

T.C.  
FIRAT ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



**BİR HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETİ OLARAK  
FİLM FESTİVALLERİ: MALATYA  
ULUSLARARASI FİLM FESTİVALİ ÖRNEĞİYLE**

Şeyma KURŞUN

**Yüksek Lisans Tezi**

**İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI**

**MART 2024**



T.C.  
FIRAT ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI  
Yüksek Lisans Tezi

BİR HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETİ OLARAK FİLM  
FESTİVALLERİ: MALATYA ULUSLARARASI FİLM  
FESTİVALİ ÖRNEĞİYLE

Tez Yazarı  
Şeyma KURŞUN

Danışman  
Doç. Dr. Yunus NAMAZ

MART 2024  
ELAZIĞ



T.C.  
FIRAT ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI

Yüksek Lisans Tezi

<b>Başlığı:</b>	BİR HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETİ OLARAK FİLM FESTİVALLERİ: MALATYA ULUSLARARASI FİLM FESTİVALİ ÖRNEĞİYLE
<b>Yazarı:</b>	Şeyma KURŞUN
<b>Tez Öneri Tarihi:</b>	08.02.2024
<b>Savunma Tarihi:</b>	15.02.2024

TEZ ONAYI

Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü tez yazım kurallarına göre hazırlanan bu tez aşağıda imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından değerlendirilmiş ve akademik dinleyicilere açık yapılan savunma sonucunda OYBİRLİĞİ/OYÇOKLUĞU ile kabul edilmiştir.

İmza

**Danışman: Doç. Dr. Yunus NAMAZ**

Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi

**Başkan: Dr. Öğr. Üyesi Tamer KAVURAN**

Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi

**Üye: Dr. Öğr. Üyesi Erhan HANCIĞAZ**

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İletişim Fakültesi

Bu tez, Enstitü Yönetim Kurulunun ...../...../20..... tarihli toplantısında  
tescillenmiştir.

Prof. Dr. Murat SUNKAR  
Enstitü Müdürü



## BEYAN

Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım “**BİR HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETİ OLARAK FİLM FESTİVALLERİ: MALATYA ULUSLARARASI FİLM FESTİVALİ ÖRNEĞİYLE**” Başlıklı Yüksek Lisans Tezi’min içindeki bütün bilgilerin doğru olduğunu, bilgilerin üretilmesi ve sunulmasında bilimsel etik kurallarına uygun davrandığımı, kullandığım bütün kaynakları atıf yaparak belirttiğimi, maddi ve manevi desteği olan tüm kurum/kuruluş ve kişileri belirttiğimi, burada sunduğum veri ve bilgileri unvan almak amacıyla daha önce hiçbir şekilde kullanmadığımı beyan ederim.

15.02.2024

**Şeyma KURŞUN**



## ÖN SÖZ

‘Bir Halkla İlişkiler Faaliyeti Olarak Film Festivalleri: Malatya Uluslararası Film Festivali Örneğiyle’ isimli bu tez çalışmamda, film festivallerinde halkla ilişkiler faaliyetlerinin kullanım şekillerini belirlemek, kategorize etmek ve bunu ortaya koyarken de Malatya Uluslararası Film Festivali’ni merkeze almak istedim. Film festivallerinin halkla ilişkiler alanı için de son derece önemli bir organizasyon olduğunu ortaya koymak, halkla ilişkiler ve sinema arasındaki ilişkiyi anlamak, film festivallerinin yürütülme aşamasında halkla ilişkilere düşen görev ve sorumluluklar, film festivallerinin düzenlenmesi ve icrasında halkla ilişkilerin rolü çalışmam için oldukça değerlidir.

İlki 2010 yılında düzenlenen Malatya Uluslararası Film Festivali’nde yürütülen halkla ilişkiler çalışmalarını, sosyal medya platformları, basın bültenleri, afişler, tanıtım filmleri, film gösterimleri, film söyleşileri, seminerler ve festival web sitesi çerçevesinde detaylı bir şekilde incelemeyi amaç edindim. Bu noktada literatür taraması yaparken 2020 Mart ayında başlayan ve ülkemizi her anlamda etkileyen küresel salgın (Covid19), birçok festivali olduğu gibi MUFF’u da (Malatya Uluslararası Film Festivali) etkilemiştir. Bu etki ile birlikte 2020 yılında gerçekleştirilmesi planlanan 10. Malatya Uluslararası Film Festivali, Malatya Büyükşehir Belediyesi tarafından iptal edilmiş ve festivalin 14-16 Aralık 2021 tarihinde düzenlenmesine karar verilmiştir. 10-14 Aralık 2023 tarihinde yapılması planlanan son festival 6 Şubat Maraş Depremlerinin Malatya’yı büyük ölçüde etkilemesi sebebi ile tekrar iptal edilmiştir. Sonraki yıllarda ise bir planlamaya ya da net bir açıklamaya gidilmemiştir.

Festivalin uygulanma sürecinde kullanılan teknik ve yöntemler betimsel analizle tahlil edilmiştir. Ulusal kaynaklar incelendiğinde 1998’de Ferah Orundaş’ın “Sanat Etkinliklerinin Halkla İlişkiler Mesleği Açısından Değerlendirilmesi” adlı çalışması, hem çalışmam için hem de halkla ilişkiler-sinema bağlantısı anlamak ve sanatsal faaliyetlerde halkla ilişkilerin rolünü anlama hususunda yol gösterici olmuştur.

Bu tez çalışmasının planlama ve ortaya çıkarılma aşamalarında bilgi ve tecrübeleriyle beni yönlendiren ve çalışmanın şekillendiği bu süreç boyunca yardımlarını benden esirgemeyen tez danışmanım Doç. Dr. Yunus Namaz’a teşekkür ederim.

**Şeyma KURŞUN**

ELAZIĞ 2024

# İÇİNDEKİLER

BEYAN .....	I
ÖN SÖZ .....	II
İÇİNDEKİLER .....	III
ÖZETV	
ABSTRACT .....	VI
TABLolar LİSTESİ .....	VII
FOTOGRAFLAR LİSTESİ .....	VIII
EKLER LİSTESİ .....	IX
SİMGELER VE KISALTMALAR .....	X
<b>1. GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
1.1. Konu .....	3
1.2. Amaç .....	3
1.3. Önem .....	4
1.4. Kapsam- Sınırlılık .....	5
1.5. Yöntem .....	5
1.6. Verilerin Toplanması ve Analizi .....	6
<b>2. TÜRKİYE'DE FİLM FESTİVALLERİ, FESTİVAL OLGUSU .....</b>	<b>7</b>
2.1. Film Festivali ve Festival Olgusu Üzerine .....	7
2.1.1. Film Festivallerinin Önemi .....	8
2.1.2. Film Festivallerinin Kapsamı .....	9
2.2. Türkiye'de Ulusal Film Festivalleri .....	10
2.3. Türkiye'de Uluslararası Film Festivalleri .....	13
2.4. Dünden Bugüne Malatya'da Film Festivali Olgusu .....	17
2.4.1. Birinci Malatya Uluslararası Film Festivali .....	17
2.4.2. İkinci Malatya Uluslararası Film Festivali .....	17
2.4.3. Üçüncü Malatya Uluslararası Film Festivali .....	18
2.4.4. Dördüncü Malatya Uluslararası Film Festivali .....	18
2.4.5. Beşinci Malatya Uluslararası Film Festivali .....	18
2.4.6. Altıncı Malatya Uluslararası Film Festivali .....	19
2.4.7. Yedinci Malatya Uluslararası Film Festivali .....	19
2.4.8. Sekizinci Malatya Uluslararası Film Festivali .....	20
2.4.9. Dokuzuncu Malatya Uluslararası Film Festivali .....	20
2.4.10. Onuncu Malatya Uluslararası Film Festivali .....	20
<b>3. HALKLA İLİŞKİLER VE FİLM FESTİVALLERİ .....</b>	<b>22</b>
3.1. Halkla İlişkiler ve Sinema .....	22
3.2. Halkla İlişkiler ve Kısa Film .....	25
3.3. Halkla İlişkiler ve Film Festivalleri İlişkisi .....	26
3.4. Film Festivallerinde Halkla İlişkiler Organizasyonu .....	27
3.5. MUFF ve PR İlişkisi .....	28
<b>4. BİR HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETİ OLARAK MALATYA FİLM FESTİVALİ .....</b>	<b>29</b>
4.1. MUFF Uygulanma Süreci .....	29
4.1.1. Dijital Mecralar (Sosyal Medya-Twitter, LinkedIn, Instagram, Facebook, YouTube, Web sitesi)	29
4.1.1.1. Sosyal Medya .....	29
4.1.1.1.1 Instagram .....	30
4.1.1.1.2 Twitter (X) .....	31
4.1.1.1.3 Facebook .....	31
4.1.1.1.4 YouTube .....	32
4.1.1.2. MUFF- Web Sitesi .....	33
4.1.2. Basılı ve Elektronik Materyaller (Gösterim Çizelgeleri, Broşür, Billboardlar, Afiş, Kitapçık, Basın bülteni) .....	34
4.1.2.1. MUFF Gösterim Çizelgeleri .....	34
4.1.2.2. MUFF Broşürleri .....	34
4.1.2.3. MUFF Afişleri .....	35
4.1.2.4. MUFF Basın Bültenleri .....	41

4.1.3. Toplantı, Duyurular ve Basın Faaliyetleri (Seminerler, Söyleşiler, Atölyeler, Söyleşiler, Basın Bildirileri, Basın Toplantıları, Değerlendirme Raporları, Sponsorluklar, Sosyal Sorumluluk Projeleri, Geziler) .....	41
4.1.3.1. Söyleşi ve Seminer .....	42
4.1.3.2. Toplantılar ve Duyurular .....	43
4.1.3.3. Sponsorluk Çalışmaları .....	44
4.1.3.4. Sosyal Sorumluluk Projeleri ve Diğer Projeler .....	45
4.1.3.5. Geziler .....	46
<b>5. BULGULAR ve DEĞERLENDİRME .....</b>	<b>48</b>
<b>6. SONUÇ .....</b>	<b>50</b>
<b>KAYNAKLAR.....</b>	<b>52</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>55</b>
<b>ÖZ GEÇMİŞ</b>	



**ÖZET**  
**BİR HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETİ OLARAK FİLM FESTİVALLERİ:**  
**MALATYA ULUSLARARASI FİLM FESTİVALİ ÖRNEĞİYLE**

Şeyma KURŞUN

Yüksek Lisans Tezi

**FIRAT ÜNİVERSİTESİ**

Sosyal Bilimleri Enstitüsü

**İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI**

Kasım 2024, Sayfa: X + 76

Film festivalleri sadece insanların sinemada yalnızca edilgen bir izleyici konumunda oldukları bir faaliyet değildir. Film festivali içerisinde yer alan özel gösterimler, seminer ve söyleşiler, kategorilere ayrılmış yarışmalar, sosyal sorumluluk projeleri ve atölye çalışmaları gibi daha pek çok faaliyet alanı, bu iletişim ortamının ne kadar kapsamlı olduğunu göstermektedir. İletişim çalışmalarının pek çok alanla ilgisi olduğuna yönelerek halkla ilişkiler ve sinema arasındaki ilişkiye film festivalleri çerçevesinden yaklaşan bu çalışmada, 2010-2021 yılları arasında Malatya’da düzenlenen ve kısa adı MUFF (Malatya Uluslararası Film Festivali) olan bir festival sürecine odaklanmaktadır.

Çalışmada film festivallerinin aynı zamanda bir halkla ilişkiler faaliyeti olabildiği savına dayanarak genelde film festivallerinin, özelde ise MUFF’un kapsam, yöntem ve etki alanlarında halkla ilişkiler faaliyetlerinin nasıl tertip edildiğini ortaya çıkarmak, analiz etmek amaçlanmıştır. Nitel bir araştırma yöntemi olarak betimsel bir analize dayanan bu çalışmada, film festivallerinin icrası aşamasında kullanılan halkla ilişkiler faaliyetlerinin kendi içinde bir hiyerarşisi olduğu, bu hiyerarşiyi anlamak için belirli kategorilerin öne çıktığı görülmüştür. MUFF’ta festival öncesi, esnası ve sonrasında yürütülen görsel, işitsel, metinsel içerikler ile hem görsel hem işitsel faaliyetler betimlenmiş, elde edilen verilerle bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak MUFF’ta öne çıkan olgular belirlenmiştir. Bu film festivalinde yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerinin önemi ortaya konulmuş ve festivalin güçlü ve zayıf yönleri karşılaştırmalı olarak tahlil edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Halkla İlişkiler, Sinema, Film Festivali, Malatya Film Festivali

## **ABSTRACT**

# **Film Festivals as A Public Relations Activity: The Case of Malatya International Film Festival**

Şeyma KURŞUN

Master Thesis

## **FIRAT UNIVERSITY**

Graduate School of Social Sciences

## **COMMUNICATION SCIENCES**

March 2024, Page: X + 76

Film festivals are not an activity where people are merely passive spectators at the cinema. Special screenings, seminars and interviews, categorized competitions, social responsibility projects and workshops, and many other activities within the film festival show how comprehensive this communication environment is. This study, which approaches the relationship between public relations and cinema from the framework of film festivals, focusing on the relationship between communication studies and many other fields, focuses on the process of a festival organized in Malatya between 2010 and 2021, which is called MUFF (Malatya International Film Festival).

Based on the argument that film festivals can also be a public relations activity, the study aims to reveal and analyze how public relations activities are organized in the scope, method and impact areas of film festivals in general and MUFF in particular. In this study, which is based on a descriptive analysis as a qualitative research method, it has been observed that the public relations activities used in the execution of film festivals have a hierarchy within themselves, and certain categories stand out in order to understand this hierarchy. The visual, audio, textual contents and both visual and audio activities carried out before, during and after the festival at MUFF were described, and the facts that stand out in MUFF as a public relations activity were determined with the data obtained. The importance of the public relations activities carried out in this film festival has been revealed and the strengths and weaknesses of the festival have been analyzed comparatively.

**Keywords:** Public Relations, Cinema, Film Festival, Malatya Film Festival

## TABLÖLAR LİSTESİ

<b>Tablo 1.</b>	Türkiye’de “Film Festivali” konulu yapılan akademik çalışmaların dağılımı .....	5
<b>Tablo 2.</b>	Türkiye’de Düzenlenen Ulusal Film Festivalleri .....	12
<b>Tablo 3.</b>	Türkiye’de Düzenlenen Uluslararası Film Festivalleri .....	15
<b>Tablo 4.</b>	Birinci Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları .....	17
<b>Tablo 5.</b>	İkinci Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları .....	18
<b>Tablo 6.</b>	Üçüncü Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları .....	18
<b>Tablo 7.</b>	Dördüncü Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları .....	18
<b>Tablo 8.</b>	Beşinci Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları .....	19
<b>Tablo 9.</b>	Altıncı Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları .....	19
<b>Tablo 10.</b>	Yedinci Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları .....	20
<b>Tablo 11.</b>	Sekizinci Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları .....	20
<b>Tablo 12.</b>	Dokuzuncu Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları .....	20
<b>Tablo 13.</b>	Onuncu Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları .....	21



## FOTOGRAFLAR LİSTESİ

<b>Foto 1.</b>	Resmi Instagram Hesabı.....	30
<b>Foto 2.</b>	Resmi Twitter Hesabı .....	31
<b>Foto 3.</b>	Resmi Facebook Hesabı .....	32
<b>Foto 4.</b>	Resmi YouTube Hesabı.....	33
<b>Foto 5.</b>	Resmi Web Sitesi.....	34
<b>Foto 6.</b>	8. MUFF Gösterim Çizelgesi.....	34
<b>Foto 7.</b>	MUFF Broşür Örneği .....	35
<b>Foto 8.</b>	Birinci MUFF Afişi .....	36
<b>Foto 9.</b>	İkinci MUFF Afişi .....	36
<b>Foto 10.</b>	Üçüncü MUFF Afişi .....	37
<b>Foto 11.</b>	Dördüncü MUFF Afişi .....	37
<b>Foto 13.</b>	Altıncı MUFF Afişi .....	38
<b>Foto 14.</b>	Yedinci MUFF Afişi.....	39
<b>Foto 15.</b>	Sekizinci MUFF Afişi.....	39
<b>Foto 16.</b>	Dokuzuncu MUFF Afişi .....	40
<b>Foto 17.</b>	Onuncu MUFF Afişi.....	40
<b>Foto 18.</b>	7. MUFF Basın Bülteni.....	41
<b>Foto 19.</b>	2018’de Nuri Bilge Ceylan ile Gerçekleştirilen Söyleşi .....	42
<b>Foto 20.</b>	Malatya Kültür ve Turizm Bakanlığı Web Sitesinde Yayınlanan Basın Toplantısı Duyuru Metni 43	
<b>Foto 21.</b>	Festivalin 2020’deki Kamuoyu Bilgilendirme Metni .....	44
<b>Foto 22.</b>	Özşah İletişim Telekomünikasyon (Yerel İşletme) İnternet Sitesinde Yayınlanan Haber..	45
<b>Foto 23.</b>	2018 Yılında ‘Belki Köye Bir Film Gelir’ ve ‘Festival Geldi’ Etkinlikleri .....	45
<b>Foto 24.</b>	7. MUFF-Malatya Uluslararası Film Platformu .....	46
<b>Foto 25.</b>	Onur Ödülü Konuğu Nastassja Kinski’nin Kayısı Pazarını Ziyareti-2014 .....	47

