

Citation: Sayıcı, F., & Öztürk, T., Türkiye’de 2019’da Gösterime Girmiş Filmlerin Sosyal Gereklilik Ve Sektör Ekonomisi Bakımından İncelenmesi, BMIJ, (2020), 8(5): 4413-4437 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i5.1670>

TÜRKİYE’DE 2019’DA GÖSTERİME GİRMİŞ FİLMLEİN SOSYAL GEREKLİLİK VE SEKTÖR EKONOMİSİ BAKIMINDAN İNCELENMESİ

Fırat SAYICI ¹

Received Date (Başvuru Tarihi): 4/11/2020

Tufan ÖZTÜRK ²

Accepted Date (Kabul Tarihi): 13/12/2020

Published Date (Yayın Tarihi): 25/12/2020

Çalışmada ilk yazar Sorumlu Yazar (Corresponding Author) rolündedir.

ÖZ

Anahtar Kelimeler:

Sinema Sosyolojisi,

İstatistiksel Analiz ve Uygulamalar,

Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri

JEL Kodları:

Z11, C31, D91

Sinema seyircisi bir filme gitmeden önce çeşitli unsurları dikkate alarak seçim yapmaktadır. Bu unsurlar arasında filmin türü, kadrosu, yönetmeni, IMDb puanı, filmin hangi salonda ve seansta oynayacağı gibi etkenler yer almaktadır. Türkiye’de sinema üreticilerinin bu faktörlere dikkat etmeden film üretimi yaptıkları aşikardır. Bunun sonucu olarak da film üreticileri gişeden yeteri kadar verim alamamaktadır. Bu çalışma ile yapımcıların izleyicilere ait genel yönelimleri önceden fark etmeleri ve talepler doğrultusunda projeler üretmelerine yardımcı olunmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada sinema ve seyirci ilişkisi incelenmiş, sinemada türlerden kısaca bahsedilmiştir. Ayrıca, artık eskisine nazaran daha bilinçli sayabileceğimiz sinema seyircisinin gündelik hayatına da girmiş olan IMDb ve Metascore unsurları da ele alınmıştır. Bu çalışmada Türkiye’de 2019 yılında vizyona giren ve vizyon sürecini tamamlamış ilk 75 filme ait verilere dayandırılarak istatistiksel analizler gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla parametrik testlere ait varsayımları sağlayan veriler kullanılarak t testi ve tek yönlü Anova testleri uygulanmıştır. Bu varsayımları sağlamayan verilerle parametrik olmayan testlerden ki-kare testi uygulanmıştır. Bu istatistiksel analiz sonuçlarına göre birbiri ile ilişkili olan ve birbirini etkileyen veriler ayrı ayrı sunulmuş ve sektöre yönelik tavsiyelerde bulunulmuştur.

Keywords: Sociology of Cinema Statistical Analysis and Applications Labor Economics and Industrial Relations

JEL Codes: Z 11 C31 D91

¹ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Esenyurt Üniversitesi, firatsayici@esenyurt.edu.tr,

<https://orcid.org/0000-0001-8041-6847>

² Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Esenyurt Üniversitesi, tufanozturk@esenyurt.edu.tr,

<https://orcid.org/0000-0003-2685-4824>

EXTENDED ABSTRACT

INVESTIGATION OF FILMS IN TERMS OF SOCIAL REQUIREMENT AND SECTOR ECONOMY THAT HIT THEATERS IN 2019 IN TURKEY

1. LITERATURE

1.1. RESEARCH PURPOSE AND IMPORTANCE

In this study, the cinema audience behaviours have been analyzed based on statistical data. With this work, we tried to help producers realize the general orientations of the audience, which are in line with this orientation.

1.2. CONTRIBUTION of the ARTICLE to the LITERATURE

Since a similar study has not been conducted in our country before, it is considered that the research will add value to the literature and the industry.

2. DESIGN AND METHOD

2.1. DATA COLLECTION METHOD

The data used in this study was taken from the web site named “<https://boxofficeturkiye.com/yillik/?yil=2019&yilop=tum>” that keeps film statistics up to date in Turkey. The only foreign films (the budget of the films) cost data have been taken from the IMDb page of each movie. Local film budgets were not accessible.

2.2. QUANTITATIVE / QUALITATIVE ANALYSIS

In this study; t independence statistics test and one-way ANOVA statistics test were used within the scope of parametric analysis. Chi-square independence statistical test has been used within the scope of non-parametric analysis.

3. CONCLUSION, RECOMMENDATION AND LIMITATIONS RESULTS of the ARTICLE

Domestic films have been released in more movie theatres than foreign films. The number of movie theatres, and therefore revenue, of high-cost movies, also increases. Distributor of domestic films and the audience in Turkey is more than they prefer foreign films. It has been observed that the audience mostly preferred movies for entertainment and spending time in the cinema. It has been observed that 7+ audiences predominantly feature comedy films, and 13+ mainly adventure movies. It seems that cinema viewers prefer films less in the 18+ age group. Statistically, the duration of foreign films is more extended than domestic films. It has been observed that local audiences prefer local films more than foreign films. This preference causes the distributors and theatre owners to be more likely to introduce local movies in movie distribution.

It has been observed that the IMDb score is higher in foreign films than in domestic films. It is seen that IMDb scores increase as the duration and cost of the movie increases. It has been observed that the average cost of animation films is higher than in drama and horror films. It has been observed that the average cost of adventure films is higher than that of drama and horror films. It has been observed that the average duration of adventure films is more prolonged than animation and comedy films. It has been observed that the average number of theatres in comedy movies is higher than that of horror movies.

3.1. SUGGESTIONS BASED on RESULTS

There are specific predictions based on experience in the cinema sector. In this study, analyzes were made to compare these predictions with scientific data. This study is recommended as a descriptive resource that the leading producers, distributors and cinema producers can use to increase their productivity.

3.2 LIMITATIONS of the ARTICLE

In this study, films whose vision process is continuing and whose data were changed during this visioning process were excluded from the study. For this purpose, the study has been limited to 75 films which hit theatres in Turkey in 2019 and consists of data from the vision process has completed 75 films in the same year.



1. GİRİŞ

İnsanlık var olduğundan beri topluluk halinde hareket etmeyi benimsemiştir. Avcı toplayıcı insanlardan günümüz modern insanına kadar geçen tarih içerisinde insanlık zaman zaman gerek ihtiyaçlar dahilinde gerekse sanatsal yönlerini tatmin edebilmek için bir araya gelmiştir. Eski Yunan döneminde tiyatrolarda birlikte izlenen oyunlardan, Roma İmparatorluğu'ndaki Gladyatör dövüşlerine, stadyumlarda izlenen futbol müsabakalarından büyük perdede izlenen filmlere bakıldığında insanların izlediği şeyden birlikte zevk alabilme hissiyatı baskındır. İzlenen şey ne olursa olsun bireyler bir topluluk içinde bulunarak aynı hisleri hissetmeye, aynı duyguları yaşamaya özen gösterirler. Bu bir bağımlılık değildir. Ancak insan ruhunu bir topluluğa ait olma konusunda zenginleştirir. Bireyin, sinemada hiç tanımadığı insanlarla bir arada film izlerken filme karşı duyduğu hislerin daha yoğun olduğu bilinen bir gerçektir. Kuşkusuz ki insanın evde tek başına televizyon ekranından izlediği bir filmin yarattığı duygu ile sinemanın o büyülü atmosferinde izlediği aynı filmin yarattığı duygu arasında dağlar kadar fark vardır.

