

PAPER DETAILS

TITLE: Karsisinda ya da Yaninda Olmak: Eurimages

AUTHORS: Hakan AYTEKIN

PAGES: 55-75

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2332052>

Karşısında Ya Da Yanında Olmak: "EURIMAGES"

BEING FORE AND AGAINST: "EURIMAGES"

Hakan AYTEKİN

Öğr. Gör. , Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi

Abstract

In this paper, globalization and its impact on cinema industry; searches of European cinema sector against the unpreventable Hollywood Cinema is taken as the subject.

The concept of "being against or for" has two meanings for us. The first meaning is; Eurimages is the result of the exiting conditions under the name of globalization and so it shelters both "to be against" and "to be for" to globalization within itself. The second meaning is; from the point of view of Turkish Cinema or Turkish movie makers, using or not using the institutions' utilities depends on "being against or for" to Eurimages no matter what ideological platform the institution is set up

Özet

Bu çalışmanın konusu; küreselleşme olgusunun Avrupa sinema sektörüne etkileri ve yarattığı sonuçlardan birisi olan "Eurimages" fonu ile Türkiye'deki sinema yapımcılarının ve yönetmenlerinin Eurimages'la ilişkileridir

Çalışmada, hem "küreselleşme" hem de "Eurimages"; "yanında olmak" ve "karşısında olmak" kavramları açısından ele alınmaktadır.

***Sinema, Türk Sineması, Euroimages /
Cinema, Turkish Cinema, Euroimages***

1. Giriş

Bu çalışmayı yaslandırđımız "karşısında ya da yanında olmak" kavramı, bizim açımızdan iki anlam ifade ediyor:

Birincisi; "Eurimages"ın, küreselleşme adı altında yaşanan pek çok olgudan ya da sonuçtan biri olması ve bu nedenle de, küreselleşmeye "karşı olmak" kadar küreselleşmenin "yanında olmayı" da kendi içinde barındırması. İkincisi; Türk sineması ya da sinemacılar açısından da, kurumun yaslandığı ideolojik platform bir yana, bu kurumun olanaklarından yararlanmak ya da yararlanamamak noktasında Eurimages'ın "karşısında ya da yanında olmayı" gerektirmesi.

Çalışmamızda bu iki anlamı sorgularken kısaca küreselleşmenin ne anlama geldiğini, küreselleşme karşısında ya da yanında Avrupa sinemasının ne durumda olduğunu; son olarak da, Türkiye'deki sinemacıların Eurimages'la olan ilişkilerini ele almaya çalışacağız.

2. Dünya "Yuvarlanırken"

Dünya tarihinde bilinen en büyük paylaşım savaşı olan II. Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle birlikte Batılı ülkeler yaklaşık 25 yıl süren bir büyüme süreci; ekonomik açıdan uzun süreli bir istikrar ve refah dönemi yaşamıştır. Bu yıllarda, Batı dünyasında, oldukça yüksek bir büyüme hızı ve istihdam artışının yanı sıra hızla gelişen dünya ticaret hacmi ve sermaye hareketleri söz konusudur. Ancak, 1970'lerin başında yaşanan petrol kriziyle, bu dönem yerini enflasyon ve dünya çapında bir stagflasyon dönemine bırakır. İngiliz iktisatçı Keynes'in, özel girişime dayalı ekonomik düzen içinde devletin çeşitli yöntemlerle sisteme müdahalesini öneren yaklaşımıyla beslenen refah dönemi sorgulanmaya, Batılı ülkelerin iktisadi düşünceleri ve politikaları ciddi biçimde değişmeye başlar. İktisat arenasında artık yeni bir aktör, Amerikalı iktisatçı Friedman vardır. Friedman'ın önerdiği, serbest piyasa ekonomisinin etkinliğine ve kusursuzluğuna inanan, devletin ekonomiye müdahalesini en az düzeyde tutmayı amaçlayan anlayışa dayanan bir monetarizm

geçerlilik kazanmaktadır (Pekman 1997a: 22).

Monetarist politikaların yürürlüğe konması Amerika Birleşik Devletleri'nde gerçekleşir; 1970'li yılların sonundan itibaren bu ülkede geliştirilen ve 'deregülasyon' (deregulation) olarak isimlendirilen "piyasa ekonomisini kamu müdahalelerinden arındırma" girişimleri, giderek Batı Avrupa'da da yaygınlık kazanır (...) Bu yeni ekonomik yaklaşımın Batı Avrupa'daki ilk yansıması da İngiltere'de Thatcher'in politikalarında görülür. Serbestleşme rüzgarı, 1980'li yılların ortasında Sovyetler Birliği'nde Gorbaçov'un iktidara gelmesiyle Doğu Bloku ülkelerinde esmeye başlar. 1980'lerin sonunda SSCB dağılır, komünist rejimler yerlerini demokrasi-serbest piyasa ekonomisi hedeflerine bırakırlar. Böylece, on yıl gibi kısa bir sürede, serbestleşme-küreselleşme akımı batılı ülkelerde yaygınlık kazanır (Pekman 1997a: 22-23).

57

Birbiriyle yoğun bir ilişki ve iletişim içinde bulunan dünya pazarında uluslararası sermaye egemenliğini giderek yaygınlaştırmaktadır. Dünya pazarında, ulusal firmalar yerlerini "sermayesi" ve "karar verici kadrosu" tek bir ülkeden olmayan, üretimini uluslararası pazar için yapan ve faaliyetleri de bu uluslararası pazarda olan firmalara bırakmaktadır (Erdoğan 1995: 61). Bu anlamda "küreselleşen" dünya, artık geometrik tanımını da aşan bir biçimde "yuvarlanmak"tır. "Küreselleşme her ne kadar masum bir coğrafi kavram gibi görünüyorsa da, "küreselleşen nedir?" sorusuna verilen yanıtlara baktığımızda, "sermaye" tek kutubun siyasi, ideolojik, kültürel değerleri" gibi olgularla karşılaşyoruz" (Duran 2001: 18). Jacques Adda'ya göre; "küreselleşmeden söz etmek iktisadi bir sistem olarak kapitalizmin dünyaya yayıldığını söylemektir" (2002: 9). Yine Adda'nın deyişiyle;

Bu yayılma, ne bir devletler blokunun bir diğerine göre, ne de bir üretim modelinin bir diğerine göre daha başarılı kabul edilmesine indirgenemez. Bu yayılma, devletlerarası bir sistem mantığının yerine ulusötesi bir ağ mantığı koyma eğilimindedir. Artık kürenin sınırlarını zorlamaya başlayan kapitalizmin evrensel yayılışının ifadesi olarak küreselleşme, aynı zamanda ve her şeyden önce, dünya çapında sermaye birikimine engel teşkil eden fiziksel ve hukuki sınırları sarma, delme, ve sonunda yok etme sürecidir. Bu anlamda dünya ekonomisi, yalın bir uluslararası ekonomiden çok daha fazla şey demektir (2002: 9).