## EKLER LİSTESİ

<b>Ek 1.</b>	MUFF Resmi Twitter(X) Hesabı Ana Sayfası .....	55
<b>Ek 2.</b>	MUFF Resmi İnstagram Hesabı Ana Sayfası.....	56
<b>Ek 3.</b>	MUFF Resmi Facebook Hesabı Ana Sayfası .....	57
<b>Ek 4.</b>	MUFF YouTube Hesabı Ana Sayfası.....	58
<b>Ek 5.</b>	MUFF Resmi Web Sitesi Ana Sayfası .....	59
<b>Ek 6.</b>	10. MUFF'un Gösterim Çizelgesini Barındıran Broşür 1 .....	60
<b>Ek 7.</b>	10. MUFF'un Gösterim Çizelgesini Barındıran Broşür 1 .....	61
<b>Ek 8.</b>	10. MUFF'un Program Akışını Gösteren Broşür 2 .....	62
<b>Ek 9.</b>	10. MUFF Kapsamında Gerçekleştirilen Minder Sohbetleri Duyurusu .....	63
<b>Ek 10.</b>	10. MUFF Basın Bülteni Örneği .....	64
<b>Ek 11.</b>	10. MUFF Kapsamında Gerçekleştirilen Söyleşi Duyurusu.....	65
<b>Ek 12.</b>	10 MUFF'un İptal Edildiğini Duyuran Bildiri .....	66
<b>Ek 13.</b>	Festivalin Yerel Sponsorlarının Ödüllendirildiği Tören .....	67
<b>Ek 14.</b>	1. MUFF Afişi (2010).....	68
<b>Ek 15.</b>	2. MUFF Afişi (2011).....	69
<b>Ek 16.</b>	3. MUFF Afişi (2012).....	70
<b>Ek 17.</b>	4. MUFF Afişi (2013).....	71
<b>Ek 18.</b>	5. MUFF Afişi (2014).....	72
<b>Ek 19.</b>	6. MUFF Afişi (2015).....	73
<b>Ek 20.</b>	7. MUFF Afişi (2017).....	74
<b>Ek 21.</b>	8. MUFF Afişi (2018).....	75
<b>Ek 22.</b>	9. MUFF Afişi (2019).....	76
<b>Ek 23.</b>	10. MUFF Afişi (2020).....	77

## SİMGELER VE KISALTMALAR

### Kısaltmalar

MUFF : Malatya Uluslararası Film Festivali

PR : Public Relations



## 1. GİRİŞ

Yabancı kökenli bir kavram olan Halkla İlişkiler, Fransızca'da “*Relations Publiques*”, İngilizce'de ise “*Public Relations*” sözcüklerinin karşılığı olarak dilimize çevrilmiştir. Bu sözcüklerin baş harflerinden oluşan “PR” kısaltması, halkla ilişkiler uygulayıcıları tarafından bu kavramı ifade etmek için kullanılmaktadır (Uygun, 2019: 21). Halkla ilişkiler kavramı uzun yıllardan beri kullanılan ve birçok alanda karşımıza çıkan bir faaliyetler bütünü olmakla beraber, birçok alanda uygulanabilir olması ve değişken sistemleri sebebi ile bu kavramın tanımlanması oldukça güçtür. Halkla ilişkiler ile ilgili tanımlardan ilkinde baktığımızda “hedef kitlenin veya kamunun, yönetimi mümkün olduğunca tanınması ve kamu ile etkileşimini karşılıklı güvenle oluşturmasını amaç edinen, yönetimin bilgi eksikliğini ortadan kaldıran, iletişim faaliyetlerini yöneten bir çalışma sistemi” (Bozdemir, 2019: 17) karşımıza çıkar. Başka bir tanımda, örgütle toplumun karşılıklı çıkarları için iki yönlü bilgi akışı sağlayan, haberleşme ağı kurarak ikili arasında denge sağlamayı amaçlayan, halkı etkileme ve ondan etkilenme süreci (Mıhçıoğlu, 1970: 92) ortaya çıkar.

Bir kuruluş ile hedef kitlesi arasındaki iletişimi, anlayışı, iş birliğini, kabulü oluşturmaya ve sürdürmeye yardımcı olan halkla ilişkiler kavramının, sorunların yönetimini içerdiği, kamuoyuna cevap verdiği ve kamuoyunun bilgilendirilmesini sağladığı, kamu yararına hizmet etmek için yönetimin sorumluluğunu tanımladığı vurgulanmaktadır (Sezgin ve Ateş, 2014: 856). Buna ek olarak kitlelerin eğilimlerini önceden tahmin etmeye yardımcı olmak için bir erken uyarı sistemi gibi hizmeti bulunan halkla ilişkiler, iletişim tekniklerini ve araştırmayı kullanan ayrıcalıklı bir yönetim fonksiyonu olarak da izah edilmektedir. Bu noktada Sezgin ve Ateş (2014), 21. yüzyılda halkla ilişkiler yönetiminin, kurum ve kamuoyu arasında ilişkileri yürütmek gibi dar bir çerçeveden sıyrılıp kurum içi ve kurum dışı ilişkilerin, faaliyetlerin merkezine yerleşmiş durumda olduğunu öne sürmektedir.

İster birincil amacı topluma hizmet etmek olan kamu kuruluşu olsun, ister ana amacı kar etmek ve bu sayede varlığını devam ettirmek olan özel sektör kuruluşu olsun, isterse gerek kamu sektöründe gerekse özel sektörde faaliyet gösteren kurumları halk adına, halk yararına denetlemeyi temel amaç kabul eden sivil toplum kuruluşları olsun, her kuruluş kurum içi ve kurum dışı halklarıyla (hedef kitleleriyle, kamularıyla) etkileşim içerisine girmek mecburiyetindedir. Bu etkileşimin istenen düzeyde ve arzu edilen şekilde olabilmesi kaygısı beraberinde halkla ilişkiler olgusunu gündeme getirmektedir (Akdağ ve Işık, 2011: 17). Yapılan tanımlamalardan yola çıkarak halkla ilişkiler kavramında kullanılan ‘halk’ kelimesi ile kast edilenin genel anlamda ‘kamu’ kelimesiyle aynı anlama gelmediği söylenebilir. Bu bağlamda, “halk” terimi, kurum veya kuruluşun belirlediği hedef kitleyi ifade eder. Bu hedef, bazen seçmenler, bazen ise alışveriş yapan bireyler olabilir. Geniş bir etki alanına sahip olan halkla ilişkiler disiplini için, kullanılan terim ve tanımlar çeşitli odak noktalarını ifade etse de, bu tanımların ortak özelliği, kuruluş veya kurum ile hedef kitle arasında olumlu ilişkiler kurmaktır.

Halkla ilişkilerin vazgeçilmez bir birime dönüşmesinde etkili olan koşulların değişimi, özellikle sanayi devrimi ve sonrasındaki gelişmelerle beraber ortaya çıkmıştır. Bu dönemde üretim süreçlerinde yaşanan evrim, tarih boyunca ihtiyaçların karşılanması ve araç-gereç üretimi konusundaki paradigmayı temelden değiştirmiştir (Akın, 2021: 109). Sanayi devrimi, sadece insan hayatı ve dünya genelinde derin değişikliklere neden olmakla kalmamış, aynı zamanda bu değişimin sürekli ve hızlı bir şekilde devam etmesine yol açmıştır. Bu hızlı değişimin etkisiyle, örgütlerin işleyişinde de önemli dönüşümler meydana geldiği görülmektedir.

Teknolojik, toplumsal ve siyasal alanlarda yaşanan bu değişim, örgütlerin adaptasyon kabiliyetini etkileyerek, onları yeni olanaklarla birlikte olası olumsuzluklara ve risklere de maruz bırakmıştır. Yaşanan değişimleri doğru bir şekilde takip etmeyen veya değişimin getirdiği potansiyel sonuçları öngöremeyen örgütler, hayati risklerle karşılaşma eğilimindedirler. Bu bağlamda, halkla ilişkiler, örgütlerin çevresel değişimlere adapte olma sürecinde stratejik bir önem kazanmıştır (Türkal ve Taşçıoğlu, 2018: 38). Bu bağlamda, halkla ilişkiler, kurum ve kuruluşların ayrılmaz bir bileşeni olmanın yanı sıra daha stratejik çözümler ve fırsatlar sunma kapasitesini artırmıştır. Örgütlerin yaşadığı hızlı değişim ortamında stratejik bir unsur olarak ön plana çıkan halkla ilişkiler, örgütlerin sadece dış çevreleriyle değil, aynı zamanda iç dinamikleriyle de etkileşim halinde olmalarını sağlayarak, sürdürülebilir başarı ve toplumsal uyum sağlamalarına yardımcı olmaktadır.

Teknolojik gelişmelerin artması ile artan bilgi akışı, rekabeti arttırırken bilgi kirliliğini de beraberinde getirmiştir. Toplumun nabzını tutarak halkın ne istediğini, nelerden hoşlandığını, neyi tercih ya da ret ettiğini anlamak açısından öncelikli bir birim olan halkla ilişkiler, kurum ve kuruluşların pazarladıkları ürünü ya da yaptığı hizmet ve icraatları halka daha iyi anlatabilmek adına kullanılır. Bu bağlamda film festivalleri de bu sektörün aktif şekilde kullanıldığı alanlardan biridir.

Film festivalleri, sinemaseverler tarafından beğenilen filmlerin izlendiği, sonrasında tartışıldığı, bunun yanında söyleşi, seminer, panel, yarışmalar gibi farklı kategorilerin de uygulamaya konulduğu yerler olarak karşımıza çıkmaktadır. Stratejik bir etkinlik olarak planlanan festivallerin gerek sanatsal, gerek ekonomik gerekse kültürel olmak üzere pek çok özelliği vardır. Bu organizasyonlarda genelde, izleyicilerin sinema salonlarında erişemediği ya da herhangi bir kamusal ortamda izleyemediği yapımlar gösterilir. Festivaller izleyicileriyle etkileşime geçerek beğenilen filmlerin öne çıkmasını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda çeşitli etkinliklerle toplumsal etkileşimi de artırır. Söyleşiler, seminerler ve yarışmalar aracılığıyla bir platform oluşturulur, film endüstrisinin dinamiklerini tartışma ve geliştirme imkanı buralarda sunulur. Bu da film sektörünün sadece eğlence değil, aynı zamanda bilgi ve düşünsel birikim sağlayan bir alan olarak algılanmasını destekler. Film festivallerinin sanatsal, kültürel ve ideolojik bu etkilerinin yanı sıra ekonomik etkileri de dikkat çekmektedir. Uluslararası film yapım şirketleri, film festivallerinde oluşturdukları film marketleriyle beğendikleri filmleri, filmin yapıldığı ülke dışında da filmin izlenmesine katkı sunmaktadır. Bu festivallere katılan oyuncular, yapımcılar ve izleyiciler, yerel düzeyde olan filmlerin uluslararası alanda pazarlamasını geliştirmekte ve dünyanın farklı yerlerindeki sinemaseverlerin bu filmlerle buluşması için ortak bir alan sağlamaktadır (Yetkiner, 2018: 11). Ayrıca, bu film festivallerinin oluşturduğu film marketleri, uluslararası film yapım şirketlerine küresel çapta ticaret yapma olanağı sunar. Bu platformlar, yapımcıların ve dağıtımcıların, potansiyel alıcılar ve iş ortaklarının buluşmasına olanak tanır. Yapımcılar, festivallerdeki bu film marketleri aracılığıyla filmlerini uluslararası alanda dağıtma ve pazarlama şansını elde eder. Böylece, film festivalleri sadece kültürlerarası iletişimi desteklemekle kalmaz, aynı zamanda sinema endüstrisinin ekonomik anlamda da küresel bir çapta büyümesine katkı sağlar. Bu etkileşimlerin bir sonucu olarak, film festivalleri, yerel sinemaların sınırlarını aşarak dünya genelinde tanınmasına yardımcı olur. Yerel düzeyde olan filmler, uluslararası alanda daha geniş bir izleyici kitlesiyle buluşma fırsatı elde eder.

Yıllarca devam eden, adını duyuran festivaller yerel gelire katkı sağlamanın yanı sıra ulusal ekonomik gelire de katkıda bulunma potansiyeline sahiptir. Bu anlamda film festivalleri zamanla yapıldığı şehri, şehrin kültürünü ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtmak gibi bir misyon yüklenmiştir. Çalışmada film festivallerinin bu misyonu gerçekleştirirken halkla ilişkiler faaliyetlerini nasıl kullandığı Uluslararası Malatya Film Festivali örneği ile incelenmiştir. 2010 yılından itibaren yapılan bu festival

en son 2021’de gerçekleştirilmiştir. Bu süre zarfında MUFF<sup>1</sup>, hem Malatya ilinin kent imajına sağladığı katkı hem de Doğu Anadolu’da sürdürülebilir bir film festivalinin nasıl olması gerektiğini ortaya koyan yapısıyla önemli bir organizasyonu andırmaktadır.

Çalışmanın Halkla İlişkiler ve Film Festivali başlıklı birinci bölümünde, halkla ilişkiler kavramı üzerine yapılan tanımlar değerlendirilmiş, halkla ilişkilerin Türkiye’deki gelişimi ve önemi üzerinde durulmuştur. İlk bölümde film festivallerinin işleyiş yapısı üzerine yapılan detaylı incelemede, bu organizasyonların planlama ve yürütme aşamaları eksi ve artı yönleri ile ele alınmıştır. Her alanda kullanılan halkla ilişkilerin film, sinema, kısa film ve film festivalleri ile olan ilişkisi detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

İkinci kısımda Türkiye’de Film Festivalleri ve Film olgusu başlığı altında film festivallerinin kapsamı ve özellikle kültürel, ekonomik ve sanatsal önemi üzerinde durulmuştur. Bu başlıkta ulusal ve uluslararası düzenlenen film festivallerinin bölgesel dağılımından yola çıkarak yapılan çalışmaların ülke genelindeki etkisi ve başarısı değerlendirilmiştir.

Araştırmanın üçüncü ve son başlığında uluslararası Malatya film festivalinin bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak nasıl kullanıldığı: şehre ve ülkeye katkısı üzerinde durulacaktır. Bu bölümde ayrıca MUFF’ un yıllar boyunca kullandığı sosyal medya araçları, web sitesi, afiş tasarımları, basın bültenleri yıllara göre incelenerek bulgular ve sonuç kısmında betimsel analizden yararlanılarak değerlendirilmiştir. Öneriler başlığı altında, ilerleyen yıllarda düzenlenecek olan organizasyonlarda Maraş depreminin, pandeminin olumsuz etkilerinin, maddi yetersizliklerin ve diğer eksiklerin nasıl ortadan kaldırılacağına dair önerilerde bulunulmuştur. Sonuç olarak yapılacak film festivallerinde, yürütülecek halkla ilişkiler faaliyetlerinin nasıl olması gerektiğine dair tespitlerde bulunulmuştur.

## **1.1. Konu**

Bu tez çalışmasının konusu, halkla ilişkiler ile sinema arasında nasıl bir bağ bulunduğunu ortaya koymaktır. Bunu yaparken de film festivalleri sürecinde ne gibi aşamalar bulunduğu ve bu etkinliklerin tasarlanmasından uygulamasına kadar geçen zaman zarfında halkla ilişkiler alanının ne şekilde kullanılabildiğini açıklamaktır. Bu amaçla, film festivallerinin halkla ilişkiler ile güçlü bir bağlantısı olduğundan hareketle, Malatya’da 2010’dan beri yapılan ve kısa adı MUFF olarak tanımlanan festivalde yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerinin neler olduğu, hangi teknik ve aşamaların uygulandığı analiz edilmiştir. Bu analizlerin değerlendirmesi ve çalışmaların faydalı olup olmadığının tartışması yapılmıştır.

## **1.2. Amaç**

Bu araştırmanın temel amacı, genelde film festivallerinin, örnek olarak da MUFF’un kapsam, yöntem ve etki alanlarında halkla ilişkiler faaliyetlerinin nasıl tertip edildiğini tespit etmek ve öne çıkan yöntemleri açıklamaktır. Bu çalışma ile bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak film festivallerinin ülkenin ve şehrin bilinirliğinin artırılmasına nasıl bir katkı sağladığı da belirlenmeye çalışılacaktır. Bu çalışmada önceki film festivalleri ve bu festivaller üzerine yapılan çalışmalar incelenmiştir. Çalışmada alt amaçlar olarak şu soruların yanıtları aranmıştır:

1. Film festivallerinin halkla ilişkilere ne kadar ihtiyacı var?
2. Halkla ilişkilerin film festivallerinin tanıtımına ve organizasyonuna olan etkileri neler?

---

<sup>1</sup> Çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde Uluslararası Malatya Film Festivali, MUFF olarak zikredilecektir.

### 3. Şehrin kamu kurum ve kuruluşları, esnaf ve sanatkarları film festivalini bir reklam/tanıtım ve pazarlama aracı olarak nasıl kullanır?