Seyircinin toplu halde film izleme isteği eyleme geçtiğinde bu durum sinema yapımcılarına, üreticilerine, dağıtımclarına...vs. gişe olarak geri döner. Sinemanın ayakta kalması ve süreklilik sağlayabilmesi için de gişe önemli bir unsurdur. Sinema sektörüne hizmet veren yapımcılar, yönetmenler, dağıtımclar...vs. özellikle ülkemizde istatistiksel verilere biraz yabancıdır. Bir önceki sezon ya da dönemlerde vizyona giren filmlerden hangilerinin neden iş yaptığını gözlemlemekten uzaktırlar. Ancak özellikle Hollywood gibi endüstri haline gelmiş ülke sinemaları bu tarz istatistikleri dikkate alarak üretimlerini bu verilere göre yönlendirmeyi bilmekte ve seyircinin nabzını tutmaktadırlar. Seyircilerin hangi filmleri daha çok tercih ettikleri yıllar içerisinde sürekli değişkenlik göstermiştir. Ancak günümüz seyircisinin bir filme gitmeyi tercih ederken dikkat ettiği bazı noktalar vardır; filmin hangi türe ait olduğu, oyuncu isimleri, yönetmen kalitesi, IMDb puanı, Metascore puanı, ne tarz bir sinema salonunda gösterildiği, seans saati, hava durumu, tanıtımlardan dolayı o filmle ilgili kafasında nasıl bir imaj oluştuğu...vs. Bu unsurlar elbette ki daha da çoğaltılabilir.

Sinema sektöründe önemli bir konumda bulunan dağıtımçıların rolü yapımı tamamlanmış olan bir sinema filmini çeşitli bölgelerdeki sinema salonlarına ulaştırmaktır. Bunun yanı sıra filmin hangi ilde ve sinema salonunda kaç kopya olarak gösterime girmesinin uygun olacağını da planlamaktadır. Yanı sıra, planlanan sinemalarda söz konusu sinema filminin gösterime girmesi için gerekli pazarlama faaliyetleri dâhil olmak üzere, yapımcının üstlendiği tanıtım ve reklam faaliyetlerine ek olarak tutundurma ve tanıtım faaliyetleri de yürütebilmektedirler. Sektörel anlamda üretim zincirinin son halkası olan gösterim filmlerin seyirciyle buluştuğu aşamadır. Sinema filmlerinin daha önce belirlenen tarihte gösterime girmesi birinci vizyon, daha sonraki tarihlerde gösterime girmesi ise ikinci vizyon olarak ifade edilmektedir. Türkiye’de birinci vizyon film gösterimi yapmayan sinemalar genellikle küçük ilçe sinemaları olup büyük şehirlerde bulunan sinema salonları arasında bu türden sinemalar hemen hemen bulunmamaktadır (Tomur, Kol ve Bilaçlı, 2016, s. 8, 14-15). Şu an Türkiye’de bulunan ve fiilen dağıtım yapan dağıtım şirketleri arasında %31,11 payla CJ Entertainment Turkey, %28,54 payla UIP Türkiye, %28,22 payla CGV Mars, %5,16 payla Warner Bros. Türkiye, %3,56 payla Bir Film ve %2,28 payla TME Films ilk sıralarda yer almaktadırlar. (<https://boxofficeturkiye.com/dagitimcilar>)

Çalışmanın asıl amacı tüketici davranışlarını istatistiki verilere dayandırarak bilimsel şekilde analiz etmek ve bu analizleri daha geniş bir seyirci kitlesine ulaşabilmek amacıyla Türkiye’deki sinema üreticilerinin hizmetine sunmaktır. Bu çalışma ile yapımcıların izleyicilere ait genel yönelimleri önceden fark etmeleri ve talepler doğrultusunda projeler üretmelerine yardımcı olunmaya çalışılmıştır. 2019 yılında Türkiye’de vizyona giren ve vizyon süreci sürekli değişen birçok film bulunmaktadır. Bu çalışmada vizyon süreci devam eden ve bu vizyon sürecinde verileri de değişime uğrayan filmler çalışmaya dahil edilmemiştir. Bu amaçla çalışmanın sınırı 2019 yılında Türkiye’de vizyona girmiş ve aynı yıl içinde vizyon sürecini tamamlamış sadece 75 filme ait verilerden oluşmaktadır. Bu veriler Türkiye’deki film istatistiklerini güncel olarak tutan “<https://boxofficeturkiye.com/yillik/?yil=2019&yilop=tum>” adlı siteden alınmıştır. Sadece yabancı filmlere ait maliyet verileri (filmlerin bütçesi) ise her bir filmin IMDb sayfasından alınmıştır. Yerli filmlere ait film bütçelerine ulaşamamıştır. Çalışmada

yapım şirketleri ve dağıtımçılara tavsiye niteliğinde, yol gösterici bir makale hazırlanmaya çalışılmıştır. Yerli ve yabancı filmler kendi içlerinde karşılaştırılarak aradaki farkın ve bu farkın sonuçlara yansıyan halinin üreticiye gösterilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca yerli ve yabancı filmlerin farklılıklarını ortaya koymak da amaçlar arasındadır. Sektörel anlamda verimliliği artıracak bir çalışma hedeflenmiştir.

2. SİNEMA VE SEYİRCİ İLİŞKİSİ

Sanat, gerçekliğin katı bir tanımlaması olarak görülemez. “Sanatın görevi her zaman insanı bütünlüğü içinde heyecanlandırmak, kendisini bir başkasının yaşamı ile bir görebilmesini başkalarında kendisini olabilecek yaşantılarını benimsemesini sağlamaktır.” (Fischer, 1993, s. 14) Sanat parçalanmış insanı bütünleşmiş bir hale getirebilir. Gerçekleri anlamak konusunda insana yardım eder, onları insanlık adına daha layık kılma kararlılığını da arttırır. Sanat bizzat bir toplum gerçeği olarak karşımıza çıkar (Fischer, 1993, s. 44). Sinema sanatı ise belki de müzikten sonra en geniş kitlelere ulaşmayı başarmış bir daldır. Sinema sanatı, bireyleri olduğu gibi toplumları da değiştirebilme gücünü kendinde bulur. Bu değişimi sağlarken de popülizmden eğlenceye, psikolojiden sosyolojiye dek birçok etkenden faydalanır. “Sinema zamanın tarafsızlığıdır. İlk kez olarak nesnelere görüntüleri onların sürekliliğinin görüntüleridir. Onu resimden ayıran en büyük özellik işin içine zaman boyutunun katılmış olmasıdır.” (Bazin, 1995, s. 20) Sinema sanatı sayesinde insan kendinden ayrılıp bir başkası haline gelebilir. İzlediği film sayesinde göçebeye dönüşebilir. Toplumsal gerçekliğin birkaç adım önünde olmayı, henüz gerçekleşmemiş adımların sonuçlarını tasavvur edebilir. Sinemanın gerçekliği değil gerçekliğin sinemayı nasıl yansıttığının izlenimlerini görebilir (Diken ve Laustsen, 2010, s. 20). Sinema kuramcısı Christian Metz’e göre bir filmi oluşturan önemli beş etken şunlardır: Fotografik olarak hareket eden veya bunları birleştiren imgeler, perde dışından okunan tüm yazılı materyalleri içeren grafik çizimler, kaydedilmiş konuşmalar, kaydedilmiş müzik, kaydedilmiş gürültü veya ses efektleri... (Andrew, 2010, s. 325) Bir filmi oluşturan bu parçalar seyirci üzerinde bütünlük kurarken bir yandan da onların kafasında farklı anlamlar, istekler, hayaller ve durumlar oluşturur. İnsanlar sinema salonunda, televizyon ekranında ya da dijital ortamlarda izledikleri filmler hakkında vakit geçirme, yalnızlığını giderme, zevk alma gibi duyguları gerekçe

olarak sunar. Oysaki film izleme eyleminin temelinde yatan önemli etkenlerden biri de insanların düşünme isteğidir. Herkes hayatı boyunca bir şeyleri düşlemektedir. Sinema ise düşleyen kişilere dünya üstünde kendileri gibi başka düşleyenler de olduğunu sık sık hatırlatır. Bu manada sinema evrensel zihniyeti de temsil eder. Düşlemek insana has bir evrensel tutumdur (Adanır, 1994, s. 40). Sinema sanatının doğduğu ve yaygınlaştığı yıllardan beri seyircinin sinemada düş gördüğü düşünülmüştür. Karanlık sinema ortamında seyircinin devinimsiz ve tepki vermeden kendini filme kaptırması durumu neredeyse düş gören insanla aynıdır. Kamera seyirci yerine düş görme işlemini gerçekleştirir. Karanlık salon ise yanılmalı bir zevk alma ilkesi adına yapay bir rahatlık verir. Sinemanın karanlık ama kimsenin rahatsız edemeyeceği huzurlu ortamı bir nevi anne karnına da benzetilebilir (Türkoğlu, 2010, s. 155).