Adına "globalleşme" ya da daha sevimlileştirilmiş biçimiyle "küreselleşme" denilen ve dünyanın en ücra köşelerine kadar duhul eden bu yeni düzenin gelişme

ve refah sağladığı, bu nedenle de insanları birbirine daha da yaklaştırdığı, bu rüzgâra kendini kaptıramayan ulusal ekonomilerin uzun vadede varlık ve rekabet gücünü yitireceği iddiaları, globalleşmenin ideolojik zeminini sağlamlaştırmakta ve kitlelerin gönülden desteğini de alarak kendini meşrulaştırmaktadır. Oysa, "bugünkü uluslararası firmaların çoğu uluslararası pazarda iş yapan milli firmalardır" (Erdoğan 1995: 61). Dünya "yuvarlanırken", ülkeler arasında yeni karşılıklı bağımlılık biçimlerinin yaratıldığı; küreselleşmenin ana amacının üretimin ve pazarın kontrol altına alınması, sonuçta da kârın azamileştirilmesi olduğu gerçeği gizlenmekte; globalleşmeye yeni ve popüler anlamlar yüklenmektedir: "Globalleşme evrenselliği, evrensel işbirliğini, evrensel kardeşliği, yoldaşlığı, evrensel birliği, dirliği ve beraberliği ifade eder; Globalleşme kader birliği, dünyada ortaklaşa barış ve özgürlük içinde yaşamayı anlatır" (Erdoğan 1995: 60). "Globalleşen üretim, dağıtım ve tüketim pazarıyla birlikte insanlar global bir dünyanın özgürlük ve demokratik katılma peşindeki mutlu bir üyesi olarak sunulur" (Erdoğan 2002: 487).

Oysa bu iddialar globalleşmenin sadece bir yönünü göstermektedir. Globalleşmenin göz önünde bulundurulması gereken ikinci yönü ise, globalleşmenin global bağlantılar kurabilenlere önemli fırsatlar yaratarak büyüme, bir başka deyişle pazardan daha büyük pay alma olanağı sağlarken, öte yandan da yol açtığı "giyim, yemek, mimari ve hayat tarzındaki farklılıkların gittikçe tekdüze hale getirileceği yönündeki huzursuzluk duygusudur" (Schönbohm 2001: v). Gittikçe iç içe geçen dünya ekonomisinde, global sınırsız bir iktisadın sosyal sistemlerin temellerini ne denli sarstığını ve toplumlar açısından ne denli korkunç sonuçlar yaratacağını yaşayarak görmekteyiz (Bolz 2001: vii).

Barloewen ise; ticaretin dünya çapında yaygınlaşmasıyla, bir yandan gezegenin bütünleşmesine tanık olduğumuzu; ama öte yandan da, siyasi alanda bir parçalanma yaşadığımızı belirtmektedir: "'Küresel köy', iç savaş, kültürel ve dinsel özdeşliğin sürtüşmeleri olarak yenilgiye uğrayan milliyetçilik akımlarına, bölünmelere ve kabileleşmelere sahne olmaktadır" (2001: 5). Bu anlamda, ekonomik küreselleşmeye yani "seküler Batı"ya karşı ortak bir girişimde bulunacak güce sahip olan yeni "milliyetçilikler", yeni bir "soğuk savaş" dönemi başlatabilecek güçte bir gruplaşma sergilemektedir.

Kültürel globalleşme bugün ulus-devlet sınırlarının tezat bağlamıyla ve de

ulusal çizgiler dışındaki siyasal, teknolojik ve ekonomik süreçlerle kuşatılmıştır. Homojenleşmenin ve farklılaşmanın eşanlı meydana geldiği görülmektedir. (...) Milyonlarca insan yeni yüzyılın eşiğinde kültürel kimliği, çok kutuplu bir dünyada garantilenmiş olarak değil, tutarsız ve ihtilafli olarak yaşamaktadır (2001: 5).

3. "Robin Hood" "Supermen"e Karşı

Efsanelere göre, İngiltere'de 14. yüzyılda ortaya çıkan bir kahraman olan Robin Hood, adamlarıyla birlikte güçlülere soyup öldürür ve onların kazançlarını yoksullara dağıtır. Robin Hood'un en büyük düşmanları devletin yerel temsilcileri ve toprak sahibi zengin din adamlarıdır. Savaşımının en karakteristik yanı ise, acımasızlıktır (AnaBritannica 1990a: 432).

Günümüzde, gerek tek tek Avrupa ülkelerinin ve gerekse bütün olarak Avrupa Sineması'nın, dünyanın pazarın büyük bir bölümünü elinde tutan ABD sineması karşısındaki direnişi, bize ister istemez Robin Hood'un bu efsanevi çabasını anımsatıyor. Ancak, Robin Hood'un karşısında bu kez devletin yerel temsilcileri ya da toprak sahibi üç-beş din adamı değil; bebekken Kripton gezegeninden dünyaya gönderilen, uçma, X ışınlarıyla görme ve sınırsız güç yeteneklerine sahip olan, "gerçek, adalet ve Amerikan yaşam biçimi" için mücadele eden (AnaBritannica 1990b: 187) ve "tepesinden" baktığı dünyada gücü her şeye yeten Süpermen yer almaktadır. Olup bitenler ise efsaneden öte, gerçeğin ta kendisidir:

Amerika Birleşik Devletleri'nin ihracatta silah sektöründen sonra en çok gelir sağladığı sektör sinemadır. Eurimages'ın Türkiye temsilcisi Faruk Günaltay'ın deyişiyle, Amerikan Sineması "müthiş bir savaş makinası"dır (Arslanbay 1995: 80). Dünya pazarlarından elde ettiği gelirlere bakıldığında, Amerikan Sinema endüstrisinin dünya pazarında uzun bir geçmişi olduğu kadar, pazarın neredeyse tek egemeni olduğu da görülmektedir. Mattelart, Avrupa'da 1919 yılında Avrupa'da gösterime sunulan filmlerin % 90'ının ABD'den geldiğini belirtmektedir (2001: 56). ABD'de yılda ortalama olarak 700 film gerçekleştirilmekte, ancak bu filmlerden yaklaşık 100 tanesi ticari açıdan başarılı olmaktadır. Günaltay'ın deyişiyle, bu 100 film, Amerikan pazarında amorti olduktan sonra, dünyayı işgal etmek için yola çıkmaktadır (Arslanbay 1995: 81). Benzeri bir iddiaya göre; "50'li yıllardan günümüze kadar dünya çapında gösterime girmiş filmlerin yüzde 80'i Amerikan ürünüdür" (Pells 2001: 21).

