals’ relations to crises.” *NECSUS-European Journal of Media Studies* No.2. 299–302. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/15321>.

De Valck, Marijke. 2020. “Vulnerabilities and Resiliency in the Festival Ecosystem: Notes on Approaching Film Festivals in Pandemic Times”, In *Pandemic Media: Preliminary Notes Toward an Inventory*, edited by Philipp Dominik Keidl, Laliv Melamed, Vinzenz Hediger, and Antonio Somaini, 125-135. Lüneburg, Meson Press. URL: <https://pandemicmedia.meson.press/chapters/space-scale/vulnerabilities-and-resiliency-in-the-festival-ecosystem-notes-on-approaching-film-festivals-in-pandemic-times/>

Dibbets, Karel. 2007. "Culture in context: databases and the contextualization of cultural events." Paper presented at "The Glow in Their Eyes": Global Perspective on Film Cultures, Film Exhibition and Cinemagoing Conference, Ghent University.

Dickson, Lesley-Ann. 2015. "'Ah! Other Bodies!' Embodied Spaces, Pleasures and Practices at Glasgow Film Festival." *Participations, Journal of Audience and Reception Studies*, 12,1: 703-724.

Diehl, Manfred., Wahl, Hans-Werner. Barrett, Anne E. Brothers, Allyson F. Miche, Martina., Montepare, Joann M. Gerben, Westerhof. Wurm, Susanne. 2014. "Awareness of aging: Theoretical considerations on an emerging concept." *Developmental Review*, NO:34/2. 93–113. DOI: 10.1016/j.dr.2014.01.001

Ellis, John. 2000. *Seeing things: Television in the Age of Uncertainty*. London: I.B. Tauris.

Elsaesser, Thomas. 2005. "Cinephilia or The Uses of Disenchantment." In *Cinephilia: Movies, Love and Memory* edited by M. De Valck & M. Hagener. Amsterdam: Amsterdam University Press, 27–44.

Erdoğan, Nezh. 2001. "Üç Seyirci: Popüler Eğlence Biçimlerinin Alımlanması Üzerine Notlar." *Doğu-Batı*, No: 15, 117-127.

Erkılıç, Hakan. 2009. "Düş Şatolarından Çoklu Salonlara Değişen Seyir Kültürü ve Sinema." *KEBİKEÇ*, No.27, 143-162. URL: <http://apbs.mersin.edu.tr/ehakan>

Erkılıç, Hakan, Duruel Erkılıç, Senem. A. , Değirmen, Süleyman. 2021 "Covid-19 Pandemisi ve Sinema Sektöründe Kriz: Yapısal Sorunlarla Yüzleşme Fırsatı". *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 91-125. E-ISSN: 2636-8943

Fairclough, Norman. 2003. 'Political Correctness': The Politics of Culture and Language." *Discourse & Society*, Vol 14(1), 17–28. London: SAGE Publications. URL: <https://www.jstor.org/stable/42888547>

Fischer, Alex. 2012. "'The Fully Clickable Submission': How Withoutbox Captured the Hearts and Minds of Film Festivals Everywhere." In *Digital Disruption: Cinema moves on-line*, edited by Iordanova, D. & Cunningham, S.D., 143-166. St. Andrews: St. Andrews Film Studies.

Fiske Susan T. 1998. Stereotyping, prejudice, and discrimination. In *Handbook of social psychology* edited by Gilbert D. T., Fiske S. T., Lindzey G. Vol. 2/4. 357–411.

Goodsell, Matthew. J. 2014. "Cinephilia and Fandom: Two Fascinating Fascinations" (Unpublished master's thesis). Manchester, Department of Interdisciplinary Studies.

Gomez-Uribe, C.A., and N. Hunt. 2015. The Netflix recommender system: Algorithms, business value and innovation. *ACM Transactions on Management Information Systems* 6, no. 4: 1–19. doi:10.1145/2869770

“Hakkımızda: CGV MARS CINEMA GROUP”. Erişim Tarihi: 17 Ocak 2023
<https://www.paribucineverse.com/hakkimizda>

“Hakkımızda” Erişim Tarihi: 13 Nisan 2023.
<https://sinematek.kadikoy.bel.tr/icerik/hakkimizda>

Harvey, Charles & Maclean, Mairi. 2008. “Capital Theory and the Dynamics of Elite Business Networks in Britain and France.” *The Sociological Review*. 56. 103-120. DOI: 10.1111/j.1467-954X.2008.00764.x.