Sinema gerçekleri unutturan önemli bir sanatsal güçtür. Ancak seyirci yoksa sinema sanatının da film üretiminin de bir anlamı yoktur. Film üretimi bir hammadDEDİR. Ancak seyirci olmazsa girdi olmaz. Seyircinin filmlerle buluşmasının ilk ve en kutsal yolu sinema salonlarıdır. 1905'lerde sinema salonları hızla artmaya başlamıştır. Gösterilen filmlerin türlerinde de çeşitlilik oluşmaya başlamıştır. Cinayet, melodramatik aşklar, gizemli hikayeler repertuarda farklılıklar yaratmıştır. "Toplumsal bir sorun olarak film izlemek, modern toplumlarda karakteristik bir toplumsal form olarak kitlenin kuramları ile ilişkilendirilerek yaygınlaştırılmıştı. Büyüyen kentlere göç eden insanlar geleneksel ilişkilerinden, kurallarından ve otoritelerinden kurtulmaya başlamışlardı ve şimdi kitlesel iknaya karşı hassas görünmekteydiler" (Gripsrude, 2010, s. 312-314).

T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün 2014 yılı verilerine göre Türkiye'deki yapım şirketleri her yıl 100'ün üzerinde yeni yapım üretmektedir. Yaklaşık 15 civarında yapım ise Türkiye'yle birlikte yurtdışında da seyirci bulabilmektedir. Ortadoğu, Balkanlar ve Latin Amerika ülkeleri başta olmak üzere 75 ülkede 70'in üzerindeki Türk dizisini 400 milyon kişi ilgiyle izlemektedir. Özellikle Çin ve Rusya gibi ülkelere girdikten sonra Türk dizi sektörü daha hızlı bir büyüme yakalamıştır. Bunun sonucu olarak; 2015'te Cannes MIP TV festivalinde Türkiye'nin dizi ihracatında %25'lik bir büyüme ile 250 milyon ABD dolarlık bir hacme ulaştığı

açıklanmıştır. 2016 yılı verilerine göre bu tutar 350 milyon ABD Dolarına ulaşmıştır. Yaratıcı endüstriler kapsamında her yıl daha da büyüyen film sektörüne yönelik 2010 yılı itibariyle sinema ve film sektörü; Ekonomi Bakanlığı'nca Türkiye'nin ihracat kapsamında desteklenen 24. sektörü olarak ilan edilmiştir (Kanburoğlu, 2017, s.20). Türkiye'nin vizyon tarihinde ise yerli ve yabancı filmler arasında sürekli bir dalgalanma söz konusudur. Dönemsel olarak kimi zaman yerli kimi zaman da yabancı filmler Türk seyircisi tarafından diğerinden daha fazla tüketilmiştir. Son 10 yılda Türk filmlerinin gişede başarı sağlamasının altında yatan birçok sebep vardır. Ancak bundan önceki yıllarda Türk filmleri yabancı sinema karşısında dezavantajlı bir hale gelmiştir. Seksenli yılların sonlarında Yabancı Sermaye Yasası'ndaki değişiklik sonucu Türk sinema tarihinde büyük bir kriz gerçekleşmiştir. Bu yasayla birlikte majör Amerikan film ve dağıtım şirketlerinin (WB ve UIP gibi) ülkemizde şirket kurup filmlerin dağıtım ve işletme haklarını elde etmeleri mümkün olmuştur. Bu durum haksız rekabetin getirdiği sonuçlarla birlikte Türk filmlerinin gücünü neredeyse sıfıra indirmiştir. Bu Hollywood kaynaklı büyük şirketlerin sinemalara soktuğu yabancı filmler nitelik ve nicelik açısından Türk sinemasını baltalamıştır. 80 sonu ve 90 başlarında Türk filmlerinin sayısı oldukça düşmüştür (Evren, 2010, s. 54). Özellikle 2000'li yıllardan sonra BKM, TAFF..vs. belli başlı majör şirketlerin ülkemizde güçlenmesiyle tıpkı Yeşilçam döneminde olduğu gibi yıldız oyuncu kavramı yeniden tazelenmiş ve Türk filmlerinin gişe başarısı yeniden yükselişe geçmiştir. Ancak zaman zaman, özellikle Hollywood kökenli ve çok büyük bütçeli bazı filmlerin egemenliği hala sinemalarımızda devam etmektedir.

3. FİLM TÜRLERİ

TDK'ya göre tür kavramı çeşit, cins, ortak özellikleri olan şeylerin tamamı olarak tanımlanır. Sinemada tür kavramı ise işin ticari boyutu ön plana çıktığında işin içine girmeye başlamıştır. Serpil Kirel'e göre sinema filmlerini türleştirme ve sınıflandırma eğilimi aslında bir pazarlama stratejisidir. Sinemanın ilk yıllarından beri yapımcı ve dağıtımçıların gişe kaygısı güderek oluşturdukları bir yaklaşımdır. "Tür filmleri kar amacı güden ya da daha çok satış kaygısı ve garantisi ile hakaret eden film şirketlerinin büyümesini devam ettirebilmek ve hayatta kalabilmek için kendilerine yarattıkları bir ürün farklılığı eğiliminin sonucu olarak da görülebilir" (Kirel, 2010, s.

248). Yapımcı için bir film öncelikle pazarlanması ve satılması gereken ticari bir maldır. Seyircileri ise filmin müşterisidirler. Seyirci müşteri, nasıl bir filmi izleyerek satın almak istediğine sinema tarihi, kültürü ve kişisel beğenileri doğrultusunda karar verir. Yoğun bir seyirci grubunun para verip kitleler halinde izlediği film türleri benzer şekilde yeniden üretilir. Bu durum türlerin de kesinleşmesine yol açmıştır. Bu sayede film üreticilerinin ve seyircisinin karşılıklı belirledikleri belli anlatım gelenekleri ve içerikleri ortaya çıkmıştır (Özden, 2014, s. 217).

Belli başlı ana türler arasında;

Dram: Sinemadaki en geniş çeşitliliğe sahip olan dram ağırlıklı olarak kurmaca ve ciddi konuları ele alır. Melodramlar, romantik ve epik filmler de bu türün içine girerler.

Komedi: Ana vurgusunun mizah ve güldürü üstüne kurulu olduğu türdür. Seyirciyi güldürme ve eğlendirme odaklıdır.

Animasyon: Resimlerin arka arkaya hızlıca gösterilmesiyle elde edilen hareketli görüntüdür. Günümüzde bu işlem bilgisayar aracılığıyla yapılmaktadır. Ağırlıklı olarak çocuklara hitap etse de yetişkinlerin de severek izledikleri bir türdür.

Müzikal: Filmdeki karakterlerin çeşitli zamanlarda filmin akışına ve hikayesine uygun olacak şekilde şarkı söyleyip dans ettikleri eserlerdir.

Western: A.B.D.'nin kuruluşundan önce ve sırasında yaşayan kovboyların hikayelerine odaklanan bir türdür.

Korku: İzleyende korku, dehşet veya tiksinti uyandırmak amacıyla kurgulanan türdür.

Bilimkurgu: Bilim ve teknolojinin gelecek yıllardaki gelişimini ve bunun insanları bireysel ve toplumsal olarak nasıl etkileyebileceğini tahmin eden, bu durum üzerine ürünler ortaya koyan türdür.