Erdoğan'ın, 27 Eylül 1993 tarihli Variety'den aktardığı verilere göre, ABD'nin sadece 1993 yılı Ağustos ayındaki bir haftalık sinema geliri 132.7 milyon dolardır. ABD'nin dünya pazarındaki en büyük müşterileri ise kapitalist ülkelerdir ve Japonya bu ülkelerin başını çekmektedir. Amerikan film endüstrisinin kiralama yoluyla Japonya'dan elde ettiği gelir 1990 yılında 236.7; 1991 yılında, 200.7, 1992 yılında da 165.1 milyon dolardır. 1992 yılında Japonya'da en çok gelir getiren 10 filmden 8'i Hollywood yapımıdır (1995: 184-186).

Amerika'nın Japonya'dan sonra ikinci büyük film pazarı Avrupa'dır. Avrupa'da Almanya, Fransa, İtalya, İspanya, İngiltere ve İsveç Amerikan filmlerinin Avrupa'daki gelirlerinin %80'ini sağlarlar. Eylül 1993'de Avrupa'da en çok para yapan 10 filmden en baştaki sekizi Hollywood yapısıydı: Jurassic Park, Sliver, Fugitive, Hot Shots, Made in America, In the Line of Fire, Last Action Hero, Dennis the Menace. (Erdoğan 1995: 187).

Gelirin yanı sıra, izleyici oranlarına bakıldığında da Avrupalı izleyicilerin Amerikan sinemasını izleme oranının yükseldiği görülmektedir. 1980 yılında Avrupa Birliği ülkelerindeki Amerikan filmlerinin izleyici oranı % 46 iken, 1990 yılında bu oran % 69'a yükselmiştir (Hill 2001: 27). Edgar Reitz ise, izleyicinin durumunu trjik bir biçimde ifade etmektedir: "Amerika'dan öyküler ve görüntülerin, birçok Avrupalının "sinema duygusu"na damga vurduğunu istatistikler kanıtlıyor. İster sinemada, ister evde eğlenmek için ekran karşısına geçen Avrupa'nın insanları aniden değişime uğratarak hayali bir Amerika'nın vatandaşları oluyorlar" (1997: 7).

Oysa, Avrupa film endüstrisinin hemen hemen her Avrupa ülkesinde köklü ve güçlü bir geçmişi vardır. Ancak, Avrupa sinemasının Hollywood karşısında giderek gücü azalmakta, pazarı daralmaktadır. Variety verilerine göre, 1990'ın ilk yarısında İspanya'daki dört TV istasyonunda (TVE, Telemadrid, Tele-5 ve Antenna-3) toplam 537 Amerikan filmi yayınlanmıştır. Bu rakam, yayınlanan bütün filmlerin % 45'ini oluşturmaktadır. Benzer bir durum Almanya için de geçerlidir. Eylül 1993'te Almanya'da gösterilen ve en çok para getiren 10 filmden sadece yedinci sıradaki film Alman filmidir. Diğer dokuzu ise Hollywood yapımıdır. Amerikan film endüstrisinin pazar egemenliği sinema salonlarıyla ve TV yayınlarıyla da sınırlı değildir; video kaset halinde satılan filmlerin piyasasını da bu endüstri elinde tutmaktadır (Erdoğan 1995: 187-189). Burçak Evren, Fransa'da 1981 yılında 31 Amerikan filmine karşılık 50 Fransız filmi gösterilirken, 1991 yılına gelindiğinde bu

oranın tersine döndüğünü; 58 Amerikan filmine karşılık 30 Fransız filminin gösterime girebildiğini söylemektedir (1993: 36). Bir başka kaynakta da, karşımıza benzer sonuçlar çıkmaktadır: "Pazarın bir bölümünü kendi sinemasına ayırabilen tek ülke olan Fransa'da bile, 1979-1993 yılları arasındaki gösterimlerde, Amerikan filmlerinin payı % 37'den % 57'ye fırlamıştır" (Mattelart 2001: 107). İtalya'da da benzer bir durum vardır: 1981 yılında 32 Amerikan filmine karşılık 44 İtalyan filmi; 1991'de ise, 24 İtalyan filmine karşılık 68 Amerikan filmi seyirciyle buluşmuştur. Bir Avrupa ülkesi olan Türkiye'de ise, 1989 yılında, 210 yabancı filme karşılık sadece 12 Türk filmi gösterime girebilmiştir. Aynı yıl ABD'de gösterime giren yabancı filmlerin gösterilen bütün filmlere oranı ise, sadece % 3'tür (Evren 1993: 36). 1998'de Avrupa'daki gişe hasılatının sadece % 15'i Avrupalı filmlere aittir (Hill 2001: 27).

"Üçüncü dünya ülkeleri sineması üzerine yazılarıyla tanınan ünlü sinema yazarı Guy Hannebelle "Dünya Sinemasının Onbeş Yılı" adlı yapıtında "bugün her ülkenin sinemasında bir iç savaş yaşanmaktadır" der. Bu savaşın tarafları ise Amerikan sinemasıyla onun egemenliği altına almak istediği ulusal sinemadır" (Evren 1993: 34). Avrupa Topluluğu'nu oluşturan ülkeler, II. Dünya Savaşı sonrasında kendi ülkelerinde duraklayan ancak ABD'de gelişen ve Avrupa'yı da önemli bir pazar haline getiren Amerikan sinema endüstrisi karşısında, zorunlu olarak bu savaşıma girmiştir. Bu savaşım, topluluk yapısı içinde pek çok sektör için olduğu gibi, iletişim sektörünün de sorgulanması ve görsel-işitsel endüstrinin Avrupa ekonomisinin gelişiminde önemli bir kaynak olarak saptanması sonucunda ortaya çıkmıştır. Ülkelerin ilk etapta aralarında kurdukları gümrük birliği sayesinde, gümrük vergilerini kaldırmaları ve miktar sınırlamalarını azaltmaları hemen hemen bütün sektörlerde belli bir ivme kazandırmış; daha sonra da, ülkeler arasında yakınlaşma ve işbirliği yolları bulunmaya çalışılmıştır.