Hauser, Arnold. 1984. *Sanatın Toplumsal Tarihi: Rokoko, Klasisizm, Romantizm, Naturalizm, Empresyonizm ve film Çağı*. İstanbul: Remzi Kitabevi

Hayward, Susan. 2000. *Cinema Studies: The Key Concepts*. London: Routledge.

Hubbard, Phil. 2003. “A good night out? Multiplex cinemas as sites of embodied leisure.” *Leisure Studies*, 22:3, 255-272, DOI: 10.1080/026143603200075461

İpek, Bilge. 2019 “Başka bir sinema deneyimi: "Başka sinema"” (Doktora Tezi) Marmara Üniversitesi, İstanbul.

İpek, Bilgi. 2020. “Başka Bir Sinema Deneyimi: “Başka Sinema” Seyircilerine Yönelik Bir Alan Araştırması.” *ilef dergisi*, 8(1). 157-183. DOI: 10.24955/ilef.933277

Jancovich, Mark. 2011. ‘Time, Scheduling and Cinemagoing’, *Media International Australia*, No.139/1, 88-95. DOI: <https://doi.org/10.1177/1329878X1113900112>

Jones, Janna. 2011. “‘When the Movie Started, We All Got Along’: Generation Y Remembers Movie Night.” *Media International Australia*, 139(1), 96–102. DOI: <https://doi.org/10.1177/1329878X1113900113>

Jullier Laurent, Leveratto Jean-Marc. 2012. *Cinephilia in the Digital Age. Audiences: Defining and Researching Screen Entertainment Reception*, edited by Ian Christie. Amsterdam: Amsterdam University Press. 143-154. DOI: <https://doi.org/10.1515/9789048515059-012>

Jungen, Christian. 2014. *Hollywood in Cannes: The History of a Love-Hate Relationship*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Karadoğan, Ali. 2010. *Sanat Sineması -Tartışmalar ve Yaklaşımlar*, Ankara: De ki Yayınevi.

Kaya, Dilek. 2019. “Eski İzmir Sinemaları ve Yıldız Sineması: Mekân, Toplum, Seyir.” *sinecine: Sinema Araştırmaları Dergisi*, 8 (2), 93-138. DOI: 10.32001/sinecine.536527

Keskin Suphi. “Semt Sinemalarının Yok Oluşu: Sosyal ve Ekonomik Sebepleriyle Sinema Alanlarının Yeniden Tanzimi ve Bunun Getirdiği Sonuçlar” Erişim Tarihi: 13 Nisan 2023 (12) Semt Sinemalarının Yok Oluşu: Sosyal ve Ekonomik Sebepleriyle Sinema | Suphi Keskin - Academia.edu

- Kite Mary E., Stockdale Gary D., Whitley B. E., Johnson B. T. 2005. Attitudes Toward Younger and Older Adults: An Updated Meta-Analytic Review. *Journal of Social Issues*. No: 61/2. 241–266. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.2005.00404.x>
- Kirel, Serpil. 2010. "Ertem Eğilmez'in Namuslu Filminden Hareketle Seksenlerin Toplumsal Alanında ve Popüler Sinemasında Egemen Değerlerini ve Sinemadaki Temsillerini Sorgulamak," *Kurgu-OLJCS Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi*, vol.2, 1-20. URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1496588>
- Kirel, Serpil. 2012. *Kültürel Çalışmalar ve Sinema*. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları.
- Kuhn, Annette. 1995. *Family Secrets: Acts of Memory and Imagination*, London: Verso.
- Kutlar, Onat. 1994. *Temistokles kaç kiloluk adamdır?* TÜRSAK sinema yılığı 1993. İstanbul: TÜRSAK
- Lash, Scott & Urry, John. 1996. *Economies of Signs and Space*. London: Sage Publications.
- Lev, Peter. 1993. *The Euro-American Cinema*. Texas: University of Texas Press.
- Ley, David. 1994. "Gentrification and the politics of the new middle class", *Environment and Planning*, Vol: 12/1. 53–74. Pearson Book Publishing Company. DOI: <https://doi.org/10.1068/d120053>
- Liman, Ali Sait. 2014. "Gaziantep'te Sinema, Seyir ve Seyirci (1923-1980)". *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, No:47. 97-124. DOI: 10.17064/iüifhd.37946
- Loist, Skadi. 2014. *Queer Film Culture: Performative Aspects of LGBT/Q Film Festivals*. Hamburg: University of Hamburg.
- Maltby, Richard & Biltereyst, Daniel & Meers, Philippe. ed. 2011. *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*, West Sussex: Blackwell Publishing Ltd.
- Maltby, Richard. 2011. "New Cinema Histories." In *Explorations in New Cinema History Approaches and Case Studies*, edited by Richard Maltby, Daniel Biltereyst and Philippe Meers, 3-41. West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Marx, Lisa. 2014. "Making cinephiles: An ethnographic study of audience socialization." *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*. Vol. 11/1. 88-98.
- Massey, Doreen. 2005 *For Space*, London: Sage.
- Mayer, Arthur. 1953. *Merely Colossal*, New York: Simon & Schuster.
- McCall, Leslie. 1992. "Does Gender Fit? Bourdieu, Feminism, and Conceptions of Social Order." *Theory and Society*, Vol. 21/ 6. 837-867. URL: <https://www.jstor.org/stable/657646>