Bilimkurgu ve korku türleri çoğu durumda seyircinin kendi yaşamı üzerindeki otokontrolün sona erdirilmesine, bir yol göstericinin buyruğu altına alınma isteğinin duyulmasına sebep olabilir (Oskay, 2018, s. 122).

Yukarıda sayılan ana türlerin haricinde özellikle 50 ve 60'lı yıllardan sonra sinema seyircisinin kitlesinin de değişmesiyle birlikte yeni yeni türler ve alt türler de ortaya çıkmıştır. Bunlar arasında kara film, romantik komedi, teen-slasher, yol filmi, savaş, aksiyon, macera, gerilim, erotik, fantastik, gençlik...vs. sayılabilir.

3.1. IMDb

IMDb, (Internet Movie Database), tüm ülkelerin ve tüm dönemlerin sinema ve televizyon filmleri, film yıldızları ve dizileri hakkında bilgiler barındıran çevrimiçi bir veri tabanıdır. 1990 yılında, İngiliz bilgisayar programcısı ve film hayranı Col Needham'ın Usenet üzerinde güzel gözlere sahip oyuncularını içeren "Those Eyes" başlıklı bir gönderiyi paylaşmasıyla ortaya çıkmıştır. 1990 yılının sonuna kadar 10,000 tane farklı liste oluşturulduktan sonra IMDb veritabanı oluşmaya başlamıştır. Site 1998 senesinde Amazon tarafından satın alınmıştır. Ücretli veya ücretsiz üyelik sistemiyle kaydolmuş kullanıcıların katkılarıyla büyümekte olan bir sistemdir. Kayıtlı kullanıcılar sitedeki yapımlara 1 ve 10 yıldız arasında derecelendirme yapıp yorum yazabilir (Wikipedia, 2020).

3.2. Metacritic ve Metascore

Metacritic, albüm, oyun, film, TV programı ve DVD'lerin değerlendirmesini yapan bir web sitesidir. Her konu için, sayısal puan ve elde edilen toplamın ortalaması alınır. Her değerlendirmenin alıntı kaynağı ile birlikte sunulur. Yeşil, Sarı ve Kırmızı renklerini eleştirinin kararı olarak belirtilir. Çoğunlukla konunun eleştirisi hakkında bilgi verir ve daha az ölçüde halka açıktır. Metacritic, puanlamalarda ağırlıklı olarak yüzdesinin ortalamasını alma ve değerlendirmesi konusunda farklıdır. Ayrıca puanlar "Metascore" olarak adlandırılır. Metacritic, sınıflandırma konusunda çoğunlukla değerlendirmeye önem verir ve puanları açık bir şekilde belli eder. IMDb, Metacritic sitesiyle iş birliği içerisindedir. Filmlerle ilgili eleştirileri ve Metascore puanlarını oradan çeker (Wikipedia, 2020).

4. YÖNTEM

Bu çalışmada, 2019 yılında Türkiye'de vizyona giren ve vizyon sürecini tamamlamış ilk 75 filme ait veriler kullanılmıştır. Bu verilerin açık kaynaktan sağlanmış olması, kişileri ve şirketleri belli etmemesi nedeniyle bir etik kurul kararına

gerek duyulmamıştır. Tüm veriler ön bir değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Bu veri değerlendirme sürecinde verilerin türüne ve çalışma amacına uygun istatistiksel analiz yöntemlerine karar verilmiştir.

İstatistiksel analizler öncelikle parametrik ve parametrik olmayan analizler olmak üzere iki ana gruba ayrılmaktadır. Parametrik analizler parametrik olmayanlara göre daha güçlü neticeler vermektedir. Bu nedenle veriler parametrik analizleri uygulamak için gerekli varsayımları sağlıyor ise öncelikle parametrik analiz yöntemleri kullanılmalıdır. Veriler parametrik analiz varsayımlarını karşılamıyorsa parametrik olmayan analizler tercih edilmelidir (Demir, Saatçioğlu ve İmrol, 2016, s. 130-148). Bu çalışmada da kullanılan veriler öncelikle bu varsayımlar bakımından incelenmiştir.

Bu çalışmada; parametrik analizler kapsamında t bağımsızlık istatistik testi ve tek yönlü Anova istatistik testi kullanılmıştır. Parametrik olmayan analizler kapsamında da ki-kare bağımsızlık istatistik testi kullanılmıştır.

5. PARAMETRİK ANALİZ VARSAYIMLARI

Bir veri setinde parametrik analizlerin uygulanabilmesi için öncelikle verilerin sayısal ölçüm verisi olması, normal dağılım göstermesi ve varyanslarının homojen olması gerekmektedir. Bu testin uygulanabilmesi için bir diğer varsayım ise en az 30 gözlemin gerekliliğidir (Pallant, 2017, s. 226-227), (Büyüköztürk, 2018, s. 7).

5.1 t Bağımsızlık Testi

t Bağımsızlık testi, iki farklı grubun ortalamaları arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir farkın olup olmadığının anlaşılmasında kullanılmaktadır. Bir başka deyişle, iki farklı grupta bulunup bulunmama durumunun incelenen ölçüm verisi üzerinde anlamlı bir değişikliğe neden olup olmadığının anlaşılmasında kullanılmaktadır (Kim, 2015, s. 540-546), (Büyüköztürk, 2018, s. 39).

5.2 Tek Yönlü Anova Testi

Tek yönlü Anova testi, ikiden daha fazla farklı grupların ortalamaları arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir farkın olup olmadığının anlaşılmasında kullanılmaktadır (Cuevas, Febrero ve Fraiman, 2004, s. 111-122), (Pallant, 2017, s. 225).

Bir başka deyişle, farklı bir grupta bulunup bulunmama durumunun incelenen ölçüm verisi üzerinde anlamlı bir değişikliğe neden olup olmadığının anlaşılmasında kullanılmaktadır.

5.3 Ki-Kare Bağımsızlık İstatistik

Ki- kare bağımsızlık testinde iki veya ikiden daha fazla grup arasında alt kategorileri bakımından istatistiksel anlamda bir farkın olup olmadığının anlaşılmasında kullanılmaktadır. Bir başka deyişle, farklı bir grupta bulunup bulunmama durumunun incelenen kategorik veri üzerinde anlamlı bir değişikliğe neden olup olmadığının anlaşılmasında kullanılmaktadır (McHugh, 2013, s. 143-149). Çalışmada, SPSS 22 istatistik paket programının demosu kullanılmıştır.

6. UYGULAMA

Bu bölümde 2019 yılında vizyona girip çıkarak gösterimini tamamlanmış yerli ve yabancı toplam 75 filmin farklı kategorik alt durumlara göre sıklık dağılımları hesaplanmış ve tablolaştırılmıştır. Filmlerin sıklık dağılımı yerli ve yabancı yapımcılara aitlik olma durumuna göre hesaplanmış ve Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Filmlerin Yerli ve Yabancı Yapımcılara Aitlik Olma Durumuna Göre Sıklık Dağılımı

	Sıklık	Yüzde (%)
Yerli	50	66,7
Yabancı	25	33,3
Toplam	75	100,0

Tablo 1 incelendiğinde ülkemizde 2019 yılında vizyona girip çıkarak gösterimini tamamlanmış 75 filmin oran fazlalık sırasına göre yaklaşık olarak %67’sinin yerli, %33’ünün de yabancı yapımcıya ait olduğu görülmektedir. Bu veriden Türkiye’deki dağıtımçıların ve seyircilerin yerli filmleri yabancı filmlere oranla daha fazla tercih ettikleri görülmektedir.

Filmlerin sıklık dağılımı macera, komedi, animasyon, korku ve dram türünde olma durumuna göre hesaplanmış ve Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Filmlerin Türüne Göre Sıklık Dağılımı

	Sıklık	Yüzde (%)
Macera	25	33,3
Komedi	17	22,7
Animasyon	16	21,3
Korku	11	14,7
Dram	6	8,0
Toplam	75	100,0

Tablo 2 incelendiğinde ülkemizde 2019 yılında vizyona girip çıkarak gösterimini tamamlanmış 75 filmin oran fazlalık sırasına göre yaklaşık olarak %33'ünün macera, %23'ünün komedi, %21'inin animasyon, %15'inin korku, %8'inin de dram türünde olduğu görülmektedir. Bu verilerden seyircinin sinemada ağırlıklı olarak eğlenme ve vakit geçirme amaçlı filmleri tercih ettiği şeklinde yorumlanabilir.