Başlangıçtaki çabalar pek çok sektörde Avrupa pazarını adım adım ele geçiren Amerikan sermayesinin (her ne kadar "çokuluslu şirketler" diye dikkatler başka yönlelere çevirmeye çalışılsa da) karşısında bir "ekonomik birlik" oluşturmaya yöneliktir. "Ancak, 1980'lerden sonra, özellikle son yıllarda önceleri daha az kullanılan Avrupa kültürü sözcüğü sıkça kullanılmaya başlamıştır" (Tekinalp 1993: 19). Çünkü çok kısa bir süre içinde sadece pazarın ticari açıdan kaybedilmesiyle sınırlı kalmadığı; bu yeni durumun aynı zamanda yeni bir yaşam biçimi sunan ideolojik sonuçlar ürettiği anlaşılmıştır. Burada önemli bir nokta da, "kültür endüstrisi"nin de kâr getiren bir alana dönüştüğünün görülmesidir. Jacques Adda'nın da belirttiği

gibi; "İletişim devrimi sayesinde verilerin, imajların ve sermayenin dolaşımının aşırı boyutlara ulaşması, birçok alanda sınır ya da bölge kavramlarını ortadan kaldırıyor. Buna karşılık, üretimin ulusaşırı bir düzlemde düzenlenmesine yardım ediyor ve tüketim normlarının küreselleşmesine katkıda bulunuyor" (2002: 10).

Dünyayı "yuvarlatan" bu gelişmeler yaşanırken, Avrupa Topluluğu'nun içinde yer alan kurumlar, "Avrupa ülkeleri sanatını, sanatçısını ve sanat eserlerini korumaktan başlayarak (Bern Konvansiyonu) her yıl özellikle teknolojik gelişmeleri de göz önünde tutarak değişik kentlerdeki toplantı ve yasal düzenlemelerle ileri adımlar atmıştır. Ve bunların en önemli sinematografik-audivisuel sanatlarla ilgili olanlardır" (Makal 1996: 75).

Bu anlamda ilk çabalar korunma ve savunma amaçlıdır; film üretiminin ve dağıtımının güçlendirilmesine yöneliktir. Ancak, 1983 yılında Avrupa Topluluğu Parlamentosu'na sunulan raporda, görsel-işitsel alanda Avrupa'nın giderek ekonomik ve kültürel açıdan gerilediği ve bir an önce Avrupa film endüstrisinin kurtarılması çağrısı yapılmıştır. Çünkü, Avrupalılar da, Amerikan film endüstrisinin, "majörler" diye anılan beş büyük şirketinin (Paramount, Metro-Goldwyn Mayer, 20th Century Fox, Warner, RKO) çevresinde yapılandığını ve bu şirketlerin dış pazardaki paylarını sağlamlaştırmak için dayanışma göstermelerinin, üstünlüklerinin sürekliliğini sağlayan önemli bir faktör olduğunu görüyorlardı (Mattelart 2001: 57).

Kurumsal anlamda ilk girişim Fransız Cumhurbaşkanı Mitterand öncülüğünde başlatılan ve insanlığın sorunlarına karşı Avrupa'nın öncüsü olacağı çok yönlü hizmet beklentilerini içeren EUREKA (European Research Coordination Agency) projesidir. EUREKA girişimi, 12 Avrupa ülkesini temsil eden Topluluk organlarının değil, 26 Avrupa ülkesinin oluşturduğu Topluluk Komisyonu'nun bir eseridir. Bu girişimin Fransızlarca başlatılması çok doğaldır. Çünkü Fransa, Avrupa'da sinemaya "endüstri" anlamında en yakın ülkelerden biridir. Mattelart, yılda 100-120 sinema filmi çekilen Fransa'da sinema sektöründe 70.000 kişi çalıştığını belirtmektedir (2001: 57).

EUREKA projesini takiben, 1987 yılında da MEDIA (Measures to Encourage the Development of the Audivisuel Industry) kurulur. Pekman, MEDIA'nın, beş senelik dönem için 200 milyon ECU bütçe ayırırken; Fransa'nın bir yılda bu miktarın yaklaşık iki katını ulusal sinemasını desteklemeye ayırdığını; bu rakamların

Fransa'nın sinemaya verdiği önemin göstergelerinden biri sayılabileceğini belirtmektedir (Pekman 1997b: 14). Ancak bütün bu gelişmeler olsa da, özdeki sorun çözülemez (Makal 1996: 76).

2 Ekim 1989 Paris Toplantısı'nda ortaklaşa yayınlanan Görsel-İşitsel Eureka Bildirgesi, Avrupa kültürü ve ulusal kültürlerin korunmasına yöneliktir. Ancak bildiri maddeleri arasında görsel-ışitsel pazarın geliştirilmesinin gerekliliği, bu amaca yönelik eşgüdümlü çalışmalar, uluslararası pazarlarda rekabet gücünün artırılması gibi kavramların da altı çizilmektedir (Tekinalp 1993: 19).

63

Görsel-ışitsel Avrupa pazarında, film üretimindeki en önemli sorunlardan biri film pazarının parçalanmasından; topluluk üyeleri arasında pazarı birleştirici bir politikanın uygulanmamasından, sağlıklı bir dağıtım ve finans sisteminin kurulamamasından kaynaklanmaktadır. Bu konuda ileri sürülen görüşlerden biri; Avrupa ülkelerinde film yapımını desteklemekten daha acil ihtiyacın, bu filmler için evrensel bir Avrupa dağıtım şebekesinin kurulması zorunluluğudur (Reitz 1997: 7-8).

Topluluk üyesi 12 ülkede her yıl üretilen yaklaşık 500 sinema filminin % 80'i üretilen ülkenin dışında dağıtılamamaktadır. Buna karşılık, Amerikan sinematografi endüstrisinin dış satım gelirleri (1.600 m.dolar) tüm Topluluk devletlerinin film dış-satım gelirlerinden üç kat fazladır (Tekinalp 1993: 67). Yakın tarihli bir başka kaynak ise, rakamların boyutunu daha çarpıcı bir biçimde sergilemektedir:

ABD 500 filmiyle Avrupa Birliği'ne 2.14 milyar ECU tutarında sinema filmi ihracatı, buna karşılık AB'nin Amerika'ya yaptığı ihracat tutarı 218 milyon ECU civarında olduğu tahmin ediliyor. Ama asıl vahim veri AB içi ihracat değeri: Avrupa Birliği'ne üye ülkelerin kendi aralarında gerçekleştirdikleri film satışından sağladıkları toplam gelirin sadece 150 milyon ECU civarında olduğu tahmin ediliyor (Pekman 1997b: 13).

Avrupalıların elinde tuttuğu bir "Avrupa sinema pazarı"nın oluşturulması konusunda en etkin girişim ise "Yaratıcı Sinematografik ve Görsel İşitsel Eserlerin Ortak Yapımı ve Dağıtımı Avrupa Destek Fonu" Eurimages'ın kurulmasıdır. Eurimages, Avrupalı sinemacılar arasında ortak yapımlar gerçekleştirmek ve bu sinema ürünlerinin dağıtımını ve gösterimini sağlayarak "Avrupa Film Endüstrisini" oluşturmak amacıyla, 26 Ekim 1988 tarihinde, 12 kurucu üye ülke (Belçika, Kıbrıs, Danimarka, Fransa, Almanya, Yunanistan, İtalya, Lüksemburg, Hollanda, Portekiz,

İspanya ve İsveç) tarafından, Avrupa Konseyi bünyesinde kurulan bir mali fondur.