Halka ilişkiler örgüt ve örgütün hedef kitlesi arasındaki iletişimin yönetimini sağlayan, stratejik bir aygıttır. Bununla birlikte birbiriyle sürekli olarak ilişki içinde olan insan gruplarının davranışlarını etkilemek, geri dönüşleri değerlendirerek yeni iletişim kanalları açmak gibi bir misyona sahiptir. Film festivalleri sanıldığı gibi insanların sinemada yalnızca izleyici konumunda oldukları yalın bir etkinlik değildir. Film festivallerinde geziler, konferanslar, sanatçılarla söyleşiler, yarışmalar gibi çok farklı iletişim ortamları barındırmaktadır.

Bir şehirde sanat odaklı etkinliklerin düzenlenmesi, o şehirdeki bireylerin estetik açıdan uyarılmasına ve bu etkinliklere verdikleri tepkilere zemin oluşturulmasına olanak tanımaktadır. Festivaller, bireylerle toplum arasında anlayış, dayanışma, kaynaşma, paylaşma, iş birliği yapma ve bütünleşme gibi değerleri ifade etme ve sergileme konusunda bir araç olarak şehir yaşamına ve bireylerin yaşam kalitesine önemli katkılarda bulunmaktadır. Sanat etkinlikleri ve festivaller, kültürel özellikleri taşıyarak ve kuşaktan kuşağa aktararak şehirdeki yaşamı zenginleştirmektedir. Kültürlerarası ilişkilerin çeşitlenmesine ve güçlenmesine katkıda bulunmakta, aynı zamanda paylaşım ve sanatsal birlik üzerinden pekiştirici etkinliklere imkan tanımaktadır (Uğurlu ve Aşkan, 2018: 85). Festivaller, bireylerin farklı toplumsal kesimleriyle olan ilişkilerini derinleştirmekte ve topluluk içinde bir araya gelme fırsatları sunmaktadır. Bu etkinlikler, şehirdeki çeşitli kültürel unsurların bir araya gelmesine aracılık ederek, toplumun birbirine daha yakın olmasına olanak tanıyarak şehirdeki sosyal bağları güçlendirmekte ve toplumsal birlikteliği desteklemektedir.

MUFF'un hazırlık ve uygulama sırasında halkla ilişkilerin çağın imkanlarına göre etkin bir şekilde kullanılıp kullanılmadığı, kültürel, sanatsal ve toplumsal etkileri üzerinden değerlendirilmiştir. Çalışmada MUFF'un yıllarca süregelen faaliyetlerinin doğruluğu ve başarısı değerlendirilmiştir. Film festivallerinde tanıtım ve pazarlama aracı olarak halkla ilişkilerin nasıl kullanıldığı, faaliyetler sırasında halkla ilişkilerin yöntem ve tekniklerinin etkileri detaylı bir şekilde incelenmiştir.

### 1.3. Önem

Bu çalışma, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinde yapılan film aktivitelerinin en kapsamlısı olan MUFF'nin, Malatya şehrinin ulusal ve uluslararası ölçekte tanıtımına ne ölçüde katkı sağladığını ortaya koyacaktır. Çalışma, MUFF'nin hazırlık ve icrası sırasında yapılan halkla ilişkiler çalışmalarının avantaj ve dezavantajlarını, festivalin popülaritesine olan etkisini belirleyecektir. Bu çerçevede;

1. Festivallerin, şehirlerin ve ülkelerin tanıtımı için önemli bir rol oynadığı ortaya koyulur. Film festivalleri içeriğinde bulundurduğu seminer, söyleşi, yarışmalar ve diğer farklı organizasyonlarla yerli ve yabancı aktör ve aktrislerin katılımını sağlayarak bu etkiyi en iyi oluşturan festivallerdendir. Çalışma bu alanda düzenlenecek olan festivallerin, organizasyon komitelerine halkla ilişkiler faaliyetlerinin artı-eksi yönlerini açıklayarak ışık tutulacaktır.
2. Araştırmada sadece festivallerin halkla ilişkiler çalışmalarını nasıl kullandığı değerlendirilmemiştir. Çalışmada aynı zamanda festivallerin, endüstriyel bir ürün olan filmlerin üretimine/yapımına, tanıtımına, dağıtımına ve gösterimine olan katkısı halkla ilişkiler bağlamında değerlendirilmiştir.

#### 1.4. Kapsam- Sınırlılık

Türkiye’de ve dünyada film festivalleri üzerine yapılan çalışma sayısı oldukça sınırlıdır. Bu çalışmada, iki önemli araştırmayı zikretmek gerekecektir. İlki Orundaş’a (1998) ait “*Sanat Etkinliklerinin Halkla İlişkiler Mesleği Açısından Değerlendirilmesi*” başlıklı yüksek lisans tezidir. Diğeri ise Bozdemir’in (2019) “*Şehirlerin Tanıtımında Film Festivallerinin Önemi: Malatya Uluslararası Film Festivali Örneği*” adlı yüksek lisans tezi, MUFF üzerine çalışılmış ilk çalışmadır. İlk çalışmanın Türkiye’de halkla ilişkiler ile sinema, film festivalleri üzerine olması oldukça önemli iken ikinci çalışmanın ise doğrudan MUFF üzerine yapılan bir araştırma olması sevindiricidir.

**Tablo 1.** Türkiye’de “Film Festivali” konulu yapılan akademik çalışmaların dağılımı

Konu	Yüksek Lisans	Doktora	Toplam
Film Festivali	38	9	47

**Kaynak:** YÖK Tez Merkezi

Tablo 1’de bahsedilen 47 lisansüstü çalışmanın 27 tanesinin doğrudan “film festivali” ile ilgili olduğu, diğer çalışmaların ise dolaylı yollardan “belgesel, kısa film, anlatı gibi” konularla bağlantılı olduğu tespit edilmiştir.

Her bilimsel araştırmada olduğu gibi bu çalışmada da içerik sınırlarının evreni yansıtmasına dikkat edilmiştir. Genel olarak araştırmanın kapsamı film festivallerinin halkla ilişkilerle olan bağlantısı iken temelde konu MUFF’un halkla ilişkiler çalışmalarının yöntem ve teknikleri ile sınırlı tutulmuştur.

#### 1.5. Yöntem

Bu çalışmada, film festivalleri ile halkla ilişkilerin nasıl bir ilişki içinde olduğu, özelde ise bir halkla ilişkiler faaliyeti örneği olarak MUFF’ta yürütülen çalışmalar incelenmiştir. Çalışma grubunda yer alan festivale ait görsel, işitsel ve metinsel içerikler kategorize edilmiş, bu kategoriler nite bir teknik olan betimsel analiz ile tahlil edilmiştir. Genel anlamda nitel betimsel tasarım bir ürünün ya da olgunun deneyimlenmesi anlamına gelir. Buna göre betimsel analizin ya da tasarımın kapsamına görüşmeler, gözlemler, belgeler ve eserlerin kullanılması girmektedir (Sandelowski, 2002: 5). Betimsel bir araştırmanın amacı, bir olguyu ve özelliklerini tanımlamaktan geçmektedir.

Betimsel analizler neredeyse her araştırma projesinin merkezinde yer alır. Amaç ister tanımlamak ve açıklamak olsun, eğilimleri ve değişkenleri belirlemek, temel fenomenler için yeni ölçümler oluşturmak veya basitçe örnekleri tanımlamak bu analizde karşımıza çıkar (Loeb vd. 2017: 1-2). Nedensel etkileri tespit etmeyi amaçlayan çalışmalarda, betimsel analiz hemen hemen her uygulamalı çalışmanın bir parçasıdır ve bilimsel bir uygulamanın faydalı olabilmesi için hem hedeflerin hem de betimlemenin çalışmanın bulgularını açık bir şekilde ortaya koyması gerektiği vurgulanmaktadır.

Betimsel analiz, bir şeyin nasıl veya neden olduğundan ziyade ne olduğu ile ilgilenir. Veri toplamak için genellikle gözlem ve anket araçları kullanılabildiği gibi bu tür araştırmalarda veriler niteliksel olarak da toplanabilmektedir. Bu çalışma için nitel betimsel tasarım daha bütüncül, genellikle daha derin bir bilgi edinmek için çeşitli kaynaklardan zengin veri toplanmasını gerekli kılmaktadır. Nassaji’ye göre (2015: 129-130), bu analiz içinde tekrarlanan temalar, kalıplar veya kavramlar belirlenir, ardından bu kategorilerin tanımlaması ve yorumlaması yapılır. Araştırmacı ilk olarak verileri incelediğinde bu durum, yani kategorilere ayırma ve yorumlama süreci gerçekleşir. İlgili temaları ve

fikirleri bulabilmek için nitel verilerin derinlemesine incelenmesi ve ardından daha fazla karşılaştırma ve değerlendirme için yapılması son derece önem kazanır. Nassaji'nin sözünü ettiği durum MUFF'ta da üç (3) aşamalı olarak ve bu aşamalar içinde belirli kategoriler oluşturularak düzenlenmiştir.

Buna göre çalışmadaki üç temel aşamaya/başlığa ve aşamalar/başlıklar içindeki temalara veya kategorilere baktığımızda şöyle bir tablo karşımıza çıkmaktadır.

- \* *Dijital Mecralar:* Bu başlık kendi içinde festivalin sosyal medya hesapları olan Twitter, LinkedIn, Instagram, Facebook, YouTube ve festival Web sitesini içine almaktadır.
- \* *Basılı ve elektronik materyaller:* Bu başlıkta ise daha çok tasarıma yönelik içerikler yer almaktadır. Bu başlıkta gösterim çizelgeleri, broşür, billboardlar, afiş, el kitapçığı, bültenler olmak üzere birden fazla kategori yer almaktadır.
- \* *Toplantı, duyurular ve basın faaliyetleri:* Son başlıkta ise seminerler, atölyeler, söyleşiler, bildirimler, bilgilendirme metinleri, açılış toplantıları, değerlendirme raporları gibi kategoriler yer almaktadır.

Genel olarak araştırmanın odaklandığı konulara ışık tutan bu yöntem ile MUFF'un internet sitesi, halkla ilişkiler kapsamında kullanılan dijital kanallar, sosyal medya kanalları ayrıca konu ile ilgili metin ve belgelerin içerisinde önemli olarak görülen temalar incelenerek betimsel açıklamalar/analizler yapılmıştır.

## **1.6. Verilerin Toplanması ve Analizi**

2021 yılında sonuncusu düzenlenen MUFF'un yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerinin hangi kaynakların oluştuğuna yönelik materyaller toplanırken büyük ölçüde, festival web sitesi ve festivalin sosyal medya veya dijital platformlarından faydalanılmış ve çoğunlukla dijital içeriklere (afiş, video, fotoğraflar gibi) erişim sağlanarak bu veriler kayıt altına alınmıştır. Toplanan veriler kategorilere ayrılmış ve yöntem başlığında da bahsedildiği üzere üç aşamalı/başlıklı bir formülasyona başvurulmuştur. Bu formülde ise her başlık içinde yer alan temalar, kategoriler tanımlanmış ve bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak film festivallerinde öne çıkan unsurlar sırasıyla açıklanmış ve buna ilişkin örnekler verilmiştir.

## 2. TÜRKİYE’DE FİLM FESTİVALLERİ, FESTİVAL OLGUSU

### 2.1. Film Festivali ve Festival Olgusu Üzerine

Filmler, kitleleri etkileme potansiyeli yüksek olan iletişim araçlarından biridir. Bu etkinin sebebi görüntü ve sesi aynı anda kullanarak yaşanmakta olan veya geçmiş olayları bir akış içinde sunmasıdır. Sesin, rengin, hareketin ve duyguların iyi bir kombinasyonu olan filmler, karanlık bir ortamda oturan ve dikkatini bölünmemiş bir şekilde filme veren izleyicileri ortak düşüncelere sürüklemektedir. Bununla birlikte filmlerde izleyicinin dikkati, dergilere ve gazete göre çok daha uzun sürmektedir (Demirtaş, 2011: 35). Bu açıdan bakıldığında bu kadar etkili olan bir aygıt olan sinema sanatının geçmiş dönemlerde olduğu gibi bugün de kitleleri manipülasyon ve propaganda amaçlı kullanılması oldukça normaldir. İzleyicinin filmde işlenen, aktarılmak istenen konu veya ideoloji dışında ortamda bulunan tanıtım çalışmalarından da etkilendiği söylenebilir. Duyu organlarını, eş zamanlı ve etkin bir şekilde kullanan izleyici bu ortamda sunulan meta ve ideolojileri almaya, etkilenmeye oldukça açıktır. Bu anlamda salona yerleştirilen reklamlardan da, filme yerleştirilen ürün veya işlenen ideolojiden etkilenecektir. Bu açıdan değerlendirildiğinde sinema sektörünün, izleyiciyi etkileme potansiyeline sahip bu unsurları kullanarak, reklam filmleri, özel fuaye etkinlikleri, broşür dağıtımı ve salon sinema sponsorlukları gibi çeşitli araçları devreye sokarak, daha etkili medya stratejileri geliştirmek için uygun bir zemin oluşturduğu görülmektedir (Arslan, 2011: 10-11). Bu sayede sinema, sadece film içeriğiyle değil, aynı zamanda film gösterimi öncesinde ve sırasında sağlanan deneyimlerle de izleyici üzerinde derinlemesine bir etki bırakabilir.

Filmler, alınıp satılan bir meta olarak değerlendirildiğinde, film üretiminin tetikleyicileri izleyici beğenisi, pazar büyüklüğü, reklam, teknik-teknolojik koşullar, ülkenin/dünyanın ekonomik durumu, var olan gündem ve küresel politikalar olarak sıralanabilir. Bu tetikleyiciler, popüler filmler içerisinde daha etkilidir (Bikiç, 2018: 78). Kitlelere bir düşünceyi benimsetmek, kitleleri bu düşünce doğrultusunda harekete geçirmek isteyenler filmleri bu amaç doğrultusunda kullanırlar. Bu durum filmlerin, ekonomik hedeflerinin yanı sıra ideolojik hedeflerinin de olduğunu göstermektedir. İzleyici kitlesi yalnızca sosyal bir aktivite olarak katıldığı film izleme etkinliğinden bilinçli veya bilinçsiz olarak bir fikirle ayrılır. Ayrıca alandan ayrılan izleyici, salona yerleştirilen reklamlardan, filmdeki ürün yerleştirmelerinden de etkilenir. Bu durumun ortaya çıkardığı ulusal-uluslararası, ekonomik ve kültürel etkiler yine bu başlıkta işlenecektir.

Festival kelimesi, temel olarak insanlar ve toplumlar arasında sanatsal, kültürel, sosyal ve ekonomik açıdan bir yakınlaşma ve tanıtım sağlamak amacıyla düzenlenen etkinlikler olarak tanımlanabilir (Bilgili, Yağmur ve Yazarkan, 2012: 118). Tanıtım yapmak için bilgi akışının doğru ve etkili yapılması oldukça önemlidir. Günümüzde bilgi akışının oldukça fazla olduğu düşünülürse, ekonomik ve kültürel tanıtımı etkili ve başarılı bir şekilde yapmak için farklı olmaya yani rakip mesajlar arasında ayırt edilebilir olmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu sebeple iletişim kanallarının dikkat çekici bir şekilde kullanılması gerekmektedir. Film festivalleri de ekonomik, sosyal, kültürel ve turistik değerlerin büyük kitlelere ulaştırılması ve kitleler arası etkileşimin sağlanması için önemli bir halkla ilişkiler çalışmasıdır.