Filmlerin sıklık dağılımı izleyici kitlesi durumuna göre hesaplanmış ve Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Filmlerin İzleyici Kitlesi Durumuna Göre Sıklık Dağılımı

	Sıklık	Yüzde (%)
13+	34	45,3
7+	28	37,3
Genel	9	12,0
18+	4	5,3
Toplam	75	100,0

Tablo 3 incelendiğinde ülkemizde 2019 yılında vizyona girip çıkarak gösterimini tamamlanmış 75 filmin oran fazlalık sırasına göre yaklaşık olarak %45'inin 13+, %37'sinin 7+, %12'sinin genel, %5'inin 18+ izleyici kitlesinde olduğu görülmektedir. Bu verilerden görüldüğü üzere filmin 18+ olarak değerlendirilerek vizyona girmesi seyirci sayısını oldukça düşürmektedir.

Filmlere ait nicel veriler olan hasılat, seyirci sayısı, IMDb, Metascore, maliyet, filmin süresi ve salon sayısı değişkenlerinin istatistiki bilgileri hesaplanarak Tablo 4'te

verilmiştir.

Tablo 4. Filmin Nicel Verileri İstatistiki Bilgileri

	Hasılat	Seyirci Sayısı	IMDb	META SCORE	Maliyet	Süre	Salon Sayısı
Aritmetik Ortalama	7143377,1	438169	6,0	56,4783	103,267	109,667	306,853
Standart Sapma	9337059,6	566875	1,4	14,8035	78,2154	20,5764	71,2137
Çarpıklık Katsayısı	3,243	3,363	-1,0	0,049	0,849	0,947	-0,604
En Düşük Değer	1357434	80876	1,4	25	7,7	67	148
En Yüksek Değer	54842530	3537429	8,5	84	356	182	422

Tablo 4'te filmlerin hasılat, seyirci sayısı, IMDb, Metascore, maliyet, filmin süresi ve salon sayısı bilgilerinin aritmetik ortalamaları, standart sapmaları, çarpıklık katsayıları en düşük ve en yüksek değerleri verilmiştir. Yapılacak parametrik istatistik test varsayımlarından olan normal dağılım varsayımına, verilerin çarpıklık katsayıları incelenerek de karar verilebilmektedir. Verilere ait çarpıklık katsayısı -1 ve +1 aralığında ise verinin normal dağıldığı kabul edilir (Büyüköztürk, 2018, s. 40)

Hasılat, seyirci sayısı değişkenlerinin çarpıklık katsayılarından normal dağılmadıkları görülmüş ve bu değişkenlere parametrik testler uygulanmamıştır. IMDb, Metascore, maliyet, filmin süresi ve salon sayısı değişkenlerinin çarpıklık katsayılarından normal dağıldıkları görülmüştür. Bu nedenle yerli filmler ile yabancı filmler, normal dağılım gösteren IMDb puanı, Metascore, süre ve salon sayısı bakımından karşılaştırılmıştır. Bu amaçla bağımsız t testi yapılmış ve sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. t Testi Sonuçları

	t	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Değeri (p)
IMDb	-3,528	31,566	0,001
Süre	-2,793	72,809	0,007
Salon Sayısı	4,794	65,386	0,000

Tablo 5 incelendiğinde; IMDb bakımından yerli ve yabancı filmler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu ve IMDb puanının yabancı filmlerde yerli filmlere göre daha yüksek olduğu görülmüştür, $t (sd=31,566, n=72) = -3,528, p<0,05$. Başka bir ifadeyle, filmlerin yerlilik veya yabancılik durumu ile IMDb puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Yabancı filmler tüm dünyada gösterime girme şansını yerli filmlere göre daha rahat elde edebilmektedirler. Dolayısıyla da yabancı filmlere IMDb puanı verilme ihtimali sayısal olarak yerli filmlere göre çok daha yüksektir. IMDb puanının yüksek olması bir filmin diğerinden daha kaliteli olduğunu kanıtlamasa da zamanla bu durum seyirci üzerinde yaygın bir kanı oluşturmuştur. Artık günümüz seyircisi IMDb puanı yüksek olan filmlerin izlenebilirliğinin yüksek olduğuna kanaat getirmektedir.

Metascore bakımından yerli ve yabancı filmler karşılaştırıldığında, yerli filmlere ait bir metascore puanının oluşturulmadığı anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda bir karşılaştırma yapılamamaktadır.

Süreleri bakımından yerli ve yabancı filmler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu ve bu sürenin yabancı filmlerde yerli filmlere göre daha yüksek olduğu görülmüştür, $t (sd=72,809, n=72) = -2,793, p<0,05$. Başka bir ifadeyle, filmlerin yerlilik veya yabancılik durumu ile çekim süresi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. İstatistiksel anlamda yabancı filmlerin süreleri yerli filmlerden daha uzundur.

Salon sayısı bakımından yerli ve yabancı filmler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu, salon sayısının yerli filmlerde yabancı filmlere göre daha yüksek olduğu görülmektedir, $t (sd=65,386, n=72) = 4,794, p<0,05$. Başka bir ifadeyle, filmlerin yerlilik veya yabancılik durumu ile gösterilen salon sayısı arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu istatistik verisinden yerli seyircinin yerli filmleri yabancı filmlere oranla daha çok tercih ettiğini söylemek doğru olacaktır. Bu tercih de dağıtımçıların ve salon sahiplerinin film dağıtımında yerli filmleri vizyona sokma ihtimallerinin fazla olmasını doğurmaktadır.

Yerli filmler ile yabancı filmler animasyon, dram, komedi, korku ve macera sayıları bakımından karşılaştırılmıştır. Bu amaçla ki-kare analizi öncesi sıklık

dağılımları hesaplanmış ve çapraz tablo olarak Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6. Yerli-Yabancı Film ve Tür Çapraz Tablosu

	Animasyon	Dram	Komedi	Korku	Macera	Toplam
Yerli	2	2	15	4	2	25
Yabancı	14	4	2	7	23	50
Toplam	16	6	17	11	25	75

Tablo 6’da tüm filmlerin tür bakımından yerli ve yabancı kategorilerine sayı bakımından dağılımları görülmektedir.

Film türlerinin yabancı ve yerli filmlerde farklılık gösterip göstermediğinin anlaşılabilmesi için parametrik olmayan testlerden olan bağımsız ki-kare testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Yerli-Yabancı Film ve Tür Ki-Kare Analiz Sonucu

	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Değeri (p)
Pearson Ki-Kare	33,449	4	0,000
Benzerlik Oranı	35,108	4	0,000

Ki- kare testi sonucuna göre, tür bakımından yerli ve yabancı filmler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu görülmektedir, χ^2 (sd=4, n=75) = 33,449, $p < 0,05$. Başka bir ifadeyle, filmin yerli veya yabancı olma durumu ile üretilen film türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Yabancı animasyon filmlerinin yerli animasyon filmlerine göre daha fazla üretildiği ve tercih edildiği, yabancı macera filmlerinin yerli macera filmlerine göre daha fazla üretildiği ve tercih edildiği gözlenmektedir. Buna karşılık yerli komedi filmlerinin yabancı komedi filmlerine göre daha fazla üretildiği ve tercih edildiği anlaşılmaktadır.