Eurimages'in resmi web sitesi verilerine göre; bu kurucu ülkelere 26 Ocak 1989'da İzlanda, Norveç ve İsviçre; 1 Ocak 1990'da Macaristan; 5 Şubat 1990'da Finlandiya; 28 Şubat 1990'da Türkiye; 5 Şubat 1991'de Avusturya; 19 Eylül 1991'de Polonya; 1 Eylül 1992'de İrlanda; 1 Ocak 1993'te Bulgaristan; 1 Ocak 1994'te Çek Cumhuriyeti; 15 Nisan 1996'da Slovakya; 29 Mayıs 1998'de Romanya; 1 Ocak 2001'de Slovenya ve en son olarak da 1 Ocak 2002'de Litvanya eklenmiştir. Birleşik Krallık ise 1 Nisan 1993'te örgüte dahil olmuş, ancak 1 Ocak 1997'de örgütten ayrılmıştır. Bugün Eurimages'e üye olan ülke sayısı 27'dir (20 Ocak 2003: www.coe.int/T/E/Cultural-Co-operation/Eurimages/).

Yine aynı kaynağa göre, merkezi Strasbourg'ta bulunan Eurimages'in iki temel amaca yönelik üç ayrı programı vardır:

Birinci amaç: "kültürel"dir. Avrupa'daki toplumların çeşitliliğini gösterirken, bu toplulukların aslında tek bir kökene bağlı, yani "Avrupalı" olduklarını kanıtlamaktır. İkinci amaç: ise "ekonomik"tir, ancak fonun sağladığı yardımlarla sanatsal bir ürünün ortaya çıkması ve ürünün bir sanat ürünü olarak algılanmasının sağlanması hedeflenmektedir.

Uygulanan üç ayrı program ise; "ortak yapımların gerçekleştirilmesi", "sinema ürünlerinin dağıtımının sağlanması" ve "sinema salonlarının desteklenmesi"dir.

Fon, üye ülkelerden birer temsilcinin yer aldığı Yönetim Kurulu tarafından belirlenen kurallar çerçevesinde hareket eder. Yardım, destek, bağışlar ve tasarrufla ilgili tüm kararları Yönetim Kurulu verir. Her üyenin bir oyu vardır. Yardımlarla ilgili kararlar en az 2/3'lük bir çoğunlukla alınırken, yönetsel kararlar için çoğunluk yeterli olmaktadır.

Eurimages'in gerçekleştirdiği finans desteklerinin % 90'ı ortak yapımlara gitmektedir. Bu yapımların üye ülkelerdeki gösterimlerinden elde edilen gelirlerle de kaynağın geri dönüşü sağlanmaya çalışılmaktadır.

Kuruluşundan bu yana 800'i aşkın imgesel ve belgesel film Eurimages'dan yararlanmış; bu filmlerin önemli bir bölümü, Oscar, Altın Palmiye, Altın Arslan gibi prestijli ödüller kazanmıştır. Dağıtımına ayrılan yıllık miktar 762.245.000 Euro'dur.

Fonun Avrupa'nın 9 ülkesinde ortak olduğu 37 sinema salonu (Europa-Cinemas) vardır ve bu sinemalara da yılda 616.000 Euro finans yardımı yapılmaktadır.

Eurimages'ten, görsel-işitsel alanlarda üretim yapan yapımcılar ya da dağıtım, yayın ve gösterim işleriyle uğraşan tüzel kişiler üye ülkelerin yasaları çerçevesinde yararlanabilmektedir. Yardım biçimi bağış, borç ya da karışık şekilde olabilir ve yardım avans şeklinde değerlendirilebilir.

Başvuran projeleri değerlendirirken Yönetim Kurulu'nun göz önünde bulundurduğu en önemli kıstas, projenin Avrupa'nın kültürel varlığını oluşturan unsurları ne ölçüde barındırdığıdır. Ortak yapım projelerinde, en az üç ortak-yapımcının birlikte başvurması gerekmektedir. Yönetim Kurulu, bu amaca yönelik olarak ortak-yapımcı sayısında azaltmalara da gidebilmektedir. Avrupa Birliği'ne aday ya da üye olmayan ülkeler de ortak-yapımlar için başvurabilmekte; ancak, bu tür ülkelerin katılım payının % 30'u geçmemesi gerekmektedir.

Başvuran film ya da görsel-işitsel projelerin kamuya ilk önce sinema salonlarında sunulacak biçimde tasarlanması bir zorunluluktur. Ürünlerin yayın, tanıtım için talep ettiği yardımlar; kopya çoğaltımı, altyazı, seslendirme gibi promosyon çalışmaları başvuru sırasında belirtilmiş olmalıdır. Burada önemli bir nokta da, bu tür işlemlerin üye ülkelerde yapılmasının istenmesidir.

4. "Keloğlan" Ne Durumda?

Süpermen karşısında Robin Hood'un durumu pek iç açıcı görünmese de, Keloğlan'ın durumu biraz olsun yüreklere su serpiyor! Ama, tabii ki, Süpermen'e karşı değil, sadece kendini var edebilmek, ayakta durabilmek adına!

Keloğlan, saf ve aptal görünen ama akla gelmedik kurnazlıklarla işini yürütmeyi beceren bir kahramandır. Hatta kimilerine göre "kel"liği bile, bu kurnazlığının bir ürünüdür: aslında o, kafasına bir deri ya da işkembe geçirdiği için "kel" görünmektedir! Diğer masal kahramanlarından fiziksel özellikleriyle de ayrılır: çirkindir, çelimsizdir. Ancak halkın özlemleri olan "güçsüzken güçlenme, egemen güçlerin baskısını boşa çıkarma ve sonuçta rahata kavuşmadaki ustalığı", onu halkın gözünde bir kahraman yapar (AnaBritannica 1989:156). Türkiye-Eurimages'le ilişkileri (hem ülke olarak, hem de sinemacılar olarak), bize, ister istemez, masalı kahramanı Keloğlan'ı çağırıştırıyor.

2000'li yıllarda Türkiye gündemini oluşturan en önemli konulardan birisini Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üyelik tartışması oluşturmaktadır. Türkiye henüz Avrupa Birliği'ne girememiş olsa da, bir Avrupa Birliği kurumu olan Eurimages'in en eski üyelerinden biridir.