Medin, Burak. 2018."Dijital Kültür, Dijital Yerliler ve Günümüzdeki Yeni Film Seyir Deneyimleri," *Erciyes İletişim Dergisi*, vol.5, 142-158. DOI: <https://doi.org/10.17680/erciyesakademia.345705>

Mezias, Stephen&Strandgaard Pedersen, Jesper &, Kim, Ji-Hyun.& Svejenova, Silviya.& & Mazza, Carmelo. 2011. "Transforming Film Product Identities: The Status Effects of European Premier Film Festivals, 1996-2005." In *Negotiating Values in the Creative Industries: Fairs, Festivals and Competitive Events* edited by Brian Moeran, & Jesper Strandgaard Pedersen, Cambridge University Press. 169-196.

MUBI web sitesi <https://mubi.com/tr/about>

Mulvey, Laura. 2009. "Some reflections on the cinephilia question." *Framework: The Journal of Cinema and Media*, 50(1/2), 190–193.

Neale, Steve. 2010. "Kurum Olarak Sanat Sineması" In *Sanat Sineması -Tartışmalar ve Yaklaşımlar*. Karadoğan, Ali. Ankara: Deki Yayınevi. 83-113.

"Number of Netflix paid subscribers worldwide from 1st quarter 2013 to 1st quarter 2023." 2023. Erişim Tarihi: 17 Ocak 2023. <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>

"Number of Disney Plus subscribers worldwide from 1st quarter 2020 to 1st quarter 2023." 2023. Erişim Tarihi: 17 Ocak 2023. <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>

Öz, Özlem & Özkaracalar, Kaya. 2021."At the Nexus of cinema, city and memory: Resisting the demolition of Istanbul's historical Emek movie theatre" *Emotion, Space and Society* 40, 2-8. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2021.100804>

Özdüzen, Özge. 2017. "Cinema-going during the Gezi protests: claiming the right to the Emek movie theatre and Gezi Park." *Social & Cultural Geography*. 2-25 DOI:10.1080/14649365.2017.1330964

Özön, Nijat. 2013. *Türk Sineması Tarihi 1896-1960*. İstanbul: Doruk Yayımcılık. ISBN: 978-975-553-518-0

Öztürk, Semire Ruken. 2017. "Kadınların ve Erkeklerin Film İzleme Deneyimi: Ankara'da Yaşayan Seyirciler Üzerine Bir İnceleme." *15. Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi*. 163-164.

Paribu Cineverse Tepe Nautilus <https://www.paribucineverse.com/nautilus-sinema-salonu> Erişim Tarihi: 14 Nisan 2023

Paribu Cineverse Akasya AVM <https://www.paribucineverse.com/akasya-sinema-salonu> Erişim Tarihi: 14 Nisan 2023

Pascal, Michel. 1997. *Cannes: Cris & Chuchotements*. Paris: NiL editions.