Animasyon, dram, komedi, korku ve macera filmleri, izleyici yaş durumu bakımından karşılaştırılmıştır. Bu amaçla ki-kare analizi öncesi sıklık dağılımları hesaplanmış ve çapraz tablo olarak Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Film Türü ve İzleyici Kitleleri Çapraz Tablosu

	7+	13+	18+	Genel	Toplam
Animasyon	6	1	1	8	16
Dram	4	2	0	0	6
Komedi	11	4	1	1	17
Korku	0	9	2	0	11
Macera	7	18	0	0	25
Toplam	28	34	4	9	75

Tablo 8’de tüm filmlerin izleyici kitlesi bakımından film türü kategorilerine sayı bakımından dağılımları görülmektedir.

Film izleyici kitlelerinin film türlerinde farklılık gösterip göstermediğinin anlaşılabilmesi için parametrik olmayan testlerden olan bağımsız ki-kare testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Film Türü ve İzleyici Kitleleri Ki-Kare Analiz Sonucu

	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Değeri (p)
Pearson Ki-Kare	53,917	12	0,000
Benzerlik Oranı	56,434	12	0,000

Ki- kare testi sonucuna göre, izleyici kitlesi bakımından film türleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu görülmüştür, χ^2 (sd=4, n=75) = 53,917, $p < 0,05$. Başka bir ifadeyle, filmin türü ile izleyici kitlesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. 7+ izleyici kitlesinde ağırlıklı olarak komedi filmlerinin, 13+’da ise ağırlıklı olarak macera filmlerinin yer aldığı görülmüştür.

Animasyon, dram, komedi, korku ve macera filmleri, IMDb, Maliyet, Süre ve Salon sayısı bakımından karşılaştırılmıştır. Bu amaçla Tek Yönlü Anova testi yapılmış ve istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar Tablo 10’da verilmiştir. Filmlerin hasılat ve seyirci sayısı verileri normal dağılmadığından bu testte incelenememiştir. Filmlerin türleri ile IMDb puanı, Metascore, maliyetleri, süresi ve salon sayısı arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla tek yönlü Anova testinde, maliyet, süre ve salon sayısı değişkenleri normal dağılımlarına rağmen varyansları homojen dağılmadığından Anova testinde Games-Howell yöntemi kullanılmıştır.

Tablo 10. Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

Bağımlı Değişken		Aritmetik Ortalama	Standart Hata	Anlamlılık (p)	% 95 Güven Aralığı		
Maliyet	Animasyon	Dram	92,65000*	27,5804	0,047	0,9602	184,34
		Komedi	84,8	45,1878	0,542	-409,54	579,136
		Korku	108,98571*	22,103	0,002	38,9296	179,042
		Macera	5,4087	26,033	1	-71,993	82,8102
	Dram	Animasyon	-92,65000*	27,5804	0,047	-184,34	-0,9602
		Komedi	-7,85	44,7129	1	-539,21	523,513
		Korku	16,3357	21,115	0,927	-72,337	105,008
		Macera	-87,24130*	25,1995	0,045	-172,64	-1,844
	Komedi	Animasyon	-84,8	45,1878	0,542	-579,14	409,536
		Dram	7,85	44,7129	1	-523,51	539,213
		Korku	24,1857	41,5584	0,96	-825,17	873,542
		Macera	-79,391	43,7753	0,574	-666,68	507,901
	Korku	Animasyon	-108,98571*	22,103	0,002	-179,04	-38,93
		Dram	-16,336	21,115	0,927	-105,01	72,3368
		Komedi	-24,186	41,5584	0,96	-873,54	825,171
		Macera	-103,57702*	19,0494	0	-159,09	-48,063
	Macera	Animasyon	-5,4087	26,033	1	-82,81	71,9928
		Dram	87,24130*	25,1995	0,045	1,844	172,639
		Komedi	79,3913	43,7753	0,574	-507,9	666,683
		Korku	103,57702*	19,0494	0	48,063	159,091
Süre	Animasyon	Dram	-22,938	8,45772	0,134	-51,827	5,9517
		Komedi	-12,496	5,85919	0,232	-29,459	4,4662
		Korku	-6,8921	8,4124	0,921	-32,602	18,818
		Macera	-28,27750*	5,18639	0	-43,304	-13,251
	Dram	Animasyon	22,9375	8,45772	0,134	-5,9517	51,8267
		Komedi	10,4412	8,45165	0,733	-18,431	39,3128
		Korku	16,0455	10,386	0,554	-16,559	48,6503
		Macera	-5,34	7,99993	0,957	-34,086	23,4061
	Komedi	Animasyon	12,4963	5,85919	0,232	-4,4662	29,4589
		Dram	-10,441	8,45165	0,733	-39,313	18,4305
		Korku	5,60428	8,4063	0,961	-20,082	31,2901
		Macera	-15,78118*	5,17649	0,034	-30,729	-0,8331
	Korku	Animasyon	6,89205	8,4124	0,921	-18,818	32,6021
		Dram	-16,045	10,386	0,554	-48,65	16,5594
		Komedi	-5,6043	8,4063	0,961	-31,29	20,0816
		Macera	-21,385	7,952	0,107	-46,223	3,4524
	Macera	Animasyon	28,27750*	5,18639	0	13,2513	43,3037
		Dram	5,34	7,99993	0,957	-23,406	34,0861
		Komedi	15,78118*	5,17649	0,034	0,8331	30,7293
		Korku	21,3855	7,952	0,107	-3,4524	46,2233
Salon Sayısı	Animasyon	Dram	54,1667	38,9988	0,654	-90,694	199,027
		Komedi	-38	17,8841	0,235	-89,771	13,7713
		Korku	46,4546	22,6897	0,284	-22,04	114,95
		Macera	10,84	20,024	0,982	-46,419	68,0986
	Dram	Animasyon	-54,167	38,9988	0,654	-199,03	90,6939
		Komedi	-92,167	39,0955	0,242	-236,93	52,5989
		Korku	-7,7121	41,5143	1	-152,47	137,048
		Macera	-43,327	40,1196	0,812	-187,41	100,759
	Komedi	Animasyon	38	17,8841	0,235	-13,771	89,7713
		Dram	92,1667	39,0955	0,242	-52,599	236,932
		Korku	84,45455*	22,8556	0,012	15,6388	153,27
		Macera	48,84	20,2118	0,132	-8,8868	106,567
	Korku	Animasyon	-46,455	22,6897	0,284	-114,95	22,0404
		Dram	7,71212	41,5143	1	-137,05	152,472
		Komedi	-84,45455*	22,8556	0,012	-153,27	-15,639
		Macera	-35,615	24,5662	0,603	-108,06	36,8277
	Macera	Animasyon	-10,84	20,024	0,982	-68,099	46,4186
		Dram	43,3267	40,1196	0,812	-100,76	187,412
		Komedi	-48,84	20,2118	0,132	-106,57	8,8868
		Korku	35,6146	24,5662	0,603	-36,828	108,057

Tablo 10 incelendiğinde; IMDb ve Metascore puanları ile filmlerin türleri arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir.

Animasyon ve dram filmleri arasında maliyet ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu görülmüştür. Animasyon filmlerinin maliyet ortalamalarının dram filmlerine göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

Animasyon ve korku filmleri arasında maliyet ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu görülmüştür. Animasyon filmlerinin maliyet ortalamalarının korku filmlerine göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

Macera ve dram filmleri arasında maliyet ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu görülmüştür. Macera filmlerinin maliyet ortalamalarının dram filmlerine göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

Macera ve korku filmleri arasında maliyet ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu görülmüştür. Macera filmlerinin maliyet ortalamalarının korku filmlerine göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

Macera ve animasyon filmleri arasında süre ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu görülmüştür. Macera filmlerinin süre ortalamalarının animasyon filmlerine göre daha uzun olduğu görülmüştür.

Macera ve komedi filmleri arasında süre ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu görülmüştür. Macera filmlerinin süre ortalamalarının komedi filmlerine göre daha uzun olduğu görülmüştür.

Komedi ve korku filmleri arasında salon sayısı ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu görülmüştür. Komedi filmlerinin salon sayısı ortalamalarının korku filmlerine göre daha fazla olduğu görülmüştür.