### 2.1.1. Film Festivallerinin Önemi

Belirlenmiş bir zaman diliminde, konunun, hedef kitlenin sayısının ve konunun belirli bir şemayla belirlendiği ve sanatsal olarak özel önemi olan kültürel, ekonomik faaliyet, bilim, dönem ve belli bir konuya yönelik olarak belirli aralıklarla düzenlenen veya tek seferlik düzenlenen etkinliklerin bütünü “festival” kavramı ile tanımlanmaktadır (Uğurlu ve Aşkan, 2018: 20). Tanımdan yola çıkarak festivaller, bir şeyi anlatmak, o şey hakkında kitlelerin fikir sahibi olmasını sağlamak için belirli bir mekanda bir araya toplandığı ve belirli bir süre etkileşimde tutulduğu organizasyonlar olarak ifade edilebilir. Amaçları ve konuları açısından farklı gruplara ayrılan, çeşitli isimlerde yapılan bu organizasyonların etkisi oldukça yüksek ve etki alanı oldukça geniştir. Bu etkiler sanatsal, kültürel veya ekonomik olarak sıralanabilir. Festivaller sayesinde ülkeler ve şehirler ulusal veya uluslararası ziyaretçilere belirli bir süre ev sahipliği yapmaktadır. Festivaller, ulusal veya uluslararası düzeyde toplulukların etkileşime girmesini sağlayarak, kültürel değerlerin korunmasını ve doğrudan/dolaylı olarak tanıtılmasını desteklemektedir. Festivallerin çeşitli yapı ve kültürel özelliklere sahip birçok ziyaretçiyi bir araya getirmesi, bu bölgeye gelen farklı yapıdaki insanların yerel halk, esnaf ve diğer katılımcılarla etkileşime geçmesine olanak tanımaktadır. Bölge insanının, farklı kültürleri tanıma ve anlama sürecine katkıda bulunan bu etkileşimler, yerel halkın aynı zamanda turizme yönelik algılarını olumlu yönde geliştirmelerine de katkı sağlamaktadır. Bu durum, bölge sakinleri ile ziyaretçiler arasında önemli sosyo- kültürel gelişmelere yol açmakla birlikte bölgedeki ziyaretçi sayısını arttırması ile turistik işletmelere, yerel halka, esnafa gelir getirisi sağlaması ve bölgede turistik sezonu uzatması yönüyle ekonomik katkı da sağlamaktadır (Türten, 2021: 222). Türten’in yaptığı incelemede en az 5 farklı şehirde film festivaline katılan belgesel film yönetmeninin görüşüne göre, festivaller düzenlendiği bölge turizm ve bölgeye ait kültürel mirasın tanıtılmasına/korunmasına, yerel halkın turiste karşı bakış açısının olumlu değişmesine, yerel halk ve ziyaretçi arasında etkileşimin oluşmasına, toplumsal düzeyde kaynaşmanın sağlanmasına önemli ölçüde etki etmektedir. Ancak festivallerin böyle bir etkisinin olması ve süreklilik sağlaması için iyi planlanması, yazılı ve görsel araçların etkin kullanılması gerekmektedir. Bu organizasyonlar kişinin toplum ve kültürel çevresi ile olan ilişkisini güçlendirir. Festivalin düzenlendiği bölgeye gelen ziyaretçiler ile yerel halkın buluşmasını sağlayan bu ortamlar, kültürel anlamda karşılıklı hoşgörü ve anlayışı sağlayacaktır. Festivaller sayesinde yerel kültürel mirasın küresel alanda tanıtımı yapılırken, bölgeye ait örf adetini hatırlanması ve gelecek nesillere aktarılması da sağlanır. Bir aktarım aracı olmasının yanı sıra kültürel değerlerin ziyareti sırasında tarih ve kültür turizminin gelişmesine de katkı sağlamaktadır. Bu durum yerel ve ulusal ekonominin gelişmesi anlamına gelecektir. Kültürel etkinliklere ve eğlenceye yönelik film festivalleri, başlangıçta kent imajını güçlendirmenin yanı sıra kentin yerel ekonomisine katkıda bulunma, sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişimine değer katabilme amacı üzerine kurulmuştur (Özen, 2023: 98). MUFF’nin kuruluş felsefesinde, bu hedefleri açıkça görmek mümkündür. Bu çerçevede festival, sadece kültürel bir etkinlik değil, aynı zamanda yerel toplulukların ekonomik büyümesine de katkıda bulunan önemli bir platform olarak öne çıkmaktadır.

Ülkelerin gelişimi yalnızca ekonomik ivmenin artması ile ilişkili değildir. Ülkenin kültürel varlıklarının ihraç ediliyor olması gelişim ile paraleldir. Kültür; ekonomik kaynaklar, turizm, sanat faaliyetleri, iletişim ve imaj gibi bütün unsurları içeren geniş bir yelpazedir. Kültürel değerlerin ekonomiye kazandırılması için yerel idarelerin, derneklerin, vakıfların, meslek odalarının ve sponsorların ya da kültürel girişimcilerin desteği gerekmektedir (Penpece, 2014: 194). Kültürel eserlerin

tanıtımının yapılması, pazarlanması ile ülke ekonomisine sağlanacak faydanın yanı sıra bu sektörde çalışan kesimin ekonomik şartlarının iyileşmesi de sağlanacaktır.

Tamamen ekonomik getiri sağlayan bir ortam olarak değerlendirildiğinde festival alanı, izleyici arayan farklı filmleri ve farklı filmleri arayan izleyicileri buluşturması açısından ekonomik açıdan doğrudan fayda getirir. Küresel alanda pazar arayışında olan farklı türdeki filmlerin ve farklı küresel film arayışında olan film dağıtıcılarının bir araya geldiği aracı bir uzamdır (Bikiç, 2018: 88). Film festivalleri yalnızca film izleyen kitleyi bir araya toplamakla kalmaz, film sanatı ile ilgilenenlere yeni ufuklar açar. Festivallere katılım sağlayan yönetmenler, yapımcılar, senaristler, oyuncular ve set çalışanları filmlerini gösterme ve tanıtma imkânı bulmakta, meslektaşlarıyla etkileşime geçip kişisel ağlarını geliştirmekte ve yeni eserleri için gerekli ortamın temelini hazırlamaktadırlar (Bikiç, 2020: 3). Film festivalleri sayesinde toplu gösterimler, tematik bölümler, paneller, atölye çalışmaları, söyleşiler, yarışmalar, sinema sohbetleri, tartışmalar ve daha birçok şey yapılmaktadır.

Sinema alanındaki ilk festival 1932 yılında Venedik'te gerçekleştirilmiştir. Daha sonra 1940'da Karlovy Vary, 1946 da Locarno, 1948 de Cannes, 1951 de Berlin Film Festivalleri başlamıştır. Türkiye'de ilk festival 1931 yılındaki Balkan Oyunları Festivali Atatürk döneminde gerçekleştirilmiştir. 1948 yılında Gazeteciler Cemiyetince 'Türk Film Festivali' yapılmıştır. Antalya Festivali ise 1956 yılında Aspendos Antik Tiyatrosu'nda Devlet Opera ve Tiyatrosu'nun gösterileriyle başlamıştır. Antalya Festivali 1964'te Antalya Altın Portakal Film Festivali haline gelmiştir (Orundaş, 1998: 40). Günümüzde bu festival Altın Portakal Film Festivali ve Aspendos Opera Bale Festivali adıyla önemli iki uluslararası festival olarak karşımıza çıkmaktadır. Film festivalleri sinemanın sürdürülebilirliğini sağlayan en önemli alanlardan biridir. Bunu sağlayan ise yaratıcı izleyici ve eleştirmeni bir araya getirmesidir. Gündemini filmlerin oluşturduğu bu birliktelik izleyici, yapımcı, yönetmen için başlı başına bir keşif alanıdır. Film festivalleri sayesinde filmlerin gösterimi ve dağıtımını yapılırken yeni yönetmenlere, yapımcılara kapılar açılır. Ulusal ya da uluslararası film festivalleri, programlarında gösterim fırsatı bulamayan, sinema tarihine geçmiş ve geçecek filmleri bulundurabilirler. Bu çıkarım film festivallerinin hem sanatsal hem de ekonomik etkisini ortaya koymaktadır.

### **2.1.2. Film Festivallerinin Kapsamı**

Festivaller toplumun her kesiminden, farklı yaş, kültür ve ilgi gruplarından bireyin katılabileceği, etkileşimde bulunabileceği ortak sosyal bir alandır. Festivaller film, kültür, yemek, müzik, sanat veya farklı bir tematik kollara ayrılabilir. Her festivalin ilgili kesimi elbette farklılık gösterecektir. Çalışmanın konusu olan film festivalleri, temelde sanatsal etkinlikler ve bu etkinlikler çerçevesinde insanların bir araya geldiği ve film gösterimleri etrafında farklı etkinliklerin (yarışma, söyleşi, sergi gibi) düzenlendiği alanlardır. Festivaller çeşitleri içinde en büyük kategoriye müzik festivalleri (klasik, rock, pop ve metal) oluşturur. Bir diğer kategoriye ise film festivalleri (kısa film, çocuk ve çevre film festivalleri) için kullanmak mümkündür. Film festivallerinin temeli sinemanın yaygınlaştığı 1930'lu ve 1940'lı yıllara dayanmaktadır. O yıllardan beri film festivalleri, sinemaseverler tarafından beğenilen filmlerin izlendiği, yorumlandığı, tartışıldığı, yarışmaların düzenlendiği, bilimsel verilerin toplandığı bir mekanın yanı sıra farklı politikaların da uygulandığı yerler olarak karşımıza çıkmaktadır (Yetkiner, 2018: 6). Özellikle uluslararası yapım şirketleri, film festivallerinde kurdukları film marketleri aracılığı ile beğendikleri filmlerin, filmin yapıldığı ülkenin dışında da bilinmesine ve yorumlanmasına katkı sağlamaktadır. Söz konusu festivallerdeki oyuncular, sanatçılar, yapımcılar ulusal anlamda düşünülen başarılı, değerli görülen filmlerin uluslararası pazarlamasını sağlayarak, ulusal filmlerin dünyanın farklı

yerlerindeki sinemaseverlere ulaşmasını ve uluslararası platformda pazarlanmasını sağlamaktadır. Bu durum film festivallerinin yalnızca bir seyir alanı olmadığına apaçık bir örneğidir.

Uzun yıllar süren ve bilinirlik kazanan festivaller, yerel ve ulusal düzeyde ülke ekonomisine önemli katkılar sunma potansiyeline sahiptir. Film festivalleri, aynı zamanda turizm etkinlikleri olarak değerlendirilebilir. Bu etkinlikler sayesinde yeni turizm alanları keşfedilir, turizm faaliyetleri desteklenir ve turizm sektöründe yerel iş imkanları ortaya çıkar. Bu süreçte çalışanlar, yeni beceriler kazanma fırsatına sahip olurlar. Şehre gelen turist sayısındaki artış, yerel ürünlerin tanıtımına katkı sağlar. Aynı zamanda, yerel ürünlerin üretimi ve farklı iş kollarında iş olanakları artar. Uluslararası festivallere farklı ülkelerden katılımın sağlanmasıyla, bu olumlu etkilerin kapsamı genişler. Ülke dışından gelen döviz, yerel ekonominin güçlenmesine ve şehirdeki yaşam standartlarının yükselmesine önemli bir katkı sağlamaktadır. Bu döviz girişi, turizm, ticaret veya uluslararası etkinlikler gibi çeşitli kaynaklardan elde edilebilir ve şehrin ekonomik çeşitliliğine olumlu bir etki yapabilir. Ayrıca, dövizin yerel para birimine dönüştürülmesi, yerel işletmeleri destekleyebilir ve şehirdeki istihdamı artırabilir. Bu şekilde, ülke dışından gelen dövizin etkisi, sadece ekonomik büyüme ile sınırlı kalmayıp aynı zamanda yerel toplumun yaşam kalitesine de olumlu bir şekilde yansımaktadır (Giritlioğlu, Olcay ve Özekici, 2015: 323). Bu durum festivallerin en önemli etkisinin ülkenin uluslararası düzeyde tanınırlığını artırması olduğunu ispatlar niteliktedir.

Türkiye'de film festivallerinin tarihine bakıldığında, festivaller ile sinema endüstrisinin önemli bir paydaşlık ilişkisi içinde olduğu görülmektedir (Erkılıç, 2021: 15). İdari ve mali olarak yerel yönetimler odağında kurumsallaşan ve özerk yapılara sahip olmayan festivallerin, uzun vadede siyasetin ve faydacılığın etkisinde kaldığını belirtmiştir. 1964'te başlayan Antalya Altın Portakal Film Festivali, 1969'da başlayan Adana Film Festivali, 1982 yılından beri düzenlenen İstanbul Film Festivali ve 1988'den itibaren Ankara Film Festivali; ulusal sinema sektörünün üretim olarak zirveye çıktığı yılların en önemli bileşenleri olarak görülmektedir. 1990'lı yıllardan itibaren festivallere ödül sistemi ekleme eğilimi güç kazanmış, asıl yapısal değişiklikler ise film festivallerinin uluslararası nitelik kazanması ile yaşanmıştır. (Aydemir, 2023: 317)

## **2.2. Türkiye'de Ulusal Film Festivalleri**

Film festivalleri ve yarışmalarının sayısı Türkiye'de sürekli olarak artış göstermektedir. Dünya genelinde finansal ve kültürel açıdan önemli film projelerine ev sahipliği yapan bu festivaller, dijitalleşme ile birlikte değişen seyir alışkanlıklarına rağmen hala büyük bir öneme sahiptir. Özellikle 2000'li yıllardan itibaren film festivallerinin sayısında gözle görülür bir artış yaşanmaktadır. (Çölaşan, 2022: 25). Bu festivaller, sadece film projelerinin gösterimine değil, aynı zamanda kültürel alışverişe ve sinema sektörünün gelişimine de katkı sağlamaktadır. Dijitalleşme çağında, film festivalleri seyircilerle sanatçıları, yapımcıları ve sektör profesyonellerini bir araya getirerek etkileşimi artırmakta ve sinema dünyasına yeni perspektifler kazandırmaktadır. Artan sayıları, sinemanın geniş bir yelpazesini kapsayacak şekilde çeşitlenen festivallerin oluşturulmasına olanak tanımaktadır. Bu durum, hem yerel hem de küresel sinema sahnelerinin zenginleşmesine katkıda bulunmaktadır.

Festivaller, ulusal kültürü küresel bir platformda tanıtmak ve ülkenin karşılaştığı sorunlara dikkat çekmek açısından kritik bir rol oynamaktadır. Festivaller uluslararası izleyici kitlesiyle buluşarak ülkeler arasında kültürel anlamda bir köprü oluşturabiliyorlar. Bu etkinlikler, aynı zamanda ülkenin sinema sanatına ve sinema sektöründeki sorunlara odaklanarak bu alanlarda farkındalık yaratmayı da amaçlar. Yeni projelere maddi destek sağlanması açısından festivaller, kritik bir öneme sahiptir. Özellikle ülke

sorunlarına odaklanan filmlerin ve bu filmlerin gösterimine eşlik eden söyleşiler, seminerler, yarışmalar ve eleştiri etkinliklerinin düzenlendiği organizasyonlar, maddi destek sağlama ve projelerin etkileşimini artırma konusunda önemli bir rol oynar. Bu tür etkinlikler, sanat ve kültür alanında yeni projelerin geliştirilmesini teşvik ederken, aynı zamanda izleyici kitlesi ve finansal destekçilerle etkileşim kurma fırsatı sunar. İlki 2009 yılında düzenlenen ‘İstanbul Kürt Film Festivali’ bu konuda örnek gösterilebilir. Kürt filmi olarak karşımıza 1926’da karşımıza çıkan ilk eser Ermenistan’da çekilen ‘Zare’ dir. Devam eden süreçte, 1933 yılında ‘Êzîdî Kürtler’ filmi ile ‘Êzîdî kadın Zînê’ nin’ hayatı, eğitimi ve Kürt alfabesi anlatılmaya çalışılmıştır. Kürt sinemasında tarihsel süreç içerisinde kadının verdiği mücadele ve köy yaşamının zorlukları gibi konuların yanı sıra aşk ve ihanet konularının da işlendiği görülmektedir. 1990 yılında Ehmedî Xanî’nin ‘Mem û Zîn’ adlı esrinden yine aynı isimle sinemaya uyarlanan eseri ile de yine benzer sorunlara değinilmiştir. Öte yandan dili Türkçe kullanarak Kürt halkının yaşamını konu alan Yılmaz Güney’in perdeye taşıdığı filmlerle, Kürt sineması bir yükseliş yaşamıştır. Sinemanın teknik imkanlarının iyileşmesinin yanı sıra Kürtlerin verdiği mücadelenin gelişimine paralel olarak Kürt sineması da gelişmeye devam etmiştir. Bu filmler ve buna benzer yüzlerce film Kürtlerin yaşadığı dört kıtanın yanı sıra Avrupa’da festivallerde izleyiciye sunulmuştur. Ulusal ve uluslararası düzeyde izleyici arayan Kürt filmleri ile film arayan Kürt izleyiciyi buluşturan bu festival, sinema ile sanatsal, kültürel, ideolojik etkileşimin ne denli güçlü olduğunu gözler önüne sermiştir. (mezopotamyajansı35.com)

**Tablo 2.** Türkiye’de Düzenlenen Ulusal Film Festivalleri

<b>Festivalin Adı</b>	<b>Festivalin Yapıldığı Şehir</b>	<b>Başlangıç Yılı</b>	<b>Bölge</b>
Dağ Filmleri Festivali	İstanbul, Ankara, Erzurum, İzmir	2006	Marmara İç Anadolu Doğu Anadolu
Sürdürülebilir Yaşam Film Festivali	Antalya, Balıkesir, Bursa, Eskişehir, İstanbul, İzmir, Kayseri, Kırklareli, Manisa, Mersin	2007	Akdeniz Marmara Ege İç Anadolu
Adalet ve Direniş Filmleri Festivali	İstanbul	2016	Marmara
Ahtamara Van Film Günleri	Van	2014	Doğu Anadolu
Akdeniz Belgesel Film Günleri	Mersin	2015	Akdeniz
Altın Baklava Film Festivali	Gaziantep	2015	Güneydoğu Anadolu
Ankara Engelsiz Filmler Festivali	İstanbul, Eskişehir, Ankara	2013	Marmara İç Anadolu
Balıkesir Sinema Günleri	Balıkesir	2006	Marmara
Bizim Filmler Festivali	İstanbul	2011	Marmara
Bursa Engelsiz Film Festivali	Bursa	2015	Marmara
Bursa Fantastik Filmler Festivali	Bursa	2016	Marmara
Bursa Kadın Filmleri Festivali	Bursa	2013	Marmara
Çalı Köy Filmleri Festivali	Bursa	2016	Marmara
D- Marin Deniz Filmleri Festivali	Muğla	2014	Ege
Documentarist İstanbul Belgesel Günleri	İstanbul	2008	Marmara
Ege Belgesel Film Günleri	İzmir	2007	Ege
Fantasturka Türk İşi Fantastik Film Festivali	Ankara	2011	İç Anadolu
Filmamed Belgesel Film Festivali	Diyarbakır	2011	Güneydoğu
Gezici Festival	Sinop, Kastamonu, Ankara	1995	Karadeniz İç Anadolu
Hangi İnsan Hakları? Festivali	İstanbul	2009	Marmara
Kocatepe Öğrenci Filmleri Festivali	Afyonkarahisar	2016	Ege
Köyceğiz Kaunos Altın Aslan Türk Filmleri Festivali	Muğla	2005	Ege
Maltepe Belediyesi Sinema Belgesel Film Şenliği	İstanbul	2016	Marmara
Manastre Kısa Film Günleri	İstanbul	2006	Marmara
Marmara İletişim Kısa Film Festivali	İstanbul	1994	Marmara
Palto Film Günleri	Eskişehir	2006	İç Anadolu
Sinema Dans Ankara-Dans Filmleri Festivali	Ankara	2014	İç Anadolu
Sinepark Kısa Tür Filmi Festivali	Ankara	2007	İç Anadolu
Uşak Kanatlı Denizati Kısa Film Festivali	Uşak	2014	Ege