Power, Elaine M. 1999. "An Introduction to Pierre Bourdieu's Key Theoretical Concepts." *Journal for the Study of Food and Society*, 3:1, 48-52, DOI: 10.2752/152897999786690753

Rizzuto, Ronald J. & Wirth, Michael O. 2002. "The Economics of Video On Demand: A Simulation Analysis." *Journal of Media Economics*. Vol.15 No.3. 209-225. DOI: https://doi.org/10.1207/S15327736ME1503_5

Robnik, Drehli. 2005. "Mass Memories of Movies: Cinephilia as Norm and Narrative in Blockbuster Culture." In *Cinephilia: Movies, Love and Memory* edited by M. De Valck & M. Hagener. Amsterdam: Amsterdam University Press, 55-65.

Rosenbaum, Jonathan. 2010. *Goodbye Cinema, Hello Cinephilia Film Culture in Transition*. Chicago: University of Chicago Press

Sadlowska, Karolina M. & Karlsson, Paula Sonja & Brown, Steven Caldwell. 2019. "Independent Cinema in the Digital Age: Is Digital Transformation the Only Way to Survival?" *Economic and Business Review*, Vol. 21 No. 3. 411-438. DOI: 10.15458/ebr.88

Schwartz, Vanessa. 2007. "The Cannes Film Festival and the Marketing of Cosmopolitanism." In *It's So French! Hollywood, Paris and the Making of Cosmopolitan Film Culture*. Chicago and London: University of Chicago Press.

Schwartz, Vanessa. 2007. "The Cannes Film Festival and the Marketing of Cosmopolitanism." In *It's So French! Hollywood, Paris and the Making of Cosmopolitan Film Culture*. Chicago and London: University of Chicago Press.

"Sinema ve Gösteri Sanatları İstatistikleri, 2021" 2022. Erişim Tarihi: 8 Şubat 2023. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cinema-and-Performing-Arts-Statistics-2021-45743>

Sklar, Robert. 1996. "Beyond Hoopla: The Cannes Film Festival and Cultural Significance." *Cineaste* 12/3: 18-20.

Smith, Neil. 1997. *The New Urban Frontier. Gentrification and the Revanchist City*, New York: Routledge Publishing. URL: http://rohcavamaintenant.free.fr/USB%20KEY%20Fahriye/k%C4%B1tap%20Neil%20Smith__The_New_Urban_Frontier__Gentrification_and_the_Revanchist_City.pdf

Smits, Roderick. 2017. "Film Distribution: A Changing Business." In *DVD, Blu-ray and Beyond: Navigating Formats and Platforms within Media Consumption*, edited by Wroot, J. & Willis, A. 115-134. London: Palgrave Macmillan.

Smits, Roderik & Nikdel, E. W. 2019. "Beyond Netflix and Amazon:MUBI and the curation of on-demand film", *Studies in European Cinema*, 16:1, 22-37, DOI:10.1080/17411548.2018.1554775

Smythe, Dallas W.& Lusk, Parker B. & Lewis Charles A. 1953. "Portrait of an Art-Theater Audience," *The Quarterly of Film Radio and Television*, Vol. 8, No. 1. 28-50. DOI: <https://doi.org/10.2307/1209911>

Sontag, Susan. 1996. "The Decay of Cinema." Erişim Tarihi: 15 Ocak 2023 <https://www.nytimes.com/1996/02/25/magazine/the-decay-of-cinema.html>

"The generations defined." 2019. Erişim Tarihi: 23 Ekim 2022 https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/ft_19-01-17_generations_2019/

Thompson, John B. 1991. "Editor's introduction." In *Language & Symbolic Power*, by Bourdieu, Pierre. 1-31. Cambridge: Harvard University Press,

Torun, Tayfun. 2020., "Jürgen Habermas'ın Kamusal Alan Kavrayışı: Rasyonel Politik İrade Oluşumu." *Kaygı*, 19(1)/2020. 220-238.