7. SONUÇ

Salonda film izleme ritüeline kimi zaman kutsallık atfedilirken kimi zaman da psikolojik ve sosyolojik ihtiyaçlardan doğduğu söylenegelmiştir. Sinema salonlarında film izlemek seyirci için aynı zamanda bir sosyalleşme aracıdır. Dijital platformların artması, yaygınlaşması, ucuzlaması bile insanın toplu halde film izleme güdüsünü değiştiremeyecektir. Dram, komedi, müzikal, korku, aksiyon...vs. birbirinden önemli

türleri içinde barındıran sinema sanatı karanlık salonun büyüsunü de yanına alarak seyirciyi etkilemeyi başarmaya devam edecektir.

Hal böyleyken sinema sektörü sinema seyircisinin alışkanlıklarını devam ettirmek, ayağını sinema salonundan kesmesinin önüne geçmek için çeşitli yeni yöntemlere gitmiştir. Cezp edici promosyonlardan tutun da salonların kalitesini ve konforunu arttırmaya kadar giden bu yaklaşımlar seyircinin salon heyecanını ayakta tutmaya devam ettirmiştir. Film üreticilerinin, sanatçıların, dağıtımçıların...vs. emeklerinin karşılığını alma isteği gayet anlaşılabilir. Ancak seyircinin de vereceği bilet ücreti karşılığında istediğini alabilme arzusu daimdir. Bu açıdan bakıldığında seyircinin bir filme gitmeden önce filmin türü, kadrosu, konusu, IMDb puanı...vs. özelliklere dikkat etmesi oldukça anlaşılabilir.

Türkiye genelinde sinema salonu sayısı 2019 yılında, 2018 yılına göre %1,1 azalarak 2 bin 826 olmuştur. Bu dönemde sinema salonlarındaki koltuk sayısı %1,4 azalarak 337 bin 914 olmuştur. Sinema seyirci sayısı 2019 yılında, 2018 yılına göre %12,8 azalarak 56 milyon 479 bin 209 kişi olmuştur. Yerli film seyirci sayısı %17,5 azalarak 32 milyon 331 bin 764 kişi olurken, yabancı film seyirci sayısı %5,6 azalarak 24 milyon 147 bin 445 kişi olmuştur. Gösterilen film sayısı 2019 yılında, 2018 yılına göre %4,4 artarak 68 bin 386 olmuştur. Aynı dönemde gösterilen yerli film sayısı %3,6 azalarak 29 bin 64 olurken, gösterilen yabancı film sayısı %11,2 artarak 39 bin 322 olmuştur (TÜİK, 2019). Bu bağlamda bu çalışmada 2019 yılında Türkiye’de vizyona giren ve vizyon sürecini tamamlamış ilk 75 film arasındaki verilere dayandırılarak inceleme yapılmıştır. Bu amaçla sayısal verilerin normal dağılma durumları ve varyansların homojen dağılma durumları kontrol edilmiştir. Bu varsayımları sağlayan değişkenler ile parametrik testler uygulanmıştır. Sözel veriler ve parametrik teste uygun olmayan veriler ile de parametrik olmayan ki-kare testleri uygulanmıştır. Bu çalışmada bulunan bulgulardan önemli olanları şunlardır. Yabancı filmler yerli filmlere göre daha uzun süreye sahiptirler. Yerli filmler yabancı filmlere oranla daha çok sinema salonunda vizyona girmişlerdir. Maliyeti yüksek filmlerin salon sayısı ve dolayısıyla gişe hasılatı da yükselmektedir.

Türkiye'deki dağıtımçıların ve seyircilerin yerli filmleri yabancı filmlere oranla daha fazla tercih ettikleri görülmektedir. Seyircinin sinemada ağırlıklı olarak eğlenme ve vakit geçirme amaçlı filmleri tercih ettiği görülmüştür. 7+ izleyici kitlesinde ağırlıklı olarak komedi filmlerinin, 13+'da ise ağırlıklı olarak macera filmlerinin yer aldığı görülmüştür. Genel olarak filmlerin 18+ olarak değerlendirilerek vizyona girmesi seyirci sayısını oldukça düşürmektedir. İstatistiksel anlamda yabancı filmlerin süreleri yerli filmlerden daha uzundur. Yerli seyircinin yerli filmleri yabancı filmlere oranla daha çok tercih ettiğini söylemek doğru olacaktır. Bu tercih de dağıtımçıların ve salon sahiplerinin film dağıtımında yerli filmleri vizyona sokma ihtimallerinin fazla olmasına sebep olmaktadır.

Yabancı filmler yerli filmlere göre daha yüksek IMDb puanına sahiptirler. IMDb puanının yabancı filmlerde yerli filmlere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. IMDb puanının yüksek olması bir filmin diğerinden daha kaliteli olduğunu kanıtlamasa da zamanla bu durum seyirci üzerinde yaygın bir kanı oluşturmuştur. Artık günümüz seyircisi IMDb puanı yüksek olan filmlerin izlenebilirliğinin yüksek olduğuna kanaat getirmektedir. Filmin süresi ve maliyeti arttıkça IMDb puanlarının yükseldiği görülmektedir. Animasyon filmlerinin maliyet ortalamalarının dram ve korku filmlerine göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Macera filmlerinin maliyet ortalamalarının dram ve korku filmlerine göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Macera filmlerinin süre ortalamalarının animasyon ve komedi filmlerine göre daha uzun olduğu görülmüştür. Komedi filmlerinin salon sayısı ortalamalarının ise korku filmlerinin salon sayılarına göre daha fazla olduğu görülmüştür.

Sinema sektöründe tecrübeye dayanan belli başlı öngörüler bulunmaktadır. Bu çalışmada bu öngörülerini bilimsel verilerle karşılaştırmak ve sektöre yol gösterecek analizler yapılmaya çalışılmıştır. Bu çalışma, sektörün önde gelen yapımcı, dağıtımçı ve sinema üreticilerine verimlerini arttırmada kullanabilecekleri betimsel bir kaynak olarak tavsiye edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Adanır, O. (1994). Sinemada Anlam ve Anlatım. İzmir: Kitle Yayınları.
- Andrew, J. D. (2010). Büyük Sinema Kuramları. (Atam,Z. Çev.), İstanbul: Doruk Yayınları.
- Bazin, A. (1995). Sinema Nedir?. (Şener,İ. Çev.), İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı. Ankara: Pegem Akademi.
- Cuevas, A., & Febrero, M., & Fraiman, R. (2004). An Anova Test For Functional Data. Computational Statistics & Data Analysis. (s. 111-122)
- Demir, E., & Saatçioğlu, Ö., & İmrol, F. (2016). Uluslararası Dergilerde Yayımlanan Eğitim Araştırmalarının Normallik Varsayımları Açısından İncelenmesi. Current Research in Education. (s. 130-148)
- Diken, B., Laustsen C. (2010). Filmlerle Sosyoloji. (Ertekin,S. Çev.), İstanbul: Metis Yayınları.
- Evren, B. (2010). Türk Sinemasında Değişim Dönüşüm Dönemeci. A. Şen. (Ed.). Türk Sinemasında Yerli Arayışlar (s. 54). Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Fischer, E. (1993). Sanatın Gerekliliği. (Çapan,C. Çev.), Ankara: V Yayınları.
- Gripsrude, J. (2010). Sinema İzleyicileri. M. İri (Ed.). Sinema Araştırmaları (s. 312-314). İstanbul: Derin Yayınları.
- <https://boxofficeturkiye.com/dagitimcilar> (Erişim Tarihi: 10.12.2020)
- <https://boxofficeturkiye.com/yillik/?yil=2019&yilop=tum>. (Erişim Tarihi: 03.03.2020)
- <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Sinema-ve-Tiyatro-Istatistikleri-2019-33622> (Erişim Tarihi: 11.12.2020)
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/imdb>. (Erişim Tarihi: 12.04.2020)
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Metacritic>. (Erişim Tarihi: 15.05.2020)
- Kanburoğlu, Ö. (2017) İstanbul'da Film Sektörün Durum Analizi ve Sektörün Geleceği Analiz Raporu, İstanbul: İstanbul Kalkınma Ajansı.
- Kırel, S. (2010). Sinemada Tür Kavramı ve Popüler Türleri Anlamak Üzere Bir Yol Haritası. M. İri (Ed.). Sinema Araştırmaları (s. 248). İstanbul: Derin Yayınları.
- Kim, T. K. (2015). T Test As A Parametric Statistic. Korean Journal of Anesthesiology. (s. 540-546)
- McHugh, M. L. (2013). The Chi-Square Test Of Independence. Biochemia Medica. (s. 143-149)
- Oskay, Ü. (2018). Çağdaş Fantazy. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Özden, Z. (2014). Film Eleştirisi. Ankara: İmge Kitabevi.
- Pallant, J. (2017). SPSS Kullanma Kılavuzu: SPSS ile Adım Adım Veri Analizi. (Balcı, S. Çev.), Ankara: Anı Yayıncılık.
- Tomur, K., Kol, İ., Bilaçlı C. (2016) Sinema Hizmetleri Sektör Raporu, Rekabet Kurumu, Ankara, https://www.morogluarseven.com/wp-content/uploads/2019/01/Sinema-Sekt%C3%B6r-Raporu_06.04.2016.pdf (Erişim Tarihi: 10.12.2020)
- Türkoğlu, N. (2010). Psikanaliz ve Sinema Üzerine. M. İri (Ed.). Sinema Araştırmaları (s. 155). İstanbul: Derin Yayınları.