Türkiye Eurimages'e halen yıllık 914.694 Euro aidat ödemektedir. Türkiye'nin üye olduğu 1990 yılından 2002 yılının sonuna dek Eurimages'e ödediği aidat miktarı 58.000.000 Fransız Frangı + 914.000 Euro'dur. Buna karşılık olarak, film projeleri, dağıtımçı, sinema salonu için Eurimages'ten alınan yardım miktarı ise 73.250.000 Fransız Frangı + 2.497.000 Euro'dur. (25 Mayıs 2003: www.kultur.gov.tr/portal/defaulttr.asp?belgeno=28457) Bir başka deyişle; Keloğlan, masallardaki söylemi tersine çıkarmamış; verdiğiinden daha fazlasını almayı başaramıştır.

1994 yılı aidatını ödemeyen Türkiye'nin Eurimages'la ilişkisi kopma noktasına gelmiş; ancak, Kültür Bakanlığı yıl sonunda yükümlülüğünü yerine getireceğini açıklayınca kriz giderilmiştir. Sinema tarihimiz açısından ilginç bir nokta da, Türkiye'nin Eurimages'a henüz üye olmadan "Umuda Yolculuk" filminde fondan destek alınmış olmasıdır. Üyelikten sonra destek alan ilk film ise, Canan Gerede'nin yönettiği "Robert's Movie"dir.

Kültür Bakanlığı'nın web sitesindeki verilere göre, 1990-2000 yılları arasındaki aidat ve alınan yardım miktarları şöyledir:

Yılı	Aidat Miktarı (Fransız Frangı)	Alınan Yardımlar (Fransız Frangı)
1990	1.000.000	4.800.000
1991	3.000.000	6.250.000
1992	4.500.000	1.750.000
1993	4.500.000	5.400.000
1994	4.500.000	7.350.000
1995	4.500.000	9.450.000
1996	4.500.000	8.000.000
1997	4.500.000	8.500.000
1998	4.500.000	9.300.000
1999	6.000.000	5.800.000
2000	6.000.000	6.650.000

Yine aynı web sitesindeki verilere göre, Eurimages'in çalışma amaçları doğrultusunda Türkiye'deki sinema sektörüne sağladığı destekler, dokuz ayrı başlık altında toplanmaktadır:

4.1. Yönetmeni ve Ana Yapımcısı Türk Olan İmgesel Filmler

Filmin Adı	Yönetmeni	Yapımcısı	Yılı
Robert's Movie	Canan Gerede	Onat Kutlar	1990
Çıplak	Ali Özgentürk	Asya Film	1990
Ateş Üstünde Yürümek	Yavuz Özkan	Z Film	1990
Mavi Sürgün	Erden Kıral	Kenan Ormanlar	1991
Cemile	Zülfü Livaneli	Ülker Livaneli	1991
Seni Seviyorum Rosa	Işıl Özgentürk	Asya Film	1991
Şahmaran	Zülfü Livaneli	Ülker Livaneli	1992
Fanatik	Şerif Gören	Anadolu Filmcilik	1993
Aşk Ölümünden Soğuktur (Bergen)	Canan Gerede	Onat Kutlar	1993
İstanbul Annedir Çocuğum (Mektup)	Ali Özgentürk	Asya Film	1994
Sen de Gitme Triandafilis	Tunç Başaran	Magnum Film	1995
Kuşatma Altında Aşk	Ersin Pertan	Sanman Film	1995
Hamam	Ferzan Özpetek	Sorpasso Film (Promete)	1995
İstanbul Kanatlarımla Altında	Mustafa Altıoklar	Umut Sanat Ürünleri	1995
Ağır Roman	Mustafa Altıoklar	Belge Film	1996
Akrebın Yolculuğu	Ömer Kavur	Alfa Film	1996
İstanbul'u Ararken (Arıyorum)	Atıf Yılmaz	Delta Film	1996
İshak'ın Romanı	Barış Pirhasan		1996
Eşkiya	Yavuz Turgul	Filma-Cass	1996
Avcı	Erden Kıral	Erden Kıral Film Prd.	1996
Güneşe Yolculuk	Yeşim Ustaoglu	İstisnai Filmler	1997
Ayrılma	Canan Gerede		1997
Hoşçakal Yarın	Reis Çelik		1997
Yara	Yılmaz Arslan		1997
Mum	İrfan Tözüm	Muhteşem Film	1997
Sevgilim İstanbul	Seçkin Yaşar	Sanman Film	1998
Kaçıklık Diploması	Tunç Başaran	Mine Film	1998

Filmin Adı	Yönetmeni	Yapımcısı	Yılı
Sis ve Gece	Sinan Çetin	Aristo Ajansı	1998
Kayıkçı Bilet	İlhan Belgin	Sinevizyon	1998
Balalayka	Ali Özgentürk	Asya Film	1999
Kardelen (Güle Güle)	Zeki Ökten	United Film Production	1999
Kara Güneş	Ömer Kavur		1999
Cumhur Bey	Handan İpekçi		2000
O da Beni Seviyor	Barış Pirhasan	Filma-Cass	2001
Hiçbir Yerde	Tayfun Pirselimoglu	Mine Film	2001
Sır Çocukları	A. Sayman-G. Atadeniz		2001
Yazı Tura	Uğur Yücel	Can Sanat	2002
Çamur	Derviş Zaim	Maraton Filmcilik	2002
Zamansız Ölüm	Ömer Kavur		2002
Gönderilmemiş Mektuplar	Yusuf Kurşenli		2002

4.2. Yönetmeni ve Üçüncü Yapımcısı Türk Olan İmgesel Filmler

Filmin Adı	Yönetmeni	Yapımcısı	Yılı
Hamam Suare	Ferzan Özpetek	AFS Film	1998
Finestre di Fronte	Ferzan Özpetek		2002

4.3. Türk Yapımcısının İkinci Ortak Olduğu İmgesel Filmler

Filmin Adı	İkinci Yapımcı	Yılı
Balkan Balkan	Zafer Par	1993
Passion Turca	Onat Kutlar	1994
Zoe	Tunç Başaran	1994
Eleatis Xenos	Asya Film	1994
Mal Sahibi	Fez Prodüksiyon	1995
Towards Freedom	Delta Filmcilim	1995
His Life's Sole Journey	Bilet İlhan	2000

Filmin Adı	İkinci Yapımcı	Yılı
Derviş ve Ölüm	Sıdk Özpetek	2000
Yürekler Evi	Alfa Film	2000

