FUAYE

■ ibrahim türk

HABER ARKASI

İSTANBUL FİLM FESTİVALİ SPONSORSUZ MU KALIYOR?

Fesival yaklaşıyor ama ana sponsor hâlâ bulunabilmiş değil.

Türkiye'nin en büyük kültürel organizasyonlarından İstanbul Film Festivali, bilindiği gibi Kültür Bakanlığı'nın yanısıra pek çok özel sektör kuruluşunun desteğiyle gerçekleşiyor. Geçen sene Kültür Bakanlığı'nın verdiği destekte bir kesinti olmuştu. Bakanlıktan bu yıl bir destek gelip gelmeyeceği ise açıklığa kavuşmuş değil.

Aslında festivali bu sene zorlayacak olan, bakanlıktan çok, ana sponsorluk konusu. 1999'dan beri aralıksız olarak festivalin ana sponsorluğunu üstlenen Turkcell'in desteğini çektiğini öğrendik. Ayrıca, Turkcell'in yerine başka sponsor arayışlarına geçen İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı (İKSV) yetkililerinin, bir ara Beko ile görüştükleri ancak bu görüşmeden de sonuç çıkmadığı duyumunu aldık. İlginç olan Turkcell'le aynı grup içinde bulunan Yapı Kredi Bankası'nın, !f İstanbul'un bu seneki ana sponsoru olması.

Elbette festival sahipsiz kalmaz, sponsorlar gelip geçer, biri gider diğeri gelir. Ancak programı kesinleşmeye başlamış festivale de fazla bir zaman kalmamış durumda. İKSV'nin web sitesinde Tiyatro Festivali'nin 18 Mayıs-4 Haziran arasında Aygaz ve Opet; Caz Festivali'nin 4 Haziran-2 Temmuz arasında Eczacıbaşı ve Avrupa Festivaller Birliği sponsorluklarıyla gerçekleşecekleri şimdiden belirtilmişken, bu festivallerden çok önce, 2-17 Nisan tarihleri arasında düzenlenecek olan Film Festivali'nin ana sponsorunun hala belli olmayışı soru işareti olarak duruyor.

TÜM ZAMANLARIN EN ÇOK İŞ YAPAN TÜRK FİLMİ?

Gişede hatırı sayılır başarı kazanan Türk filmleri vizyona girdikçe, en çok iş yapan Türk filmi tartışmaları da gündeme geliyor.

Daha önce *Eşkıya*, *Vizontele* örneklerini yaşamıştık. Şimdi de, 4 milyona varan seyircisiyle *G.O.R.A.* bu tartışmayı yeniden başlattı. Agâh Özgüç 'Milliyet Sanat'ın Ocak sayısında tam da bu konuya değinen güzel bir yazı yazmış ve çok haklı olarak bu iddianın, tüm zamanların değil, ancak son on yılın Türk filmleri için söylenebileceğini belirtmiş. Gerçekten de Türkiye'nin nüfusunun günümüzdekinden çok daha az olduğu Yeşilçam yıllarında, 'kapı baca kırdıran' Türk filmlerinin gişe rakamlarını ne yazık ki bilemiyoruz. Özgüç'ün yazısı Yeşilçam tabiriyle kapı baca kırdıran bu filmlerden örnekler ve istatistikler de içeriyor. Bizim yazımız da Özgüç'ün yazısını destekler mahiyette. Meraklısının dergiyi alıp yazının tamamını okumasını öneririz. Tam da burada 'Antrakt Sinema Gazetesi'ne bir selam göndermekte yarar var. Bu haftalık gazete 1989'dan beri düzenli olarak seyirci rakamlarını vermeye çalışıyor. Keşke Yeşilçam döneminde de bir sinema gazetesi olsaydı da o dönemin rakamları bugüne ayrıntılı olarak ulaşabilseydi. Yine de kıyaslama yapabilmek için elimizde birkaç veri var: Kültür Bakanlığı verilerine göre tüm Türkiye'de 2004'te sinemaya giden toplam seyirci sayısı 29 milyon 500 bin kişi imiş. Bu rakamın yüzde kırkını ise Türk filmlerine giden seyirciler oluşturuyormuş.

Şimdi de 1966'ya dair, İstanbul Belediyesi'nden bir istatistik verelim: Sadece İstanbul'da, 1966 yılında kesilen bilet sayısı 41.606.506. Yazıyla, kırk bir milyon, altı yüz altı bin, beş yüz altı kişi (Kaynak: 'Türk Sineması Kronolojisi', Nijat Özön, s. 199). Elbette buradaki rakamın kaç filmin toplamı, ne kadarının Türk ne kadarının yabancı filmlere ait olduğuna dair ve tek tek filmler bazında bir veri yok. Yine de, toplamda bile, aradaki farkın ne kadar çarpıcı olduğunun altını çizmeye bilmem gerek var mı?

G.O.R.A.'nın ulaştığı başarıyı asla küçümsemiyor, aksine, Türk sinemasının popüler başarılara da ihtiyacı olduğunu düşünerek çok önemsiyoruz. Ancak bu şartlarda 'en çok izlenen Türk filmi' deyimini kullanırken biraz temkinli olmakta gerçekten yarar var. Hiç değilse, 'Antrakt'ın bize ulaştırdığı bilgiler çerçevesinde, 1989'dan beri en çok iş yapan Türk filmini kesin olarak bildiğimiz söylenebilir.

BEŞ KERE İKİ İÇİN HINCAL ULUÇ DEMİŞ Kİ...

"Öf.. Öf.. Bunalımlar içinde bir filmi, hem de sonundan başına doğru izlemek gibi bir mazoşizminiz varsa, buyrun efendim."

Görmüşsünüzdür: Filmlerin basın ilanlarında, genellikle ABD kaynaklı kimi dergi ve gazetelerde çıkmış yazılardan "müthiş, olağanüstü", "yılın en heyecan verici filmi" gibisinden sıfatlarla dolu cümleler alınır ve bunlar reklam malzemesi olarak kullanılır. Film ithal eden şirketlerimiz zaman zaman Türk yazarlardan da alıntılar yaparlar. François Ozon'un *Beş Kere İki*'sinin ilanında, yandaki cümlenin alıntılandığını görünce şaşırdık açıkçası. Şaşkınlığımız elbette Hıncal Uluç'un konu hakkında yorum yapmış olmasına değil. Filmi getiren Chantier Film, övgü içerdiği söylenemeyecek bu ifadeleri gazete ilanlarında niye kullanmış acaba? Hıncal Bey'in, sinema yazarlarının beğenisiyle genelde ters düştüğü malum olduğuna göre burada bir ironi olduğundan söz edebilir miyiz? Chantier Film filmlerinin iyi olduğunu değişik bir şekilde mi söylemeye çalışıyor? Ya da "reklamın iyisi kötüsü yoktur, reklam reklamdır!" iddiasını kanıtlasın diye mi alıntılanmış bu cümle?