EK

2019 yılında vizyona girmiş, vizyon sürecini tamamlamış ve Box Office sıralamasında en iyi sonucu elde etmiş 75 filmlik sıralı liste;

- 1 *Organize İşler Sazan Sarmalı* (Yılmaz Erdoğan, 2019).
- 2 *Avengers: Endgame* (Anthony & Joe Russo, 2019).
- 3 *Kral Şakir Korsanlar Diyarı* (Haluk Dizdaroğlu, Berk Tokay, 2019).
- 4 *Hızlı ve Öfkeli: Hobbs ve Shaw* (David Leitch, 2019).
- 5 *Can Dostlar* (Tuğçe Soysop, 2019).
- 6 *Captain Marvel* (Ryan Fleck, Anna Boden, 2019).
- 7 *John Wick 3: Parabellum* (Chad Stahelski, 2019).
- 8 *Örümcek-Adam: Evden Uzakta* (Jon Watts, 2019).
- 9 *Çiçero* (Serdar Akar, 2019).
- 10 *Cinayet Süsü* (Ali Atay, 2019).
- 11 *Aslan Kral* (Jon Favreau, 2019).
- 12 *Oyuncak Hikayesi 4* (Josh Cooley, 2019).
- 13 *Karakomik Filmler* (Cem Yılmaz, 2019).
- 14 *Ejderhanı Nasıl Eğitirsin 3: Gizli Dünya* (Dean DeBlois, 2019).
- 15 *Ralph ve İnternet - Oyunbozan Ralph 2* (Phil Johnston, Rich Moore, 2018).
- 16 *Öldür Beni Sevgilim* (Şenol Sönmez, 2019).
- 17 *Türk İşi Dondurma* (Can Ulkay, 2019).
- 18 *Aykut Enişte* (Onur Bilgetay, 2019).
- 19 *Hep Yek 3 Titrettin Beni* (Özgür Bakar, 2019).
- 20 *Bir Aşk İki Hayat* (Ali Bilgin, 2019).
- 21 *Enes Batur Gerçek Kahraman* (Doğa Can Anafarta, 2019).
- 22 *Siccin 6* (Alper Mestçi, 2019).
- 23 *O - Bölüm 2* (Andy Muschietti, 2019).
- 24 *Bir Zamanlar... Hollywood'da* (Quentin Tarantino, 2019).
- 25 *Evcil Hayvanların Gizli Yaşamı 2* (Chris Renaud, Jonathan del Val, 2019).
- 26 *Hababam Sınıfı Yeniden* (Doğa Can Anafarta, 2019).

- 27 *X-Men: Dark Phoenix* (Simon Kinberg, 2019).
- 28 *Aladdin* (Guy Ritchie, 2019).
- 29 *Shazam!* (David F. Sandberg, 2019).
- 30 *Annabelle 3* (Gary Dauberman, 2019).
- 31 *Mucizeler Parkı* (Dylan Brown, 2019).
- 32 *Glass* (Night Shyamalan, 2019).
- 33 *Lego Filmi 2* (Mike Mitchell, Trisha Gum, 2019).
- 34 *Sar Başa* (Berk Alan, 2019).
- 35 *Alita: Savaş Meleği* (Robert Rodriguez, 2019).
- 36 *Angry Birds Filmi 2* (Thurop Van Orman, 2019).
- 37 *Maşa ile Koca Ayı: Yepyeni Maceralar* (Oleg Kuzovkov, 2019).
- 38 *Malefiz: Kötülüğün Gücü* (Joachim Rønning, 2019).
- 39 *Hayvan Mezarlığı* (Kevin Kölsch, Dennis Widmyer, 2019).
- 40 *Borç Harç* (Efe Hızır, 2018).
- 41 *Üç Harfliler: Adak* (Alper Mestçi, 2019).
- 42 *Yıldızlara Doğru* (James Gray, 2019).
- 43 *Karlar Kraliçesi 4: Sihirli Ayna* (Aleksey Tsitsilin, Robert Lence, 2018).
- 44 *Annem* (Mustafa Kotan, 2019).
- 45 *Geniş Aile Komşu Kızı* (Cüneyt İnay, 2019).
- 46 *Elektrik Savaşları* (Alfonso Gomez-Rejon, 2017).
- 47 *Godzilla II: Canavarlar Kralı* (Michael Dougherty, 2019).
- 48 *Fırıncının Karısı* (Murat Onbul, 2019).
- 49 *Pokémon Dedektif Pikachu* (Rob Letterman, 2019).
- 50 *Siyah Giyen Adamlar: Global Tehdit* (Gary Gray, 2019).
- 51 *Dumbo* (Tim Burton, 2019).
- 52 *Büyük Macera* (Natalya Nilova, 2019).
- 53 *Kuklalı Köşk* (Mustafa Öztürk, 2019).
- 54 *Robin Hood* (Otto Bathurst, 2018).
- 55 *Ölüm Günün Kutlu Olsun 2* (Christopher Landon, 2019).

- 56 *Ölümcül Labirent* (Adam Robitel, 2019).
- 57 *Charlie'nin Melekleri* (Elizabeth Banks, 2019).
- 58 *Yeti Efsanesi* (Jill Culton, Todd Wilderman, 2019).
- 59 *Araf 2* (Biray Dalkıran, 2018).
- 60 *Asfaltın Kralları* (James Mangold, 2019).
- 61 *Anna* (Luc Besson, 2019).
- 62 *İkizler Projesi* (Ang Lee, 2019).
- 63 *Creed II: Efsane Yükseliyor* (Steven Caple Jr., 2018).
- 64 *Terminatör: Kara Kader* (Tim Miller, 2019).
- 65 *Deli ve Dahi* (Farhad Safinia, 2019).
- 66 *Ölümcül Sular* (Alexandre Aja, 2019).
- 67 *Aslı Gibidir* (Ali Yorgancıoğlu, 2019).
- 68 *Hareket Sekiz* (Ali Yorgancıoğlu, 2019).
- 69 *Lanetli Gözyaşları* (Michael Chaves, 2019).
- 70 *Sir-Ayet* (Onur Aldoğan, 2019).
- 71 *After* (Jenny Gage, 2019).
- 72 *Corgi* (Ben Stassen, Vincent Kesteloot, 2019).
- 73 *Dora ve Kayıp Altın Şehri* (James Bobin, 2019).
- 74 *Biz* (Jordan Peele, 2019).
- 75 *Kadavra* (Diederik Van Rooijen, 2018).