Turner, Graeme. 1999. *Film as Social Practice*, London: Routledge

Tüzün, Selin. 2013. "Multipleks Sinema Salonları ve Türkiye Örneğinde Sinema Sektöründe Değişen Güç Dengeleri." *sinecine: Sinema Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 85-115. URL: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sinecine/issue/44722/555541>

Uçar İlbuğa, Emine. 2021. "Eski Sinema Salonları ve İzleyici Deneyimleri Üzerine Bir Sözlü Tarih Çalışması." *Sinecine*, vol.12, no.2. 293-329. DOI: 10.32001/sinecine.887523

Vail, James. & Heath, Theresa. & Dickson, Lesley-Ann. & Finkel, Rebecca. (2023). "Film Festivals on the Small Screen: Audiences, Domestic Space, and Everyday Media." In *Rethinking Film Festivals in the Pandemic Era and After*, edited by M. de Valck, A. Damiens. 81-100. London: Palgrave Macmillan
DOI: 10.1007/978-3-031-14171-3_5.

Van de Vijver, Lies. 2017. "The cinema is dead, long live the cinema!: Understanding the social experience of cinema-going today." *Participations: Journal of Audience&Reception Studies*.Vol. 14/1, 129-144.

Van Gageldonk, Cansu. 2020. "Cinema Emek, Cinema Labour, Cinema Travail: The Revitalization of Istanbul's Urban Past and the Emek Theater as a Lieu de Mémoire." In *Animation and Memory*, edited by van Gageldonk, Maarten & Munteán, László& Shobeiri, Ali. Netherlands: Palgrave Macmillan. 181-197.

Vitrinel, Ece. 2020. "Benim Yeriméden "Yok-Yerlere": İstanbul'da Güncel Seyir Deneyimine Dair Salan-İçi Manzaralar." *sinecine: Sinema Araştırmaları Dergisi*, 11 (2), 227-265. DOI: 10.32001/sinecine.742896

Wacquant, Loïc. 1992. "Toward a Social Praxeology: The Structure and Logic of Bourdieu's Sociology." In *An Invitation to Reflexive Sociology*, by Bourdieu, P. & Wacquant, L., 1-59. Chicago: The University of Chicago Press.

Weiss, David., & Zhang, Xin. 2020. Multiple Sources of Aging Attitudes: Perceptions of Age Groups and Generations From Adolescence to Old Age Across China, Germany, and the United States. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. NO: 51/6. 407–423. <https://doi.org/10.1177/0022022120925904>

Woodward, Matthew. 2023. "Amazon Prime Statistics: Subscribers, Usage & Revenue 2023." Erişim Tarihi: 17 Ocak 2023. <https://www.searchlogistics.com/learn/statistics/amazon-prime-statistics/>

Yaşar, Zeynep. 2019. "Emek Is Ours, Istanbul Is Ours": Reimagining a Movie Theater through Urban Activism." *The Velvet Light Trap*, No:83, Spring 2019, 46-59. <https://muse.jhu.edu/article/717760>

EK A

	Yaş	Meslek	Eğitim	İkamet
E1	22	Öğrenci	Lisans	Avrupa Yakası- Önceden Anadolu
K1	22	Öğrenci	Lisans	Zeytinburnu-Yeditepe Üni. Yurt
K2	30	Almanca Oyunu Ablası	Lisans	Kadıköy
K3	31	İnsan Kaynakları Yöneticisi	Yüksek Lisans sürecinde	Ataşehir
E2	23	Öğrenci	Lisans	Şişli
K4	27	Çalışmıyor	Yüksek Lisans	Kadıköy
E3	34	Araştırma Görevlisi	Doktora sürecinde	Kadıköy
K5		Genel Koordinatör	Lisans	Avrupa Yakası-Önceden Kadıköy
E4	27	Girişimci	Lisans	Suadiye
E5	29	Mühendis	Lisans	İstanbul
E6	28	Çift Aile Terapisti	Yüksek Lisans sürecinde	Çekmeköy
K6	33	Çalışmıyor	Yüksek Lisans	Beyoğlu-Kadıköyde okumuş.
E7	33	İngilizce Öğretmeni	Yüksek Lisans	Kadıköy
K7	41	Akademisyen	Doktora	Üsküdar
K8	30	Film Alımcısı	Lisans	Cihangir
E8	26	Araştırma Görevlisi	Yüksek Lisans	İstanbul
E9	32	Yazılım Mühendisi	Lisans	İstanbul

EK B

Güncel Seyir Deneyimi ve Değişen Pratikler: Kadıköy Sineması Üzerine Bir Vaka Çalışması- Anket Soruları

