**İlk Raunt Yapımcıların**

**Kamuoyunda kısaca yeni sinema yasası olarak bilinen ve Meclis’ten yakında zamanda geçmesi beklenen “Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun”u, İstanbul Okan Üniversitesi Sinema-TV Bölüm Başkanı Dr. Öğretim Üyesi Murat Tırpan değerlendirdi.**

**Mısır meselesi çözüldü!**

Aslında son dönemde majör yapımcıların Cinemaximum/CGV ile olan atışmalarının kamuoyunu meşgul etmesinin nedeni söz konusu kanunun komisyondan çıkmak üzere olmasıydı. Mısır meselesi olarak konuştuğumuz uygulama zaten bir süredir vardı, ancak yapımcıların pastadan daha fazla pay almaları gerektiğini savunma ihtiyaçları CGV’nin meclis kapılarında kulis yapmaya başlaması ile ortaya çıktı. CGV’nin istediği şeyleri anlamak zor değil, firma sinema salonlarındaki reklam sürelerinin mümkünse aynı kalmasını (21 dk.), mısır vb. satışları ile uyguladıkları kampanyaların değişmemesini istiyordu. Ancak meselesinin kamuoyunda teşhir edilmesinden sonra bu kulisler işe yaramadı ve kanunda CGV’nin istemeyeceği değişiklikler yapıldı. Örneğin yeni düzenleme ile dağıtımcı firmanın promosyon yapması, yapımcı ile mutabık kalma şartına bağlanıyor. Dolayısıyla CGV artık biletlerle birlikte yaptığı kampanyaları filmin yapımcısının izni olmadan yapamayacak. Bu anlamda ilk raundu yapımcılar kazandı denebilir.

**Yapımcı Mustafa Uslu kararından hızlı döndü**

Ancak bunun ikinci raundu da olacak gibi. Kanun henüz yasalaşmadı sadece komisyondan geçti fakat “Ayla” filminin yapımcısı Mustafa Uslu’nun “Çiçero” isimli filmi vizyona girdi bile. Cem Yılmaz, Yılmaz Erdoğan ve Şahan Gökbakar ile birlikte bu filmin yapımcısı da Cinemaximum'u boykot amacıyla bu filmi vizyona sokmuyordu ancak görünüşe göre Uslu bu kararından kolayca dönmüş görünüyor.

Bu kavga ve yeni kanun bağımsız sinemacılar için yeni bir kapı (kendi filmlerini yapmaları değil de maddi kazanç açısından) açabilir. Kulislerde CGV’nin gişe yapabilecek filmlerle gelen bağımsız sinemacılara kapıyı araladığı, gereken parayı sağlamayı vadetme planlarında olduğu söyleniyor. Hatta Koreli şirketin Kore’de iş yapan filmlerin Türk versiyonlarını yaptırmak istediği söyleniyor. Eğer bu doğruysa CGV’nin bu tür filmlerin prodüksiyonunu sağlayarak, salonlarında vizyona sokması sektördeki dengeleri değiştirebilir.

Elbette yapımcı/dağıtımcı savaşında haksız kazancın önü kapatılmalıdır, buna kimsenin itirazı yok ancak asıl mesele başka bir yerde tüm heybetiyle durmaktadır. Ülkemizde neredeyse tekelleşmiş bulunan yegâne dağıtımcı Cinemaximum, Mars Grubu’dur. Bu şirket mevcut sinema salonlarının neredeyse yarısını (sektörün yüze kırk beşinin sahibi) tek başına elinde tutmaktadır. Rekabet Kurulu’nun Batı’da adaletsiz bir şekilde uygun bularak izin verdiği AFM birleşmesinden sonra Mars Grubu, ülkedeki salonların yarısına yakınını tek başına yönetmektedir. Nitelikli koltuk diyebileceğimiz, yani sinemaya daha çok gidilen ve biletlerin pahalı olduğu İstanbul gibi büyükşehirlerde bu oran daha da yüksektir.

Sinema reklam gelirlerinde ise yüzde doksan pay CGV'ye ait. Dolayısıyla CGV dışında bağımsız filmlerin Türkiye'de yaşama şansı çok düşük. Örneğin “Müslüm” filmi nedeniyle birçok bağımsız yapım vizyon takvimine girme şansı bulamadı ya da riski alarak zarar etti. Bu şartlarda bağımsız sinemacılar filmlerini gösterime sokacak salon dahi bulamamaktadır.

**Reklam sürelerinin kısalması bilet fiyatlarına yansıyabilir**

Yeni kanunla gelen belki de en olumlu değişiklik reklam sürelerinin kısaltılması olabilir. Düzenlemeye göre sinema filmi öncesinde gösterilen reklamların süresi en fazla on dakika olmak zorunda. Fragman gösterim süresi ise en az üç en fazla beş dakika olarak belirleniyor. Buna sosyal sorumluluk videoları dahil değil. Bu, salon sahipleri hariç herkes için olumlu bir gelişme. Sinema izleyicileri artık dışarıda yirmi dakika bekledikten sonra sinemaya girmek zorunda kalmayacak. Tabii buradaki kaygı reklam sürelerinin azalmasından doğacak kaybın salon sahibi tarafından bilet fiyatlarına yansıtılabilecek olması ve sosyal sorumluluk olarak kodlanabilecek gizli reklamların ortaya çıkma riski.

**İstanbul Okan Üniversitesi Kurumsal İletişim Müdürlüğü**

Sertaç Akdoğan / 0532 282 3957 / sertac.akdogan@okan.edu.tr

Elif Berköz Ünyay / 0532 347 35 36 / 0216 677 16 30 – 2175 elif.unyay@okan.edu.tr