4.4. Türk Yapımcısının Üçüncü Ortak Olduğu İmgesel Filmler

Filmin Adı	Yapımcısı	Yılı
House Of Hearts	Türkiye	2000

69

4.5. Yönetmeni Türk Olan Ortak Yapım İmgesel Filmler

Filmin Adı	Yönetmeni	Yılı
Bulutları Beklerken	Yeşim Ustaoglu	2002

4.6. Belgesel Filmler

Filmin Adı	Yapımcısı	Yılı
Sazakinos (Dönmeler)	Onat Kutlar	1992
Spasibo	Kenan Mortan	1993
Nazım Hikmet	Osman Okkan	1994
Bulut Çağı Hakkında	Asya Film	1994
Anadolu'da Bir Alman	Almanya-Türkiye-İsviçre	2000

4.7. Türk Yapımcının İkinci Ortak Olduğu Belgesel Filmler

Filmin Adı	İkinci Yapımcı	Yılı
Zeni Ot Seloto Na Dusite	Sinevizyon	1998

4.8. Türkiye'deki Sinema Salonlarına Verilen Destekler

Eurimages film yapımına verdiği desteklerin yanı sıra bu filmlerin Avrupa'da dağıtımını ve gösterimlerini sağlamak amacıyla sinema salonlarına da destek ver-

mektedir. Türkiye'den yardım alan ilk sinema salonu Alkazar'dır. 2002 yılı verilerine göre İstanbul'da altı sinema salonu (Beyoğlu, Alkazar, Şafak, Bahariye, Aşar 1 ve Aşar 2), Ankara'da da iki sinema salonu (Kızılırmak ve Kavaklıdere) Eurimages Sinemalar Topluluğu'na dahildir. Bu sinemalar yılda en az 27 hafta Avrupa filmleri göstermek zorundadır.

1995-2002 yılları arasında, Türkiye'de sinema salonlarının Eurimages'ten aldığı yardım miktarları şöyledir:

Yılı	Yardım Miktarı
1995	2.000.000 Fransız Frangı
1996	1.200.000 Fransız Frangı
1997	900.000 Fransız Frangı
1998	750.000 Fransız Frangı
1999	1.000.000 Fransız Frangı
2000	2.050.000 Fransız Frangı
2001	180.000 Euro
2002	180.000 Euro

4.9. Türkiye'de Gösterilen Yabancı Filmlerin Dağıtımına Destek Alan Firmalar

Eurimages'in verdiği bir başka destek de, Eurimages katkılarıyla yapılan filmlerin dağıtımıdır. Türkiye'de, 1991-2002 yılları arasında, 163 filmin dağıtımı için firmalar Eurimages'ten destek almıştır.

5. Sonuç

"Giriş" bölümümüzde de belirttiğimiz gibi; Eurimages, küreselleşmeye "karşı olmak/karşı durmak" kadar, bu olgunun "yanında olmak" anlamına da gelmektedir. Çünkü, sorun açıktır: "Süpermen" karşısında, sadece "Robin Hood"un Avrupa sineması değil, bütün dünya sineması çaresizlik içindedir. Hollywood sermayesi görsel-işitsel pazarın neredeyse tek düzenleyicisi, satıcısı ve denetleyicisi olmaya çalışmaktadır. Pek çok ülke pazarında bunu başarmıştır da. Küreselleşme sürecinde ekonomik bir güçbirliği olan Avrupa Birliği'nin, görsel-işitsel Avrupa pazarını

Hollywood sermayesine pek kolay bir biçimde teslim etmek istemeyeceği de açıktır. Bu anlamda Eurimages'le, "küresel sermayeye" karşı durulurken; Avrupa Sineması adı altında, "bölgesel sermaye"yi güçlendirerek pazara sahip çıkılmaya çalışılmaktadır. İrfan Erdoğan'ın da belirttiği gibi;

Globalleşmenin birbirine bağıntılı iki anlamı vardır: (a) Bir firmanın bir ülkenin sınırları ötesinde yatırım yapması, (b) firmaların birbiriyle birleşerek/ karışarak veya satın alarak ya da ortak girişimle uluslararasılaşması anlamındadır. Çünkü, Bu tür büyüme iletişim teknolojisinin ve uluslararası pazarın kapsamı ve kapasitesinin genişliği, yüksek maliyet ve finans gerektirmesi, ve pazar kontrolunda daha etken olması nedeniyle gerekli olmaktadır. Bu aynı zamanda üretim ve pazar kontrolu sayesinde kârların azamileştirilmesi olanağını sağlar. Globalleşme bugünün dünya kapitalizminin kaçınılmaz bir gereğidir. Bu gereği Amerikan firmaları ve Avrupalılar çok iyi anlamış durumdadır (1995: 60).

Kısacası, kavga Avrupa sinema pazarının "Hollywood'un değil de, Avrupalı sermayedarların olması üzerine kuruludur. Pazarın savunulması sırasında "kültür" ya da "Avrupalılık" kavramlarının öne çıkartılması ise, bize göre ne yazık ki stratejik bir durumdur ve söz konusu kavramlar birer "araç" olmaktan öteye pek geçememektedir. En azından Türkiye'nin Eurimages fonundan yararlandığı filmlere baktığımızda, ele alınan konuların "Avrupa"lılıkla ya da "Avrupa" kültürüyle ne kadar ilintilendirilebileceği kuşku götürmektedir.

Öte yandan; sosyal ve kültürel işlevler söz konusu olduğunda, Avrupa'da yayıncılığın başından beri bir 'sosyal-kültürel kurum' olarak algılandığını; yayıncılığın II. Dünya Savaşı sonrasında farklı sosyal ve coğrafi unsurlardan oluşan Avrupa uluslarının iç bütünleşmelerini sağlamada kullanılan güçlerden biri olduğunu biliyoruz (Pekman 1995a: 12-13). Bugün, ulusal sınırlarını çoktan aşmış ülkelerin oluşturduğu ve neredeyse kıtayı tümüyle kuşatan Avrupa Birliği'nin iç bütünleşmesini sağlamak için de yayıncılığın bu işlevinden yararlanılabileceği; konumuz olan Eurimages'in de böyle bir işlev görebileceğini söylemek, yanıltıcı olmasa gerektir.

Doğal olarak, Eurimages'in kültürel olarak tek-tipleşen (Amerikanlaşan) bir dünyada yerel kültürlerin korunmasına sağladığı olanakları da hiçe saymamamız gerekiyor. Ancak, yine de, önceliğin "kültür"den çok "pazar"a verildiğini düşünüyoruz.

Fonun olanaklarından yararlanma biçimi de, hemen hemen her ülkede tartışma konusu olmaktadır. Fondan, gerçek projelerle gerçek anlamda yararlananlar olduğu kadar, "iş kalıbına uydurarak" yararlananların da olduğu söylenmektedir. Bizde de benzer bir durum söz konusudur.