Start of Block: Default Question Block

Q1 Yaşınız:

- 18-22 (1)
- 23-41 (2)
- 42-57 (3)
- 58+ (4)
-

Q2 Cinsiyetiniz:

- Kadın (1)
- Erkek (2)
- Non-binary (3)
- Cevap vermemeyi tercih ederim. (5)
-

Q3 Eğitim durumunuz (mezun olduğunuz son derece) :

- İlkokul (1)
- Ortaokul (2)
- Lise (3)
- Lisans (4)
- Lisansüstü (5)

Q4 Mesleğiniz:

- Maaşlı Çalışan (1)
- Serbest Meslek/ İş Sahibi (2)
- Öğrenci (3)
- İşsiz- İş Arayışında (4)
- İşsiz- İş Arayışında Değil (5)
- Ev Kadını/ Ev Erkeği (6)
- Emekli (7)

Q5 Aylık geliriniz:

- 0-5.500 TL (1)
 - 5.501-11.000 TL (2)
 - 11.001-16.500 TL (3)
 - 16500 TL üzeri (4)
 - Cevap vermek istemiyorum. (5)
-

Q6 Size göre hangi sosyoekonomik kesime girmektesiniz?

- Alt (1)
- Orta-alt (2)
- Orta (3)
- Orta-üst (4)
- Üst (5)
-

Q7 Bir hafta içerisinde kaç film izliyorsunuz? (hangi platformda olduğu fark etmeksizin izlediğiniz tüm filmler)

- 1-3 (1)
- 4-6 (2)
- 7-9 (3)
- 10+ (4)
-

Q8 Film seçiminde dikkat ederim.

- Yönetmen (1)
- Filmin adı (2)
- Oyuncular (3)
- Filmin konusu (4)
- Yapılan eleştiriler (5)
- Gösterilen sinema salonu (6)
- Gösterildiği festivaller (7)
- Aldığı ödüller (8)
- Diğer (9) _____

Q9 Film izlemek için hangi platformları tercih edersiniz?

- Sinema Salonları (1)
- Online Platformlar (Netflix, BluTv, Amazon Prime vb.) (2)
- Televizyon (3)
- DVD-BluRay (4)
- Torrent (5)
- İnternet Siteleri (6)
- Diğer (7) _____

Q10 Aşağıdaki online platformlardan hangilerine üyeliğiniz bulunmakta?

- Netflix (1)
- BluTV (2)
- MUBI (3)
- Amazon Prime (4)
- GAIN (5)
- Exxen (6)
- Puhu TV (7)
- Disney + (8)
- Diğer (9) _____

Q11 Pandemi öncesi dönemde sinema salonunda film izleme sıklığınız nedir?

- Her gün (1)
- Haftada bir kere (2)
- Haftada birden fazla (3)
- Ayda bir kere (4)
- Ayda birden fazla (5)
- Birkaç ayda bir (6)
- Hiç (7)

Q12 Pandemi sonrası dönemde sinema salonunda film izleme sıklığınız nedir?

- Her gün (1)
- Haftada bir kere (2)
- Haftada birden fazla (3)
- Ayda bir kere (4)
- Ayda birden fazla (5)
- Birkaç ayda bir (6)
- Hiç (7)

Q13 Sinemaya gittiğinizde filmleri hangi formatta izlemeyi tercih ediyorsunuz?

- 2D (İki Boyutlu) (1)
- 3D (Üç Boyutlu) (2)
- IMAX (Geleneksel perdeden %110 büyük perde, ileri teknoloji ses sistemi) (3)
- 4DX (Hareket, titreşim, su, ışık efektleri, koku vb. ile sinema deneyimi) (4)
- MPX (Mars Premium Experience) (5)
- Diğer (6) _____

Q14 Sinemaya daha çok giderim.

- Haftasonu (1)
- Haftaiçi (2)

Q15 Sinema salonuna gitme tercihinizi aşağıdakilerden hangileri etkiler?