### 2.3. Türkiye’de Uluslararası Film Festivalleri

Türkiye'deki film festivalleri ve yarışmalarının tarihine genel bir bakış yapıldığında, festival ve yarışmaların sayısındaki artışın, film sayıları ile bilet satışlarının artışı arasında doğrudan bir bağlantı olduğu ve bu durumun ülkede sinemacı kültürünün gelişimine olumlu katkı sağladığı gözlemlenmektedir (Arslan, 2011: 65). Festivallerin bazıları ulusal bazıları ise uluslararası olabilmektedir. Bu bağlamda festivallerin kültürel ve finansal etkileri göz ardı edilemez. Film festivalleri süresince, festivalin gerçekleştiği şehre yerli ve yabancı basından ziyaretçiler gelmektedir. Film festivallerine ziyaretçi olarak gelen basın mensupları, film festivali ile ilgili haberler hazırlamakta, bu haberlerde şehir hakkında da bilgilere de yer verebilmektedir. Basın mensupları tarafından hazırlanan bu haberlerde şehrin turistik yerlerinden, alt yapısına, şehirde yaşayan insanların kültüründen, ziyaretçilere gösterdikleri ilgi ve misafirperverliğe kadar pek çok konu bulunabilmektedir. Bu aşamada şehir yöneticileri film festivali sırasında özellikle şehre gelen basın mensupları ile itina ile ilgilenme yoluna gidebilmektedir (Bozdemir, 2019: 36). Şehrin yöneticileri, film festivali sırasında gelen basın mensuplarına özel ilgi göstererek, şehrin pozitif yönlerini vurgulamak ve ziyaretçilere olumlu bir deneyim sunmak amacıyla çeşitli önlemler alınabilir. Bu önlemler arasında basın mensuplarına rehberlik etmek, şehrin önemli noktalarını tanıtmak, özel etkinliklere davet ve genel olarak ziyaretçilere hoş bir karşılama sağlamak yer almaktadır.

Türkiye'deki film festivalleri ve yarışmalarının tarihini genel olarak değerlendirildiğinde bu etkinliklerin artışının, film sayısı ve bilet satışının artmasına bağlı olduğu görülmektedir. Türkiye'de, öncelikle yarışmaların, ardından da festivallerin organize edilmesi, hem ulusal hem de uluslararası sektörel oluşumlarla bağlantılıdır.

Festivaller, Türk sinemasının sadece ülkede değil, aynı zamanda dünya sineması sahnesinde de daha fazla görünürlük kazanmasına yardımcı olmuştur. Türkiye'deki film festivalleri ve yarışmalar, sinema sektöründeki büyüme ve değişimle birlikte ülkede ve dünya çapında sinemanın gelişimine önemli katkılarda bulunmuştur (Erkılıç, 2021: 13). Bu etkinlikler, Türk sinemasının zengin ve çeşitli bir yapıya kavuşmasına öncülük etmiş, kültürel etkileşimi artırmış ve sektöre ulusal ve uluslararası düzeyde değer katmıştır. Bu bağlamda, Türkiye'deki uzun yıllardır gerçekleştirilen, başarılı dört büyük festivalin tarihçesine kısaca göz atmak, bu gelişmelerin daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacaktır.

İlk kez 1964 yılında Antalya Altın Portakal Film Festivali adıyla düzenlenen festival, Antalya Belediye Başkanı Dr. Avni Tolunay döneminde ulusal yarışma kapsamında gerçekleştirilmiştir. 1979 ve 1980 yıllarında düzenlenemeyen festival, ilk kurulduğunda belediye tarafından organize edilirken, 1990'ların başlarına kadar Antalya Kültür ve Sanat Turizm Vakfı tarafından, sonrasında ise 1995 yılına kadar Antalya Belediyesi tarafından düzenlenmiştir. Festival, daha sonra turizm kuruluşları ve ticaret odalarından oluşan bir festival yürütme kurulu tarafından yönetilmiştir (Uğurlu ve Aşkan, 2011: 263). Kuruluş itibarıyla ulusal sinema ile güçlü bağlara sahip olan bu festival, İstanbul'daki sinemacıları Antalyalı sinemaseverlerle bir araya getirme ve sinema sektörünü destekleme ihtiyacından doğmuştur. Ancak, tarihsel süreç içinde ekonomik ve sosyo-politik atmosferden etkilenerek önemli değişimlere uğramıştır. 2005 yılında TURSAK Vakfı'nın düzenleyici olarak katılmasıyla birlikte, festival uluslararası filmleri kapsayan ayrı bir film yarışması olan Avrasya Uluslararası Film Festivali'ni

başlatmış ve böylelikle festivalin evrim geçirdiği yorumları yapılmıştır. Ancak bu değişikliklerle birlikte, festival ulusal bir film etkinliğinden ziyade küresel bir festival döngüsü içinde yer almayı amaçlayan uluslararası bir festivale doğru evrilmiştir. 2017 yılında ekonomik sebeplerle iptal edilen ve bu yıldan itibaren ‘Uluslararası Antalya Film Festivali’ olarak faaliyet gösteren organizasyonun temeli ulusaldır (Erkılıç, 2021: 13). Antalya Büyükşehir Belediye Başkanlığı’nın 2019 yerel seçimleri ile el değiştirmesi sonucu belirlenen yeni politikalarla festival yeni bir kimlik kazanmıştır. Varlığını günümüze kadar devam ettiren festivalin organizasyonunu, 1995’ten 2018’e kadar, ‘Altın Portakal Kültür ve Sanat Vakfı’(AKSAV) yürütmüştür. Ülke sinemasına maddi katkı sağlamak ve uluslararası pazara açılmasına yardımcı olmak amacıyla başlatılan Antalya Film Forum, birçok genç ve bağımsız sinemacıya destek sağlayarak Antalya’yı sinemanın en önemli ulusal endüstri merkezine dönüştürmüştür. Son yıllarda festival Antalya Büyükşehir Belediyesi’nin himayesinde ANSET (Eğitim, Kültür ve Sanatsal etkinliklerin organizasyonlarına odaklanan bir şirket) tarafından düzenlenmektedir. (antalya.bel.tr, 2020)

“Altın Koza Film Şenliği” adı altında 15-22 Mayıs 1969 tarihinde ilki gerçekleştirilen festival, 5 yıl boyunca Adana Belediye Başkanlığı tarafından gerçekleştirilmiştir. Sinemaya büyük ilginin olduğu bu yıllarda gerçekleştirilen bu festival sinema dünyasının ilgisini çekmeyi başarmıştır. Ancak 1980 yılında yaşanan darbe sebebiyle 1989 yılına kadar devlet desteği alamayan festival, 90’lı yıllarda Adana Belediyesi Başkanı Selahattin Çolak’ın yaptığı atılımla 14-25 Eylül 1992 tarihinde gerçekleştirilir. (altinkoza.org.tr, 2023) ‘Altın Koza Kültür ve Sanat Festivali’ adı ile gerçekleştirilen 1998 yılında yaşanan deprem ve bu durumun sebep olduğu bütçe sıkıntısı (Festival bütçesi depremlere aktarılmıştır.), festivalin iptal edilmesine neden olmuştur. 1999 tarihinden itibaren yeniden düzenli olarak yapılmaya başlanan festival, ulusal yarışmaların yanı sıra, öğrenci filmleri, Akdeniz Kısa ve Belgesel yarışması ayrıca dünya sinemasından da örnekler barındıran geniş yelpaze ile devam etmiştir (Erkılıç, 2021:15).

İstanbul Film Festivali ise 1982 yılında ‘Sanatlar ve Sinema’ temalı altı filmin gösterildiği program ‘festival haftası’ olarak gerçekleştirilmiştir. 1983 yılında 36 filmin gösterildiği, bir aya devam eden program ‘Uluslararası İstanbul Sinema Günleri’, 1984 de ise ‘Sinema Günleri’ adı altında yapılmıştır. Uluslararası Film Yapımcıları Dernekleri Federasyonu (FIAPF) tarafından, 1989 yılı başında, ‘özel konulu, yarışmalı festival’ kategorisinde tanınarak dünyanın önde gelen festivalleri arasına girmiş, böylece “Uluslararası İstanbul Film Festivali” adını almıştır. 2006 yılında başlatılan ‘köprüde buluşmalar’ platformu ile Avrupa’dan ve Türkiye’den yapımcı, yönetmen, senarist ve kurum temsilcilerini bir araya gelmesiyle ortak yapımlar için zemin hazırlamak amaçlanmıştır. Bu ve benzeri kategori ve platformlarla festivalin uluslararası etkisi artarak devam etmiştir. Festival kapsamında düzenlenen Uluslararası Altın Lale Yarışması, sanat ve edebiyat uyarlamalarını içeren geniş bir program sunmaktadır. Festivalin içeriği, ulusal yarışma, kısa film ve belgesel yarışmaları, dünya sinemasından örnekler, retrospektifler ve destek programları gibi çeşitli unsurları içermektedir. İstanbul Film Festivali, Türk sinemasını uluslararası alanda tanıtmayı ve kaliteli yapımların ülkede ticari gösterime girmesine aracılık etmeyi amaçlamaktadır. Aynı zamanda, Eurimages gibi uluslararası kurum ve kuruluşlarla Türk sinema endüstrisinin tanışmasına öncülük etmektedir. (film.iksv.org, 2023)

İlk kez 1988 yılında Ankara Film Şenliği adıyla gerçekleştirilen Ankara Film Festivali, 1991 yılında öncelikle Körfez Savaşı ve diğer nedenlerle yapılamamıştır. 1991 yılından sonra Mahmut Tali Öngören ve Aziz Nesin’in katkılarıyla Dünya Kitle İletişimi Araştırma Vakfı kurulmuş, festival 1992 yılında uluslararası olarak bu vakıf tarafından organize edilmiştir. 1991 yılında öncelikle 2. Körfez

Savaşı ve diğer nedenlerle sekteye uğrayan festival o yıl, şenliğin kurumsal temellerinin atılmasıyla sonuçlanmış; Mahmut Tali Öngören'in çabalarıyla Dünya Kitle İletişimi Araştırma Vakfı 11 Ocak 1991 tarihinde kurulmuştur. Vakfın etkinlikleri kapsamına alınan şenlikse, 1992 yılında 4. Ankara Uluslararası Film Festivali olarak zengin bir programla izleyici karşısına çıkar. Festivalin ve vakfın kurucusu olan Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi Mahmut Tali Öngören, 1999 da vefat etmesi üzerine 2000 yılından itibaren “Mahmut Tali Öngören Özel Ödülü” ile onurlandırılmıştır. 2004 yılında bir kez daha aksayan festival günümüze kadar uluslararası olarak düzenlenmeye devam etmiştir. Öncelikle hedefi Türk sinemasını geliştirmek olan festivalde bu kapsamda, uzun, kısa belgeseller; uzun, kısa metraj filmler; deneysel, animasyon olmak üzere sayısız yerli/yabancı yapım izleyici ile buluşturulmuş ve kalifiye jüriyle değerlendirilmiştir. (filmfestankara.org.tr)

**Tablo 3.** Türkiye’de Düzenlenen Uluslararası Film Festivalleri

<b>Festival Adı</b>	<b>Festivalin Yapıldığı Şehir</b>	<b>Başlangıç Yılı</b>	<b>Bölge</b>
! F İstanbul Bağımsız Filmler Festivali	Ankara, İzmir, İstanbul	2004	İç Anadolu Marmara Ege
Adana Altın Koza Film Festivali	Adana	1969	Akdeniz
Alanya Kristal Kale Film Festivali	Antalya	2016	Akdeniz
Altın Çınar Film Festivali	Kayseri	2012	İç Anadolu
Altın Safran Belgesel Film Festivali	Karabük	2000	Karadeniz
Ankara Film Festivali	Ankara	1988	İç Anadolu
Antalya Altın Portakal Film Festivali	Antalya	1964	Akdeniz
Barikat Film Festivali	İstanbul	2010	Marmara
Boğaziçi Film Festivali	İstanbul	2013	Marmara
Bursa Film Festivali	Bursa	1987	Marmara
Contaca Öğrenci Filmleri Festivali	İzmir	2014	Ege
Çayda Çıra Film ve Sanat Festivali	Elazığ	2008	Doğu Anadolu
Edirne Film Festivali	Edirne	2015	Marmara
Eskişehir Film Festivali	Eskişehir	1998	İç Anadolu
Gençlik Filmleri Festivali	İzmir	2010	Ege
Gençlik Filmleri Festivali	İstanbul	2010	Marmara
Gezici Filmmor Kadın Filmleri Festivali	İstanbul	2002	Marmara
Göbeklitepe Film Festivali	Urfa	2022	Güneydoğu Anadolu
İnsan Hakları Belgesel Film Günleri	İzmir	2009	Ege
İstanbul Film Festivali	İstanbul	1982	Marmara
İstanbul Mimarlık ve Kent Filmleri Festivali	İstanbul		Marmara
İstanbul Turizm Filmleri Festivali	İstanbul	2015	Marmara
İşçi Filmleri Festivali	İstanbul, Ankara	2006	Marmara İç Anadolu
Kar Film Festivali	Erzurum	2005	Doğu Anadolu
Malatya Film Festivali	Malatya	2010	Doğu Anadolu
Randevu İstanbul Film Festivali	İstanbul	1999	Marmara

Suç ve Ceza Film Festivali	İstanbul	2011	Marmara
Uçan Süpürge Kadın Filmleri Festivali	Ankara	1998	İç Anadolu
Van Gölü Film Festivali	Van	2012	Doğu Anadolu



## 2.4. Dünden Bugüne Malatya’da Film Festivali Olgusu

Yukarıda verilen tablolardan da anlaşılacağı üzere ülkemizde ulusal ve uluslararası birçok film festivali düzenlenmektedir. Ancak bu festivallerin büyük bir kısmının bilinirliği oldukça düşüktür. Festivallerin devamlılık göstermesi için bilinirliklerinin artırılması, bunun içinde halkla ilişkiler faaliyetlerini iyi yürütmesi gerekmektedir. Doğru Anadolu’daki büyükşehirlerden bir tanesi olan Malatya, 2000’li yıllardan itibaren önemli kültürel ve sanatsal faaliyetlerin yürütüldüğü bir il olma özelliği taşımaktadır. Gerek İnönü Üniversitesi’nin 2008’den itibaren uygulamaya koyduğu İnönü Kısa Film Yarışması<sup>2</sup> gerekse Malatya Büyükşehir Belediyesi ile Malatya Valiliği’nin öncülüğünde düzenlenen ve onuncusu 2021’de yapılan Uluslararası Malatya Film Festivali, Malatya ili için son derece önemli iki festival olarak anılmaktadır. Çalışma kapsamında Uluslararası Malatya Film Festivali değerlendirildiği için bu bölümden itibaren birinci festivalden son festivale kadar geçen süreçle ilgili bilgiler yer alması gerekmektedir.

### 2.4.1. Birinci Malatya Uluslararası Film Festivali

Birinci Malatya Uluslararası Film Festivali, Malatya Valiliği ve Malatya Kayısı Araştırma-Geliştirme ve Tanıtma Vakfı tarafından 26 Kasım- 2 Aralık 2010 tarihleri arasında düzenlenmiştir.

Malatya Belediye Başkanı, Malatya Sanayi ve Ticaret Odası Başkanı, Kültür- Turizm Bakanı Ertuğrul Günay ve Malatya Valisi’nin de katıldığı organizasyonda, Doç. Dr. Ulvi Saran, Festival Onursal Başkanı olarak yer almıştır. Belirlenen dallarda katılımcılara festivale katılan filmlere farklı ödüller verilmiştir. Festival Ödül Töreni 2 Aralık gecesi gerçekleştirilmiştir. Festival Ödül Töreni’nde, birçok yerli ve yabancı davetli, basın mensubu, sanatçı ve yönetmen yer almıştır. Bir hafta süren festival boyunca yerli ve yabancı birçok filmin değerlendirmesi yapılmıştır.