Çalışmamızın "Dördüncü Bölümü"nde yer alan verilere bakıldığında, Türk sinemasında Eurimages'ten ağırlıklı olarak imgesel film sektörünün yararlandığı; bazı yönetmenlerin ve yapımcıların birden çok üründe destek aldıkları görülmektedir: Örneğin, Ali Özgentürk yönetmen olarak üç film, yapımcı olarak (Asya Film) altı film; Onat Kutlar yapımcı olarak dört film; Canan Gerede yönetmen olarak üç film... Bu durum, söz konusu isimlerin böyle bir olanaktan yararlanma konusunda "herkesten daha önce, daha istekli ve daha becerikli davrandıkları için böyle olduğu" yorumlarının yanı sıra; sektör içinde birtakım eleştirel, hatta spekülative yorumların da doğmasına yol açmıştır. İster ilgisizlik, ister beceriksizlik, ister Eurimages'in kabul etmemesi nedenleriyle olsun Eurimages'ten yararlanamayan Türk sinema sektöründeki pek çok kişi, fondan yararlananları ayırım yapmaksızın "kazanç kapısını aralayanlar" olarak nitelendirmektedir. Söz konusu kişilerin ülke sinemacıları arasında "herkesten daha Keloğlan" oldukları ve Eurimages'in işlevinin de (en azından bazı filmler için), Türk sinemasından çok Türk sinemacılarını desteklemek olduğunu ileri sürülebilir. Bu durum, Türk sineması için aslında çok da aykırı bir durum değildir. Türk sinemasına zaman zaman "devlet"in verdiği desteklerde de benzer bir durum vardır ve benzer yorumlar yapılagelmektedir. Kaldı ki, bu yardımlardan "devlet yardımı" yerine "hükümet yardımı" olarak söz etmek daha doğru olabilir. Çünkü, bu desteklerde kurumsallıktan çok bir keyfilik, düzensizlik, geçerli ve kalıcı kriterlerden yoksunluk ya da kriterlerde değişiklik söz konusudur.

Eurimages'i eleştirirken, soruna kazanç kapısı aralamanın ötesinde, ideolojik kaygılarla yaklaşan sinemacılar da bulunmaktadır. Örneğin, Mesut Uçakan Yeni Şafak'ta yayınlanan bir haberde, "Eurimages bize imaj ve zemin bakımından hep soğuk duruyor. Bu soğukluk, bizden değil, onlardan." diyerek, Avrupa'nın (Batı'nın) Hristiyan dünyasının, Doğu'nun Müslüman dünyasını bir türlü kabullenemediğini ima etmektedir (<http://www.yenisafak.com/arsiv/2000agustos/04/kultur.html>).

İster yanında ister karşısında olunsun, "küreselleşme" somut bir gerçeklik olarak dünyayı kuşatmış durumda... Sinema sektörü de bu durumdan nasibini alıyor! Bir yanda "Süpermen"in süper dünyası; diğer yanda "Robin Hood"ların ve "Keloğlan"ların biraz romantik, biraz otantik dünyası... Her iki dünyada da, birileri

birilerinden bir şeyleri almaya ya da birileri birilerine bir şeyleri satmaya çalışıyor. Bütün bunlar yaşanıp, kanıksanırken, ne yazık ki, tek bir zavallı cümle var, kura-bildiğimiz:

"Keşke her şey efsaneler ya da masallardaki kadar basit olsaydı..."

Kaynakça

- Adda, Jacques (2002). *Ekonominin Küreselleşmesi*, Çev. Sevgi İneci, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arslanbay, Hülya (1995). "Faruk Günlaltay'la Söyleşi", *Sinema Yıllığı 95/96*, İstanbul: Türkiye Sinema ve Audiovisuel Kültür Vakfı (TÜRSAK) Yayınları.
- Barloewen von, Constantin (2001). "Modernleşme ve Küreselleşme Sürecinde Kültürel Kimlik", *Küreselleşme ve Modernleşme Sürecinde Kültürel Kimlik*, Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayını.
- Bolz, Rudiger (2001). "Sunuş", *Küreselleşme ve Modernleşme Sürecinde Kültürel Kimlik*, Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayını.
- Duran, Ragıp (2001). *Burası Dünya Polis Radyosu*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Erdoğan, İrfan (1995). *Dünyanın Çarpık Düzeni Uluslararası İletişim*, İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Erdoğan, İrfan (2002). *İletişimi Anlamak*, Ankara: Erk Yayınları.
- Evren, Burçak (1994). "Hollywood'un Önleneemeyen İstilâsı", *Sinema Yıllığı '93*, İstanbul: Türkiye Sinema ve Audiovisuel Kültür Vakfı (TÜRSAK) Yayınları.
- Hill, John (2001). "Hollywood Gerçeğini Kabullenmek: Globalleşme Çağında Ulusal Sinemalar", *Türk Film Araştırmalarında Yeni Yönelimler 1*, (Hazırlayan Deniz Derman), Çev. Neşe Akın, İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Makal, Oğuz (1996). "Türk Sinemasının Yarınında Avrupa ile İlişkilerin Önemi", *Türk Sineması Üzerine Düşünceler*, (Hazırlayan Süleymâ Murat Dinçer), Ankara: Doruk Yayınevi.
- Mattelart, Arman (2001). *İletişimin Dünyasallaşması*, Çev. Halime Yücel, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Pekman, Cem (1997a). *Televizyonda Özelleşme Avrupa'da Yayıncılığın Değişim Süreci*, İstanbul: Beta Yayınları.

Pekman, Cem (1997b); "AB, ABD'ye Karşı: Avrupa Birliğı ve Sinema", *Antrakt*, Mart-Nisan 1997.

Pells, A. Richard (2001). "20. Yüzyılda Küresel Kültür Miti ve Tehditi: Modernizmden Film Endüstrisine", *Küreselleşme ve Modernleşme Sürecinde Kültürel Kimlik*, Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayını.

Reitz, Edgar (1997). "EIKK Projeleri: EIKK Dağıtımı - 'Bir Avrupa Sineması' Oluşturmak", *Antrakt*, Mart-Nisan 1997.

Schönbohm, Wulf (2001). "Önsöz", *Küreselleşme ve Modernleşme Sürecinde Kültürel Kimlik*, Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayını.

Tekinalp, Şermin (1993). *Avrupa Topluluğı'nda Ulusal Kültür ve Televizyon*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.

— "Keloğlan", *AnaBritannica*, Cilt XIII, İstanbul, 1989.

— "Robin Hood", *AnaBritannica*, Cilt XVIII, İstanbul, 1990.

— "Süpermen", *AnaBritannica*, Cilt XX, İstanbul, 1990.

— <http://www.coe.int./T/E/Cultural-Co-operation/Eurimages>

— <http://www.kultur.gov.tr/portal/default.tr.asp?belgeno=28457>

— <http://www.yenisafak.com/arsiv/2000ağustos/04/kultur.html>