- Evime yakın olması (1)
- Sürekli gittiğim bir yer olması (2)
- Konfor (3)
- Ulaşım Kolaylığı (4)
- Teknolojik Altyapı (5)
- Bilet fiyatlarının uygunluğu (6)
- Yeme-içme, alışveriş, eğlence faaliyetlerini bir arada yapabilmek (7)
- Bağımsız bir salon olması (Beyoğlu, Kadıköy, Atlas vb.) (8)
- Zincir salon olması (Cinemaximum, CinePink vb.) (9)
- Salonun mimari özellikleri (10)
- Diğer (11) _____

Q16 Pandemi önlemleri kalkınca sinema salonuna gittiniz mi? (2021 yılı için cevaplayınız.)

- Evet gittim (1)
- Hayır gitmedim (2)

Skip To: Q17 If Pandemi önlemleri kalkınca sinema salonuna gittiniz mi? (2021 yılı için cevaplayınız.) = Evet gittim

Skip To: Q18 If Pandemi önlemleri kalkınca sinema salonuna gittiniz mi? (2021 yılı için cevaplayınız.) = Hayır gitmedim

Q17 Alınan önlemleri yeterli buldunuz mu?

- Evet buldum. (1)
- Hayır bulmadım. (2)

Q18 COVID-19 pandemisi sürecinde online film festivallerini takip ettim.

- Evet (1)
- Hayır (2)

Skip To: Q19 If COVID-19 pandemisi sürecinde online film festivallerini takip ettim. = Evet

Skip To: Q20 If COVID-19 pandemisi sürecinde online film festivallerini takip ettim. = Hayır

Q19 Takip ettiğiniz etkinlikler hangileriydi?

- Film gösterimleri (1)
- Yönetmen buluşmaları (2)
- Sektör buluşmaları (3)
- Ödül törenleri (4)
- Oyuncu röportajları (5)
- Sosyal medya paylaşımları (6)
- Takip etmedim (7)

Q20 İstanbul Film Festivali gösterimlerine gider misiniz? (Pandemi öncesi ve sonrası dönemde fiziksel katılım gerektiren gösterimler için cevaplayınız.)

- Evet (1)
- Hayır (2)
- Bazen (3)

Skip To: Q21 If İstanbul Film Festivali gösterimlerine gider misiniz? (Pandemi öncesi ve sonrası dönemde fiziksel... = Evet

Skip To: Q21 If İstanbul Film Festivali gösterimlerine gider misiniz? (Pandemi öncesi ve sonrası dönemde fiziksel... = Bazen

Skip To: End of Block If İstanbul Film Festivali gösterimlerine gider misiniz? (Pandemi öncesi ve sonrası dönemde fiziksel... = Hayır

Q21 İstanbul Film Festivali sürecinde ortalama izlediğiniz film sayısı kaçtır?

- 0-5 (1)
- 6-10 (2)
- 11-15 (3)
- 16-20 (4)
- 20+ (5)

Q22 İstanbul Film Festivali sürecinde en çok hangi salonları tercih ediyorsunuz?

- Beyoğlu Sineması (1)
- Atlas 1948 (2)
- Kadıköy Sineması (3)
- Cinewam City's (4)
- Sinematek/Sinemaevi (5)
- Pera Müzesi Oditoryumu (6)

Q23 İstanbul Film Festivalinde izleyeceğim filmleri seçerken filmin gösterildiği mekan benim için önemlidir.

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	
Hiç katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

End of Block: Default Question Block

Start of Block: Block 1

Q24 Film izlemeye tek başıma giderim.

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	
Hiç katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Q25 Film izlemeye arkadaşlarım, ailem vb. ile giderim

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	
Hiç katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Q26 Sinemaya gittiğimde öncesinde veya sonrasında başka bir etkinliğim (arkadaşlarımla buluşmak, yemek yemek, bir şeyler içmek vb.) daha olur.

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	
Hiç katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Q27 Sinemaya gittiğimde belirli bir filmi izlemeye giderim.

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	
Hiç katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Q28 Sinema salonuna gittiğim zaman izleyeceğim filme orada karar veririm.

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	
Hiç katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Q29 Vizyon filmlerini sinema salonunda izlemeyi tercih ederim.

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	
Hiç katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Q30 Vizyon filmlerinin online platformlara gelmesini bekler ve evde izlerim.

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	
Hiç katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Q31 Sinema salonlarında izlemek istediğim her filme ulaşabiliyorum.