**Tablo 4.** Birinci Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları

En İyi Film	Görünmez kadın
En İyi Senaryo	Optik
En İyi Yönetmen	Filippos Tsitos
Jüri Özel Ödülü	Bekleme Müziği

### 2.4.2. İkinci Malatya Uluslararası Film Festivali

Malatya Araştırma Geliştirme ve Tanıtma Vakfı tarafından 18-24 Kasım 2011’de düzenlenen festivalde 40’a yakın ülkeden toplam 120 uzun ve kısa film gösterilmiştir. Ana teması ‘Göç’ olan festival kapsamında, film gösterimlerinin yanı sıra söyleşiler, sempozyumlar ve sinema atölyeleri düzenlenmiştir. Festivalde bulunanlar, filmlerin gösteriminden sonra yönetmenler ve oyuncular ile görüşme fırsatı yakalamıştır.

Malatya Kongre ve Kültür Merkezi Kemal Sunal Salonu’nda yapılan festival, A Haber televizyonu tarafından canlı yayınlanmıştır. Düzenlenen organizasyona birçok oyuncu, yönetmenin yanı sıra Malatya Valisi ve Festival Onursal Başkanı Doç. Dr. Ulvi Saran, Malatya Belediye Başkanı Ahmet Çakır, Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü Daire Başkanı Sare Doğan katılım sağlamıştır.

<sup>2</sup> Bu yarışma 2008’den sonra Kısa Film Festivali olarak ulusal düzeyde yürütülmüş, 6. Kısa Film Festivali ile beraber yarışma uluslararası hüviyete kavuşmuştur.

**Tablo 5.** İkinci Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları

En İyi Film	Gelecek Uzun Sürer
En İyi Senaryo	Saklı Hayatlar
En İyi Yönetmen	Özcan Alper
Jüri Özel Ödülü	Mar

### 2.4.3. Üçüncü Malatya Uluslararası Film Festivali

Organizasyon Malatya Valiliği'nin koordinasyonunda, Malatya Kayısı Araştırma-Geliştirme ve Tanıtma Vakfı tarafından; T.C. Kültür Bakanlığı, Başbakanlık Tanıtma Fonu, Malatya Belediyesi ve İnönü Üniversitesi'nin destekleri ve Manas Evleri'nin ana sponsorluğunda 2012 yılında gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 6.** Üçüncü Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları

En İyi Film	Tepenin Ardı
En İyi Senaryo	Emin Alper (Tepenin Ardı)
En İyi Yönetmen	Reis Çelik (Lal Gece)
Jüri Özel Ödülü	Ferah Feza

### 2.4.4. Dördüncü Malatya Uluslararası Film Festivali

Organizasyon Malatya Valiliği'nin koordinasyonunda, Malatya Kayısı Araştırma-Geliştirme ve Tanıtma Vakfı tarafından ve Barya Akademi Yakup Öztürk Sinema Kulübü'nün Ana Sponsorluğunda, TC. Kültür Bakanlığı, Malatya Belediyesi, İnönü Üniversitesi, TC. Malatya Sanayi ve Ticaret Borsası ve Fırat Kalkınma Ajansının destekleriyle 15-21 Kasım 2013'de gerçekleştirilmiştir.

Festivalin ödül töreni, A Haber kanalında eşzamanlı olarak yayınlanmıştır. Festival, ünlü sunucu Korhan Abay ve oyuncu Çiğdem Tunç'un sunumu ile Malatya Kongre ve Kültür Merkezi Kemal Sunal Salonu'nda gerçekleştirilmiştir. Malatya Valisi ve Festival Onursal Başkanı Sayın Vasip Şahin'in konuşması ile başlayan geceye ulusal ve uluslararası jüri üyeleri, Kemal Sunal'ın değerli eşi Gül Sunal ve oğlu Ali Sunal, Hababam Sınıfı öğrencileri katılmıştır.

**Tablo 7.** Dördüncü Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları

En İyi Film	Yozgat Blues
En İyi Senaryo	Lusin Dink (Sarayon Ülkesi)
En İyi Yönetmen	Mahmut Fazıl Coşkun (Yozgat Blues)
Jüri Özel Ödülü	Eve Dönüş Sarıkamış 1915

### 2.4.5. Beşinci Malatya Uluslararası Film Festivali

Festival, Malatya Valiliği'nin koordinasyonunda, Malatya Büyükşehir Belediyesi'nin ana sponsorluğunda, Malatya Kayısı Araştırma-Geliştirme ve Tanıtma Vakfı tarafından, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Başbakanlık Tanıtma Fonu, Battalgazi Belediyesi, Yeşilyurt Belediyesi ve İnönü Üniversitesi'nin destekleri ile düzenlenmiştir

(muff.gov.tr, 2023). MUFF web sitesinde yer alan bilgiye göre 21-27 Kasım 2014 tarihinde düzenlenen organizasyonda onur konuğu olarak Nastassja Kinski yer almıştır. Dünyaca ünlü tasarımcılardan Erol Albayrak'ın son koleksiyonundan bir balo elbisesiyle katılmıştır. Malatya Kongre ve Kültür Merkezi'nde düzenlenen Ödül Töreni'ne Malatya Valisi ve Festival Onursal Başkanı Süleyman Kamçı, Sinema Genel Müdürlüğü Genel Müdür Yardımcısı Ali Atlıhan, Malatya Büyükşehir Belediye Başkanı Ahmet Çakır'ın yanı sıra pek çok oyuncu ve yönetmen katılmıştır.

**Tablo 8.** Beşinci Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları

En İyi Film	Tuz Ruhü
En İyi Senaryo	Annemin Şarkısı
En İyi Yönetmen	Nesimi Yetik (Toz Ruhü)
Jüri Özel Ödülü	Zübeyde Rohani (Annemin Şarkısı)

#### 2.4.6. Altıncı Malatya Uluslararası Film Festivali

6-12 Kasım 2015 tarihinde Malatya valiliğinin koordinasyonunda düzenlenen festival, hafta boyunca ulusal ve uluslararası ödüllü filmler, belgeseller, çocuk filmleri, kısa filmler, engelliler için sesli betimlemeli filmlerin gösterimi, söyleşiler, imza günleri, atölye çalışmaları, sinema dersleri ve yarışmalar ile devam etmiştir. Festivalde, 40'a yakın ülkeden 140' a yakın filmin gösterimi yapılmıştır. DoubleTree Hilton'da düzenlenen Ödül Töreni'ne Malatya Valisi ve Festival Onursal Başkanı Süleyman Kamçı ve Malatya Büyükşehir Belediye Başkanı Ahmet Çakır'ın yanı sıra yine pek çok ünlü oyuncu, yönetmen ve yapımcı katılmıştır.

**Tablo 9.** Altıncı Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları

En İyi Film	Kar Korsanları
En İyi Senaryo	Mehmet Kala (Eksik) Şeref Nokta (Eksik)
En İyi Yönetmen	Emin Alper (Abluka)
Jüri Özel Ödülü	Çağl Nurhak Aydoğdu (Yarım) Soner Erzincan (Yeni Dünya)

#### 2.4.7. Yedinci Malatya Uluslararası Film Festivali

4-10 Kasım 2016 tarihinde gerçekleştirilmesi planlanan festival iptal edilmiştir. Bir sene ara ile 9-16 Kasım 2017 tarihinde, Malatya Büyükşehir Belediye Başkanı Ahmet Çakır ve Festival Direktörü Suat Köçer'in ev sahipliğinde düzenlenen festival, Malatya Büyükşehir Belediyesi Nikah Sarayı'nda, Ceyda Düvenci ve Bülent Şakrak'ın sunumuyla gerçekleştirilmiştir.

Festivale katılan Kırgızistan'nın Ankara Büyükelçisi İbragim Dzhunusov'da yaptığı konuşmada Türkiye ve Kırgızistan arasındaki kültürel ve sinemasal benzerlikten bahsetmiştir. İran sinemasının güçlü kadın yönetmeni Rahkshan Bani Etemad, Onur Ödülü almıştır.

**Tablo 10.** Yedinci Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları

En İyi Film	Daha
En İyi Senaryo	Sarı Sıcak (Fikret Reyhan)
En İyi Yönetmen	Sarı Sıcak (Fikret Reyhan)
Jüri Özel Ödülü	Eksi Bir (Yasemin Küçükçavdar)

#### 2.4.8. Sekizinci Malatya Uluslararası Film Festivali

9-15 Kasım 2018 tarihinde Malatya Büyükşehir Belediyesi Nikah Sarayı'nda gerçekleştirilen organizasyonun sunuculuğunu ünlü seslendirme sanatçısı ve sunucu Yekta Kopan yapmıştır. Türkiye'nin ve dünyanın farklı yerlerinden sinema severleri, yapımcıları, sanatçıları bir araya getiren organizasyonda, yerli ve yabancı 100'den fazla film gösterimi yapılmıştır.

Organizasyonun direktörlüğünü yine sinema yazarı Suat Koçer üstlenmiştir. Organizasyon incelendiğinde, yerel unsurlara dikkat çekildiği görülmüştür.

**Tablo 11.** Sekizinci Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları

En İyi Film	Anons
En İyi Senaryo	Aydede (Abdurrahman Öner)
En İyi Yönetmen	Halef (Murat Düzgünoğlu) Anons (Mahmut Fazıl Coşkun)
Jüri Özel Ödülü	Güvercin

#### 2.4.9. Dokuzuncu Malatya Uluslararası Film Festivali

Malatya Büyükşehir Belediyesi ve Malatya Valiliğinin ortak çalışmasıyla düzenlenen ve amaçlarından çoğunu gerçekleştirdiği görülen festival 15-19 Kasım 2019 tarihinde birçok aksiliğe rağmen gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 12.** Dokuzuncu Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları

En İyi Film	Küçük Şeyler
En İyi Senaryo	Kapan (Seyid Çolak)
En İyi Yönetmen	Omar ve Biz (Mehmet Bahadır Er)
Jüri Özel Ödülü	Dilsiz

#### 2.4.10. Onuncu Malatya Uluslararası Film Festivali

2020 yılında düzenlenmesi planlanan festival iptalinin ardından 10-14 Aralık 2021 yılda düzenlenmiştir. Gerçekleştirilen festivalin teması, birçok medeniyete ev sahipliği yapan, MS 5.-6. yy.'ları arasında Roma köyü olarak daha sonra ise Bizans mezarlığı olarak kullanılan 'Arslantepe'(Höyük) olarak belirlenmiştir. Düzenlenen yarışmaları kazananlara verilen ödülün yanı sıra 'Arslantepe Kral Tarhunza Ödülü' de verilmiştir.

İstanbul'da gerçekleştirilen tanıtım toplantısına, Malatya Büyükşehir Belediye Başkanı Selahattin Gürkan, Kültür ve Turizm İl Müdürü Çetin Şişman, Malatyalı oyuncu Oktay Kaynarca, festivalin direktörlüğünü yapan Haydar Işık ve basın mensupları katılmıştır. Sunuculuğunu Özlem Yıldız'ın yaptığı toplantı öncesinde Malatya'nın ve festivalin tanıtımının yapıldığı sinevizyon gösterimi izlenmiştir.

**Tablo 13.** Onuncu Malatya Uluslararası Film Festivali Sonuçları

En İyi Film	Çatlak
En İyi Senaryo	Çatlak (Fikret Reyhan)
En İyi Yönetmen	İki Şafak Arasında (Selman Nacar)
Jüri Özel Ödülü	İki Şafak Arasında

Malatya Uluslararası Film Festivali resmi internet sitesinden elde edilen bu verilerden de anlaşılacağı üzere, MUFF başladığı tarihten bugüne, 2010-2019 yıllarında aralıksız Devam etmiştir. 2020 yılda Malatya Uluslararası Film Festivali, yönetimin ‘En İyi Erkek Oyuncu’ ve ‘En İyi Kadın Oyuncu’ ayrımı yapılmaksızın ‘Cinsiyetsiz Ödül’ kategorisi ile ödül vereceğini açıklaması üzerine tepki almıştır. O yıl pandeminin de etkisi olduğu söylenerek Malatya Belediyesi tarafından yapılan açıklama ile Onuncu MUFF’un iptal edildiği duyurulmuştur. Yapılan açıklamada Türk toplumunun manevi değerlerine ters düşen ‘Cinsiyetsiz Ödül’ açıklamasının asılsız olduğuna ve küresel alanda etkilerini devam ettiren pandeminin etkisine vurgu yapılmıştır. Bir sene sonra, 2021 yılında düzenlenen festival MUFF’un sonuncusu olmuştur. Pandemi etkisi ve maddi yetersizliklerle sekteye uğrayan organizasyon devamlılık sağlayamamıştır.

### 3. HALKLA İLİŞKİLER VE FİLM FESTİVALLERİ

#### 3.1. Halkla İlişkiler ve Sinema

Türkiye'de sinemanın geçmişi Osmanlı İmparatorluğu dönemlerine kadar uzanmaktadır. Başlangıç tarihi tam olarak bilinmese de Anadolu'ya sinemanın gelişinin II. Abdülhamit döneminde gerçekleştiği varsayılmaktadır. İlk toplu film gösterimi ise 1896-1897 yılları arasında Sigmund Weinberg tarafından İstanbul'da gerçekleştirilmiştir. İlk toplu gösterilen film ise Lumière Kardeşler yapımı Bir Trenin La Ciotat Garı'na Gelişi filmi olmuştur. Bu tarihten, 14 Kasım 1914 yılına kadar da özellikle Lumière Kardeşler' in yaptığı filmler başta olmak üzere yabancı yapım filmler gösterilmiştir (Odabaş, 2006: 13). Bu gelişmeler Türkiye'nin de çok eski yıllardan beri sinema ile bir ilişki içinde olduğunu gösterir. Sinemada batıdaki bu gelişmelerin Osmanlı'da (Türkiye) yakından takip edilmesinde özellikle İstanbul'da ki azınlıkların büyük rolü vardır. Çünkü güzel sanatlarda (resim, heykel, tiyatro...) azınlık etkisi belirgindir. Türk sinemasında nüfus mübadelesi sonrasında İstanbul'da kalan Ermeni ve Rum asıllı tiyatro sanatçılarının Türk sinemasının kuruluş ve gelişim aşamalarında etkin rol oynadığı bilinmektedir.

Ermeniler, Türk tiyatrosunun gelişmesine katkıda buldukları gibi, ilk dönem sinema filmlerine de oyuncu olarak katkıda bulunmuşlardır. Türk sinemasının ilk konulu filmlerinde, tiyatro deneyimi olan Ermeni oyuncular rol almışlardır (Balci, 2023: 15). Müslüman kadınların yasak olması sebebiyle oyunculuk yapmaması Türk sinemasında Ermeni ve Rum etkisinin belirginleşmesine etki etmiştir. Türk sinemasında birçok filmde yer alan Adile Naşit bu duruma bir örnektir.

Rumlar, 19. yüzyılın ortalarından itibaren fotoğrafçılık alanında aktif bir şekilde faaliyet göstermiş ve çeşitli çalışmalar gerçekleştirmişlerdir (Lüleci ve Nas, 2020:11). Bu dönemde azınlıkların tiyatro ve fotoğrafçılık alanındaki başarıları Türk sinemasına kaynak oluşturmuştur. Türk sinemasının ilk yıllarında gayrimüslimler, 'kötü kadın' ve 'mürebbiye' rollerinde görülmüşlerdir. Cumhuriyetten sonra gayrimüslimler sevecen anne (Adile Naşit), merhametli komşu, babacan doktor (Nubar Terziyan) rollerinde oynayıp halkın sevgi ve saygısını kazanmayı başarmıştır. Bu filmlere örnek olarak Ahmet Fehim'in 1919 yapımı Mürebbiye filmi, Muhsin Ertuğrul'un 1933 yapımı Cici Berber ve 1938 yapımı Aynaroz Kadısı filmlerini, Faruk Keleş'in 1939 yapımı Yılmaz Ali filmi, Aydın Arakon'un 1949 yapımı Türk Sinemasında Azınlıklar 7 Efsuncu Baba filmi ve Orhan M. Arıburnu'nun 1951 yapımı Sürgün filmi verebiliriz (Yaşartürk, 2012: 30).

Cumhuriyetin getirdiği çağdaşlaşma ve yenilik rüzgarı ile Türk sinemasında olumlu gelişmeler yaşanmıştır; kısıtlı imkanlara rağmen başarılı filmler çekilmiştir. 1939-1945 arasında kalan İkinci Dünya Savaşı yıllarında ise bazı filmler olumsuz etkilenirken bazı filmler izleyici tarafında ilgi görmeye başlamıştır. Bu dönemde her ne kadar sorunlar yaşansa dahi bu ilgi film üretimi, dağıtım ve gösterimini ekonomik olarak olumlu etkilemiştir. Yine bu dönemde filme yatırım yapanların artması ile sinema sektörü büyümeye devam etmiştir. Kemal Film, İpek Film ve Lale Film gibi yerli yapımcıların geri dönmesiyle birlikte yabancı gişe gelirlerinden ziyade yerli sinema kendi kendini finanse etmeye devam etmiştir. Bu bağlamda film üretiminin artmasına paralel olarak film salonlarının sayısında artış yaşanmış, televizyon ve videonun bilinmediği bu dönemde sinema altın çağını yaşamıştır. 1967 yılına gelindiğinde renkli filme geçişle yapım maliyetlerinin artması ve 1968'de yayına başlayan televizyonun yaygınlaşması ile sinema artık 'ucuz bir eğlence aracı' olmaktan çıkmıştır. Bu durum yapımcıları 'ne yaparsak onu izlerler' düşüncesinden çıkmaya itmiştir (Arslan, 2011: 21). Yapımcılar, seyircilerin

ilgisini çekmek ve rekabet avantajı elde etmek adına daha nitelikli ve özgün yapımlar yapma ihtiyacı duymuşlardır.

1950'li yıllarda kurulan bölge işletmeciliği, 1960'larda artık tamamen yerli film üretiminde üretim tarzını değiştirmiştir. Türk sinemasındaki üretim şeklini elinde bulunduran bölge işletmeciliği, yapımcıya bölgede ne tür filmlerin ilgi göreceğini aktarıp filmlerin çekilebilmesi için finansal destek vermektedir. Bölge işletmeciliği, gelecek dönemde çekilecek filmlerin sayısının ve niteliğinin belirlenmesine yardımcı olur. Seyircilerin tepkilerini doğrudan yapımcıya ileterek, yapılan filmleri garanti altına alan bu sistem, bölge işletmeciliğinin yapımcılar, işletmeciler ve sinema sektörü üzerinde ideolojik ve finansal üstünlük kurmasına sebep olmuştur. Amerikan stüdyo sisteminin farklı bir versiyonu olan sistemin en büyük olumsuzluğu farklı film yapmak isteyen yönetmen ve yapımcıların desteklenmemesi olarak gösterilebilir. Renkli filme geçişin, televizyonun yaygınlaşmasının bu sistem ile çakıştığı dönemde sinemanın en sarsıcı ve bunalımlı yıllarını yaşadığı söylenebilir (Erkılıç, 2003: 111). Bu değişimler sinema sektörünü olumsuz etkileyerek endüstrideki işsizliği de arttırmış. Renkli filmin maliyetinin yüksek olmasıyla beraber yapım şirketleri, yöneticiler yapım kaynağı bulmak konusunda zorlanmaya başlamış, bu durum ise film sayısını ve salon sayısını düşürmüştür.

1980 darbesi ardından gelen dönemde, siyasal alanda yaşanan değişikliklerin etkisi ile toplumsal, ekonomik ve kültürel alanda birçok değişiklik meydana gelmiştir. Ekonomik bunalımın artması her alanda olduğu gibi sinema sektöründe de etkisini göstermiştir. Bu dönemde bölge işletmeciliğinin de finansal sorun yaşaması ile yapımcılık anlayışının değişmesi ve artan giderlerle sinema finansal sorunlar yaşamaya başlamıştır. Bu değişimlerin etkisi ile 1990'lı yılların başında da yaşanan siyasal, kültürel değişimler ve Amerikan film şirketlerinin Türkiye'de faaliyete geçmesi sinema da ve film yapım sürecinde birçok değişimi beraberinde getirmiştir. 1990'nın mart ayında Türkiye, Kültür Bakanlığı üzerinden Avrupa sinemasının ürünlerinin ortak yapımını, dağıtımını ve gösterimini desteklemek, sinema profesyonelleri arasında iş birliğini teşvik etmek üzere Avrupa Konseyi tarafından 1989 yılında oluşturulan bir fon olan Eurimages'e üye olmuştur. Bu fondan ortak yapım projelere, sinema salonlarına ve dağıtımcılara destek için bir miktar yardım alınmıştır. Bu sayede devlet sinemaya ilk defa destek olmuştur. Toparlayacak olursak, bölge işletmeciliği sisteminin sonlanması, televizyonun yaygınlaşması, yerli filmin seyirci kaybetmesi, Hollywood filmlerinin rekabeti ve dağıtım sürecinin Amerika tekelinde olması gibi olumsuzluklarla film yapımı oldukça zorlaşmış, sayısı azalmıştır. Tamamlansa dahi gösterilecek salon ve seyirci sıkıntısı yaşanmıştır (Bikiç, 2019: 94).

Günümüzde Türkiye sineması, ulusal ve uluslararası birçok yapım şirketinin faaliyet gösterdiği, yılda ortalama 100 film üretilen dinamik bir sinema pazarına ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye, 2016 verilerine göre Avrupa ülkeleri arasında yerli yapım film üretiminde sekizinci sırayı almıştır. Aynı verilere göre seyirci sayısı bakımından yedinci, hasılat bakımından ise sekizinci sırada bulunmaktadır. Türkiye sineması ayrıca Avrupa genelinde en çok sinema salonu ve perdesine sahip yedinci ülke konumundadır. Bu durum, Türkiye'nin sinema endüstrisinin büyüklüğü ve çeşitliliği açısından önemli bir konuma sahip olduğunu göstermektedir (Tomur, Kol ve Bilaçlı, 2016: 46). Avrupa'da en çok sinema salonu ve perdesine sahip olması, Türkiye'nin sinema kültürünün geniş bir coğrafyada yayıldığını göstermektedir. Bu durum, Türkiye'nin film endüstrisinin uluslararası alanda rekabetçi ve etkili bir konumda olduğunu ortaya koymaktadır.

Sinema, heykel, resim, opera, bale gibi üst kültüre hitap eden sanat dallarından farklı olarak toplumun her kesiminin ilgisini çeken ve her kesimin kolayca ulaşabileceği bir sanat dalıdır. Özellikle yazlık sinemalar vasıtasıyla ülkenin en uçra yerlerine bile ulaşmış olması, bu sanat dalını toplumları

etkileyen, yönlendiren ve harekete geçiren bir enstrümana dönüştürmüştür. Bu sebeple hem sermaye tarafından bir reklam kanalı olarak kullanılması hem de fikinsel manada topluma bazı düşünceleri empoze edilmesi için kullanılan geniş bir alandır. Türkiye’de reklam, sponsorluk ve promosyon faaliyetlerinin yürütüldüğü bir ortam olarak sinema reklamcılığı, gelişmesini sürdüren bir alandır. Özellikle 2000’li yıllardan sonra Türk Sinema sektöründe gerçekleşen yapım, dağıtım ve gösterim süreçlerindeki gelişmeler, seyirci sayısını olumlu bir şekilde etkilemiştir. Bu dönemdeki artış, sinema salonlarını reklam mesajlarının iletildiği bir ortam olarak daha fazla tercih edilen bir mecra haline getirmiştir. Bu durum, reklam verenlerin seyirci kitlesine daha etkili bir şekilde ulaşabilmesi açısından önemli bir sonuç doğurmuştur. (Arslan, 2011: 13). İzleyici kitlenin televizyon, radyo, internet gibi mecralarda verilen reklamlardan kaçınması nedeniyle reklam verenler sinemada, film içerisinde ürün yerleştirme yöntemini kullanarak tanıtımını yapmak istedikleri ürünleri izleyiciye fark ettirmeden sunmaktadır. Bunun yanı sıra sinema salonları, localar ve gişeler ürün reklam afişleri ile donatılarak bu yönde kullanılmaktadır. Özellikle uluslararası film festivallerine katılan sanatçılar gittikleri ülkenin kültürünü, doğal ve tarihi güzelliklerini görüp bunları ülkelerinde tanıtarak gönüllü turizm elçiliği de yapmaktadırlar. Bu durum ülkelerin tanıtımı için ucuz ve etkin bir yöntemdir. Sonuç olarak, Türk Sinema sektöründeki gelişmeler, seyirci sayısındaki artışla birlikte sinema salonlarını reklam verenler için önemli bir mecra haline getirmiştir. Bu dinamik etkileşim, sektördeki paydaşlar arasında daha sağlam ve kazançlı ilişkilerin kurulmasına olanak tanımaktadır.

Halkla İlişkiler kavramı, Avukat Dorman Eaton tarafından ilk kez 1882’de "kamunun yararına bağlantılar" anlamında kullanılmıştır. Kitle iletişim araçlarının, özellikle gazete, radyo, televizyon gibi gelişmesi ve yaygınlaşması, ilişkiler etkinliklerine geniş olanaklar sunmuştur. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri’nde, 19. yüzyılın sonlarına doğru halkla ilişkiler alanında hızlı bir gelişim gözlenmiştir (Güven, 2013: 38). Bu dönemde, halkla ilişkilerin kurumsal sorumluluk, sürdürülebilirlik ve toplumsal konularda aktif rol oynama gibi yönleri ön plana çıkmaktadır. Bu gelişmeler, halkla ilişkilerin kurumsal dünyada ve toplumsal alanda giderek daha önemli bir rol oynamasına neden olmaktadır. Bugün, PR, kuruluşların itibar yönetimi, kriz iletişimi, medya ilişkileri ve diğer iletişim stratejilerinde önemli bir bileşen olarak kabul edilmektedir.

1962 yılında yürütülen Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırması Projesi (MEHTAP) kapsamında, halkla ilişkilere vurgu yapılmış ve devlet kuruluşlarının her kademesinde karar alınması süreçlerinde halkın görüşlerine başvurulmasının zorunlu olduğu kabul edilmiştir. Bu proje, kamu politikalarının oluşturulmasında halkın etkin katılımının gerekliliğini vurgulayarak, halkla ilişkilerin devlet yönetimi mekanizmalarına entegre edilmesi gerektiği görüşünü benimsemiştir (Kalender, 2013: 16). Bu karar, hem kamu hem de özel sektör kuruluşlarının, halkla iletişimlerini güçlendirmek amacıyla yeni departmanlar eklemelerini zorunlu kılmıştır. Halkla ilişkiler birimleri, özel şirketlerden vakıflara, genel kurumlardan belediyelere kadar, bu tezin kapsamına giren kurumlar arasında bilinirliklerini artırmak ve farkındalık yaratmak amacıyla uzun, kısa veya belgesel film festivalleri düzenlemektedir.

Türkiye’de halkla ilişkilerin yeni bir uzmanlık dalı olarak hızla gelişmesine ve ilginin artmasına rağmen işletmelerin birçoğunda halkla ilişkiler faaliyetleri danışma biriminden öteye gitmemekte veya reklam ve tanıtım ünitesi içerisinde faaliyetlerini yürütmeye çalışmaktadır (Göztaş, 2013: 176). Bu tanımdan hareketle yalnızca ürünlerin reklam ve tanıtımının yapıldığı düşünülmemelidir. Halkla ilişkiler mesleği, kavramsal olarak halk ile olan ilişkileri işaret ediyor gibi görünse dahi, aslında bir yandan halkla olan münasebetlere bir yandan da kurumsal münasebetlere vurgu yapmaktadır. Kitle iletişim araçlarının kullanımının artmasıyla halkla ilişkiler faaliyetleri hızla önem kazanmıştır.

İlk film gösteriminden kısa bir süre sonra halkla ilişkiler filmleri adı altında çeşitli konularda halkı bilgilendirmeyi, halka belirli düşünce ve tavırları aşılmasını, belli konularda eğitmeyi, belirli kuruluşlar ya da kişilerin tanıtımını yapmayı amaçlayan filmlerin yapımına başlanmıştır. Sinema, görsel ve işitsel iletişimin aynı anda kullanıldığı bir ortam oluşturur. Görsel iletişim ise duygu ve düşünceleri aktarmanın en etkin yollarından biridir. Görsel iletişime birde sinemada olduğu gibi işitsel izlenimlerin dahil olması ile verilen bilginin etkisi ve kalıcılığı artar. Görsel iletişim yöntemleri ile halka aktarılan bilgilerin daha etkili ve kalıcı söylenebilir. Gelişmiş ülkelerde filmlerin halkla ilişkilerde bir araç olarak kullanımına verilen önem ve görsel-işitsel donanımlarda sağlanan gelişmeler sonucu büyük kuruluşlar film arşivleri kurmuşlardır (Demirtaş, 2011: 38). Bu gelişmeler Türkiye’de de hakim ideolojiler tarafından desteklenerek çekildikleri dönemde ülkedeki maddi ve ideolojik sorunları dile getirmiştir. Bu dönemde yaşanan hayat pahalılığı, köyden kente göç, gecekondulaşma, gelir dağılımındaki adaletsizlik, çocuk işçiler, ürün kuyrukları gibi birçok sorun işlenmiştir.

Filmlerde, yaşanan olayların izleyicinin karşısına doğrudan getirilebileceğini, zaman geçişlerinin çok net olarak aktarılabilmesini belirten Demirtaş (2011) izleyicinin daha iyi anlaması için nesnelere farklı yerlere yerleştirilip, büyütülüp küçültülebileceğini de vurgulamıştır. Bu özellikleri sebebi ile filmler özellikle mesajların iletilmesi konusunda da etkili olmakta ve edinilen bilgiler, diğer kaynaklardan edinilen bilgilerden daha uzun süre hatırlanmaktadır. Filmlerin izleyici kitlelerinin cinsiyetine, yaşına, mesleğine ya da özel ilgi alanlarına göre seçilebilmesi, diğer bir avantajını oluşturmaktadır. İzleyicilerin izleyecekleri filmi kendi beğenilerine göre seçeceğini belirterek, bu durumun verilen mesajlardan izleyicinin etkilenme oranını arttıracaklarını belirtmektedir. Bu kalıcılığın sağlanmasında görsel ve işitsel iletilerin aynı anda veriliyor olması da etkilidir.

Filmlerde yaşanan olayların aynı anda aktarılmasının dışında geçmişte yaşanan olaylarda tekrar işlenebilir. Bu olayların tekrar oynatılabilir olması, istenilen zamanda, her türlü izleyici önünde ve istenilen yerde izlenebilir olması geçmişte yaşanan olayların hatırlanmasına yardımcı olur. Bu sayede filmlerde tanıtılan nesnelere, verilen mesajlar canlı kalmasını sağlar.

### **3.2. Halkla İlişkiler ve Kısa Film**

Sinema filmi, ülkemizde Sinema Genel Müdürlüğü’nün de tabii olduğu yasa ve yönetmeliklerde: ‘Sinema sanatına özgü dil ve yöntemler ile meydana getirilen belgesel, kurgu, animasyon ve benzeri türlerde; konulu veya konusuz, uzun veya kısa metrajlı, tespit edildiği materyale bakılmaksızın elektronik, mekanik veya benzeri araçlarla gösterilebilen, sesli veya sessiz, birbiriyle ilişkili hareketli görüntüler dizisinden ibaret filmler’ şeklinde tanımlanmaktadır. Ayrıca Sinema Genel Müdürlüğü bünyesinde verilen destekler kapsamında kısa film ‘süresi otuz dakikanın altında olan film’ olarak tanımlanmaktadır (Paftalı, 2023: 12). Sinema tarihinin başlarına bakıldığında kısa filmlerin daha yaygın olduğu görülmüştür. Bunun sebebi sinemaya sadece eğlence aracı gözüyle bakılma durumunun değişmesidir. Film izleme eylemi için orada bulunan, tek niyeti eğlence olan kitlenin farklı ideolojik fikirlere maruz bırakılması, yönlendirilmesi ve harekete geçirilmesi sinema filmlerinin ekonomik olmayan bir misyonudur. Paftalı (2023)’ ya göre sinemanın ilk yüzyılında ikinci planda kalan kısa film üretiminin konumu, yirmi birinci yüzyılda değişmeye başlamıştır. Gelişen iletişim teknolojileri, internet sayesinde çeşitlenen ve yaygınlaşan film gösterim ortamları; film izleme alışkanlıklarını ve insanların, sinema üretici ve tüketicilerinin, kısa filme bakışını değiştirmeye başlamıştır.

Görsel ve işitsel bir anlatı aracı olması sebebiyle gerçeğe en yakın etkiyi bırakan sinemaya, zaman içinde içerdiği konuyu anlatmak dışında misyonlar yüklenmiştir. Birkaç dakikada canlandırılacak

olan konuların saatlerce anlatılmasının nedeni bu pazarlama düşüncesidir. Bakıldığında sinema salonlarına film izlemek için giden izleyici kitlenin salonda daha fazla tutulması farklı ekonomik getiriler sağlamaktadır. Film izlerken alınan içecek ve atıştırmalıklar farklı bir sektörün de kar elde etmesini sağlamaktadır. Bununla birlikte, salonlara yapılan ürün yerleştirme (koltuk- kolon- mısır kutusu-merdiven giydirme, bilet arkası reklamları), film aralarındaki reklamlar ve filmin içerisinde bulunan ürün yerleştirme teknikleri filmlerin/filmlerin sunuldukları ekranın veya sunulduğu ortamın (sinema salonunun, gişelerin) bir reklam kanalı olmasına sebep olmuştur.