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	
Hiç katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Q32 İzlemek istediğim filmleri vizyonda bulamadığım için internette bulup izlemeyi tercih ediyorum.

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	
Hiç katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Q33 Sinemaya gitmeden önce online bilet alır, rezervasyon yaptırım.

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	
Hiç katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Q34 Film biletimi gişeden alırım.

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	
Hiç katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

End of Block: Block 1

Start of Block: Block 2

Q35 Yaklaşık olarak ne kadar süredir Kadıköy Sinemasına gidiyorsunuz?

- 0-5 yıl (1)
- 6-10 yıl (2)
- 11-15 yıl (3)
- 15 + yıl (4)

Q36 Ne sıklıkla Kadıköy Sinemasında film izlemeye gidersiniz?

- Her gün (1)
- Haftada bir kez (2)
- Haftada birkaç kez (3)
- Ayda bir kez (4)
- Ayda birkaç kez (5)
- Birkaç ayda bir (6)
- Yılda bir kez (7)
- Diğer (8) _____
-

Q37 Kadıköy Sinemasını tercih etme sebeplerim:

- Konum (1)
 - Gösterilen filmler (2)
 - Yönetmen ve film ekibi katılımıyla yapılan gösterimler (3)
 - Festivaller (4)
 - Geceyarısı Gösterimleri (5)
 - Salonun seyirci kitlesi (6)
 - Salona karşı duygularım (7)
 - Salonun mimarisi (8)
 - Teknolojik alt yapı (9)
 - Diğer (10) _____
-

Q38 Aşağıda Kadıköy Sineması denilince aklınıza gelebilecek bazı kelimeler verilmiştir, bunlardan birkaçını seçebilir ve "diğer" kısmına var olmayan kelimeleri yazabilirsiniz.

- Aidiyet (1)
- Sadakat (2)
- Alışkanlık (3)
- Nostalji (4)
- Aile (5)
- Sinema sevgisi (6)
- Hiçbiri (7)
- Diğer (8) _____

Q39 Kadıköy Sinemasına hangi filmi izleyeceğimi bilerek giderim.

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	
Hiç katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Q40 İzlemek istediğim filme Kadıköy Sinemasında karar veririm.

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	
Hiç katılmıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kesinlikle katılıyorum

Q41 Pandemi sürecinde Kadıköy Sinemasını takip ettim.

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	
Hiçbir zaman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Her zaman

Q42 Pandemi sürecinde Kadıköy Sineması'nın gerçekleştirmiş olduğu "Koltuk Destek Kampanyası"na maddi destekte bulundunuz mu?

Evet (1)

Hayır (2)

Q43 Araştırmanın devamı için yaklaşık 30 dakika sürecek yarı-yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılacaktır. Katılmak isterseniz aşağıdaki kutucuğa mailinizi yazmanızı rica ediyoruz, sizlerle mail yoluyla iletişime geçilecektir.

E-mail (1) _____

ÖZGEÇMİŞ

Sena ÖNDÜN

Eğitim:

Kadir Has Üniversitesi, Sinema ve Televizyon Tezli Yüksek Lisans Programı (2020-2023)

Université de Lille, ERASMUS+, Sosyoloji (2018- 2019)

Galatasaray Üniversitesi, Sosyoloji Lisans Programı (2015-2020)

Adile Mermerci Anadolu Lisesi (2011- 2015)

Yabancı Diller:

İngilizce

Fransızca

Deneyim:

İstanbul Bilgi Üniversitesi

Sahne ve Gösteri Sanatları Yönetimi Programı

Araştırma Görevlisi (2021 – ...)

İKSV

İnsan Kaynakları Stajyeri (Ağustos 2019- Aralık 2019)

FilmLoverss

Organizasyon Ekibi (Temmuz 2019- Eylül 2019)

Masumiyet Müzesi

Stajyer (Haziran 2018- Ağustos 2018)

İKSV- 37. İstanbul Film Festivali

Karşılama Asistanı (Nisan 2018)

İKSV- 15. İstanbul Bienali

Sergi Asistanı (Ağustos 2017- Kasım 2017)

Katıldığım Konferanslar:

HoMER 2023 International Conference: “Openings: Rethinking Centres and Peripheries in Historical Research about Moviegoing, Exhibition and Reception”, 5 Temmuz 2023.