Kısa filmler, uzun metrajlı filmlere göre olay, olgu, durum, duygu gibi kavramları yoğun ve daha kısa sürede anlattığı için seyirci üzerinde olağanüstü etkiler bırakmaktadır. Hedef kitlenin tutum ve davranışlarında değişiklik, dikkati istenilen yöne çekmek ve bu doğrultuda bireyleri yönlendirmek olduğu için ikna konusu kamu spotlarında son derece önemli bir yer tutmaktadır. Kitle iletişim araçları olarak gazete, radyo, televizyon, internet yayınları ve yeni medya gibi kitle iletişim araçları geniş kitlelere ulaşabilme gücünün yanında iletilerini ikna edicilik ve çekicilik stratejileri açısından değerlendirerek alıcılara ulaştırmaktadırlar (Agocuk ve Çiftçi, 2021: 35). Ayrıca kısa filmler zihinde kalış süresi uzun metrajlı filmlere göre oldukça fazladır. Bu sebeple kısa filmler toplumsal farkındalık oluşturmak ve halkı bilinçlendirmek için yapılan kamu spotları olarak da karşımıza çıkmaktadır. Toplumsal farkındalık oluşturmak ve halkı bilinçlendirmek amacıyla üretilen, kısa filmler, genellikle toplumsal konularda duyarlılık yaratma, sosyal sorunları vurgulama ve izleyici kitlesini bilinçlendirmeye yönelik amaçlar taşımaktadır. Kısa film formatı, sınırlı süresine rağmen izleyicilerde empati oluşturarak, bilinçlenmeyi sağlama ve sosyal sorunlara çözüm bulma konusunda bir katalizör görevi görmektedir. Bu bağlamda, akademik literatür, kısa filmlerin toplumsal değişimde etkili bir araç olarak kullanılabilirliği üzerine çeşitli analizler ve değerlendirmeler içermektedir.

### **3.3. Halkla İlişkiler ve Film Festivalleri İlişkisi**

Festival kavramı, Latince ‘festivitas’ kelimesinden türemiştir ve ‘kutlama ya da minnettarlık duygularını sunma amacıyla gerçekleştirilen sosyal bir toplanma’ anlamına gelmektedir (Kömürcü, 2013: 28). Geçmişte daha çok toplumların tanrılarına karşı minnettarlığını sunmak niyetiyle toplanmasını ifade eden bu kavram, günümüzde daha farklı amaçlar için gerçekleştirilen toplantıları ifade etmek için kullanılmaktadır. Kültür-sanat, tanıtım ve pazarlama gibi çeşitli amaçlarla düzenlenen bu organizasyonlar çoğu zaman kendi amaçları dışında yapıldıkları şehir için tanıtım özelliği taşır. Film festivallerinde gösterilen filmler, yalnızca boş vakitlerinde sinemaya giden izleyici kitlesinin dışında sinemaya özel ilgi duyan izleyicilere sunulur. Bu durumda bu filmlerin etkisi daha fazla olacaktır.

20. yüzyılın başlarında profesyonel bir meslek haline gelen halkla ilişkiler, günümüzde kurum ve kuruluşların amaçlarına ulaşmak için kullandıkları vazgeçilmez bir birim haline gelmiştir. Teknolojinin gelişmesi ve bilgi akışının artması ile önem kazanan bu sistem, kurum ve kuruluşların medya ile ilişkilerinin iyi niyet ve samimiyete dayandırılmasını sağlar. Halkla ilişkiler, sosyal sorumluluk çalışmaları hazırlamakta, sponsorluk uygulamalarını gerçekleştirmekte, kriz planları hazırlamakta ve uygulamaktadır. Halkla ilişkiler dinamik bir yapıya sahip olması sebebiyle etrafındaki değişimler ile sürekli gelişmektedir. Diğer bir deyişle halkla ilişkiler, günün koşullarına çok iyi adapte olur. Yeni bir teknoloji söz konusu olduğunda, halkla ilişkiler ilgili olduğu alanda bu teknolojiyi kullanmaktadır. Örneğin, dijital medyanın kullanılmadığı bir zaman dilimi ile sosyal medyanın her alanda en aktif şekilde kullanılan günümüzde yürütülen çalışmalar farklılık gösterecektir.

Günümüzde filmler, halkla ilişkiler stratejilerinin uygulanmasında enformasyon ve etkileme özellikleri ile diğer medyaların yanında ayrıcalıklı bir yer almaktadır. Filmler yolu ile bir konunun izleyicinin önüne sunulması, dikkatin ister istemez o konuya çekilmesini sağlayacak ve daha kalıcı bir imaj oluşturulmasında yardımcı olacaktır. Bugün artık kuruluşları ya da ürünleri tanıtıcı ya da kuruluşların yaptıkları faaliyetleri belgeleyen filmler çağdaş pazarlamanın tüm dünyada yaygın olarak kullandığı bir metod olmuştur. Bununla birlikte birçok farklı alanda filmin yarışmalı veya yarışmasız olarak sunulduğu ulusal- uluslararası film festivallerde gösterilen filmlerde belirli temalarla belirli bir konuya dikkat çekilmiştir. Örneğin Malatya Film Festivalinde gerçekleştirilen ‘Türk sinemasında aile sempozyumu’ veya yine MUFF’de yer alan ‘göç’ teması gibi.

### **3.4. Film Festivallerinde Halkla İlişkiler Organizasyonu**

Her organizasyon da olduğu gibi film festivalleride organize edilirken iyi bir ekip çalışması gerekmektedir. Etkinlik öncesinde hızlanan tempo, binlerce tanıtım materyalinin hedef kitleye ulaştırılması ve basınla ilişkiler oldukça dikkat gerektiren bir süreci kapsamaktadır. Bu süreçte gönüllü öğrencilerden destek alınırken ajanslardan ve güvenlik şirketlerinden de hizmet alınmaktadır. Süreç boyunca temel alınan nokta çalışmanın, nesnenin, organizasyonun muhatabı olan kitleyi iyi belirlemek ve süreç boyunca kitleyi sürekli olarak bilgilendirmek, (Göksel, 1990: 59) geri dönüşleri değerlendirmektir. Etkinlik öncesi, sırası ve sonrasında iyi bir halkla ilişkiler stratejisi, etkinliğin başarılı olmasına ve izleyicilerle güçlü bir bağ kurulmasına yardımcı olmaktadır. Bu süreçte düzenli iletişim, hedef kitle belirleme ve güvenilir iş ortakları ile iş birliği, etkinliği daha etkili kılmaktadır.

Düzenlenecek olan festivallerde hangi mesajların verilmek istendiği, bu mesajların hangi kanallarla hedef kitleye ulaştırılacağı belirlenmelidir.

Film festivallerinin düzenlenmesinde temel amaç, şehirlerin tanıtımını ve dolaylı olarak şehrin ekonomik ve kültürel yönlü gelişimini sağlamaktır (Bozdemir, 2019: 2). Diğer festivaller gibi MUFF da, uluslararası filmlerin gösterimi ve şehre gelen farklı kültürden ziyaretçilerle birlikte, kültürel çeşitliliğe önemli bir katkı sağlamaktadır. Bu etkinlik, şehrin tarihi ve kültürel değerlerine vurgu yaparak, turizmde canlılık ve hareketlilik yaratmaktadır. Uluslararası filmlerin festival kapsamında gösterimi, sinema tutkunlarına çeşitli perspektiflerden öne çıkan yapıtları keşfetme fırsatı sunmaktadır. Ayrıca, farklı ülkelerden gelen ziyaretçilerle etkileşim, kültür alışverişi ve anlayışın artmasına katkıda bulunarak şehirde bir kültürel zenginlik atmosferi oluşturmaktadır.

Festival, sadece sinema alanında değil, aynı zamanda şehrin bilinirliğine sunduğu katkı ile önemli bir noktadadır. Şehrin tarihine ve kültürüne odaklanarak, yerel kimliği vurgulayan festival, şehirdeki turizmi destekler ve ziyaretçilerin hem eğlence hem de öğrenme açısından doyurucu bir deneyim yaşamalarına olanak tanır. Şehrin uluslararası tanıtımının sağlanması, kültürel açıdan gelişiminin yanında ekonomik olarak da şehre katkı sağlamaktadır. Yerel işletmeler, restoranlar, oteller ve alışveriş yerlerinin ziyaretçi sayısını arttıran bu organizasyon ülkeye döviz girişini sağlamaktadır. Ayrıca, bu organizasyon festival sırasında yerel halka yeni iş olanakları sağlayarak yerel istihdama katkıda bulunmaktadır. Sonuç olarak, MUFF, sinemaya sunduğu sanatsal katkıların yanı sıra, şehrin kültürel çeşitliliğini ve ekonomik refahını da arttırmaktadır. Şehrin bilinirliğini, turizm potansiyelini arttıran MUFF, ülke ekonomisine de katkıda bulunmaktadır.

MUFF, sanatsal açıdan film yapımına olan ilgiyi artırması, yerel sanatçılara ve sinema sektörüne destek olması açısından önemlidir. Festival sırasında yapımcılar, dağıtımcılar, finansörler ve diğer sektör profesyonellerinin birbirleri ile kurduğu bağlantılar, yeni projelerin finansmanını ve gelişimini

desteklemektedir. Film festivallerinin bu amaçları gerçekleştirmesi organizasyonun doğru yönetilmesi ile doğrudan ilişkilidir. Bir organizasyonun başarısı için bilgi akışı ve birikimin paylaşımı hayati önem taşımaktadır. Film festivalleri gibi büyük organizasyonlar da, etkili bir şekilde yönetilebilmek için kurumsal bir yapıya ihtiyaç duymaktadır. Film festivalleri, bir dizi paydaş ilişkisine bağlıdır; bu paydaşlar arasında film yapımcıları, gazeteciler, dağıtımcılar, turizm ve yardımcı endüstriler, politikacılar, fon sağlayıcılar ve festival yöneticileri yer alır. Bu karmaşık ilişkiler ağını etkili bir şekilde yönetebilmek önemlidir (Ryhne'dan akt. Erkilic, 2009: 18). Ryhne (2009), film festivali döngüsünde çeşitli paydaşların bulunduğunu vurgulamaktadır. Bunlar arasında turist kurulları ve sinemaseverler, gazeteciler ve basın ajansları, film yapımcıları ve stüdyolar, profesyoneller ve programcılar, yerel kültür konseyleri ve uluslararası ajanslar, gözlemciler ve katılımcılar yer almaktadır. Ryhne göre çağdaş film festivali ağı, farklı paydaşlar arasında gerçekleşen, sürekli görüşmeler içeren, idare, yönetim ve finansman yapısı ile alakalı küresel bir sektör olarak değerlendirilmelidir. Bu bağlamda film festivali organizasyonunun, paydaşlarla ilgili sorunlar, finansman, istihdam ve endüstri modelleri, misyon ve gündemlerle ilgili konuları analiz eder. Ryhne (2009), film festivali yönetiminin tamamen koşullara becerikli manevralar üzerine dayandığını belirtir ve bu yönetimin, kar amacı gütmeyen bir modelle, paydaşların çıkarlarını yönetmek için ideal bir laboratuvar olduğunu ve devlet ile pazar arasında bir arabulucu olarak benzersiz bir konuma eriştiğini vurgulamaktadır.

### **3.5. MUFF ve PR İlişkisi**

Halkla ilişkilerin, gelişen teknolojiler ile gün geçtikçe farklı boyutlar kazandığından ve farklı birçok disiplinle ilişkili olduğundan karar kılınmış tek bir tanımı yoktur. Halkla ilişkiler faaliyetleri çok eski çağlara dayansa da ancak 20. yüzyılın başlarında ilk halkla ilişkiler ajanslarının kurulmasıyla profesyonel bir hal almaya başlamıştır.

Halkla ilişkiler kitlelerle iyi ilişkilerin kurulması kamuoyunda olumlu bir imajın oluşturulması faaliyetidir. Halkla ilişkilerin bir diğer önemli fonksiyonu da ürün tanıtımıdır. Malatya Uluslararası Film Festivali bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak görülebilir. MUFF Malatya'ya ait ürünlerin varlığından hedef kitlelerin haberdar edilmesine yardımcı olmaktadır. İl turizminin sahip olduğu potansiyelin daha iyi anlaşılmasını sağlayan tamamlayıcı iletişim fonksiyonunun ortaya çıkmasına yardımcı olur (Atak, 2009: 16). Örneğin MUUF'da şehrin en önemli tarım ürünü olan Malatya kayısı, tarihi unsurları içinde barındıran Aslanteppe Höyüğü ve Battalgazi, Gündüz Bey, doğal güzellik olarak Darende/Somuncu Baba Türbesi, Gür Pınar Şelalesi, Tohma Kanyonu gibi birçok turistik alanın dikkat çekmesini sağlamıştır. Türkiye'ye ve Dünyaya tanıtımına yardımcı olmuştur.

Başlı başına bir tanıtım çalışması olarak görülebilecek olan MUFF'nin kendi tanıtımı, bilinirliği, kimlik çalışmaları için yaptığı halkla ilişkiler faaliyetleri de oldukça kapsamlıdır. Instagram, twitter gibi sosyal ağlar dışında televizyon kanalları ve gazetelerde yayınlanan basın bültenleri/ haberler ile de festivalin tanıtımı yapılmaktadır.

## 4. BİR HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETİ OLARAK MALATYA FİLM FESTİVALİ

Bu çalışmada bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak film festivalinin (Malatya) düzenlenmesinde çok farklı boyutlar ve süreçler olduğu anlaşılmaktadır. Bu sebeple çalışmada sadece halkla ilişkiler faaliyetlerinin uygulanma aşamasını esas alarak araştırma süreci yürütülmüştür. Dolayısıyla uygulanma süreci öncesi ve sonrasındaki aşamalar araştırmaya dahil edilmemiştir. Film festivallerinin yürütülmesinde öne çıkan bazı halkla ilişkiler faaliyetleri olduğu, bunların ise aşağıdaki başlıklardan oluştuğu görülmektedir.

- Dijital Mecralar (Sosyal Medya-Twitter, LinkedIn, Instagram, Facebook, YouTube, Web sitesi)
- Basılı ve elektronik materyaller (gösterim çizelgeleri, broşür, billboardlar, afiş, el kitapçığı, bültenler)
- Toplantı, duyurular ve basın faaliyetleri (seminerler, atölyeler, söyleşiler, bildirimler, bilgilendirme metinleri, açılış toplantıları, değerlendirme raporları)

### 4.1. MUFF Uygulanma Süreci

Bir film festivalinin halkla ilişkiler faaliyeti olarak tasarlanmasında ve sürdürülmesinde öne çıkan başlıklara yukarıda yer verilmiştir. Bu alanların tümünde logo olarak festivalin ilk gününden beri şehrin simgesi olan kayısı ve festivali simgeleyen film rulosunu harmanlayarak hazırlanan görsel kullanılmıştır.

#### 4.1.1. Dijital Mecralar (Sosyal Medya-Twitter, LinkedIn, Instagram, Facebook, YouTube, Web sitesi)

Halkla ilişkiler (PR) faaliyetleri, dijital mecraları etkin bir şekilde kullanarak hedef kitlelere daha geniş ve hızlı bir şekilde ulaşabilmektedir. Halkla ilişkiler profesyonelleri, müşteri geri bildirimlerini anında yanıtlayma imkanı sunan dijital mecraları kullanarak hedef kitle ile iletişimin güçlenmesini sağlamaktadır.

##### 4.1.1.1. Sosyal Medya

Sosyal medya, ideolojik ve teknik temeller üzerine inşa edilen ve kullanıcının içeriğinin hem oluşturulmasına hem de paylaşılmasına olanak tanıyan bir grup internet tabanlı uygulama olarak kavramsallaştırılmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 61). İnternet teknolojisinin ilerlemesiyle birlikte sosyal medya, günümüzde iletişim alanında kullanılan en temel unsurlardan biri haline gelmiştir. Zaman ve mekân kısıtlamalarının olmadığı sosyal medya, insanların iletişim alışkanlıklarını ve yaşamlarını doğrudan etkileyen özgür bir iletişim ortamı sunmaktadır. Sosyal medya kanalları, geleneksel medyanın tek yönlü iletişim modelini, alıcının etkin bir rol oynadığı interaktif bir yaklaşıma dönüştürmüştür (İlhan ve Aydoğdu, 2019: 1131). Sosyal medya, kullanıcılarına aldıkları bilgiler karşısında tepki verebilecekleri ve bunun karşılığında geri dönüt alabilecekleri bir ortam sunmaktadır. Bu sebeple günümüzde birçok gerçek ve tüzel kişi tarafından yoğun şekilde kullanılmaktadır.

Halkla ilişkiler birimi, sosyal medya platformlarını kullanarak marka veya kurumlarına yönelik iletişimi güçlendirmektedir. Bir film festivalinin uygulanmasında da en önemli safhalardan biri kuşkusuz sosyal medya platformlarıdır. Çünkü etkinliğin tanıtılması, izleyicilere bilgi aktarımı ve

sanatçıların çalışmalarının duyurulması için kullanılan bu mecralar çok sayıda kişi tarafından takip edilmektedir. Sinemaseverler bu etkinliklere katılarak konum paylaşmakta, kişi veya organizasyonları etiketlemekte veya kendi hikayelerinde, gönderilerinde bu organizasyonlara yer vererek çalışmalarının yürütülmesine katkı sunmaktadır.

Festivalin resmi hesapları aracılığıyla Facebook, Twitter, Instagram, Youtube gibi popüler sosyal medya platformlarında belirli tarihlere kadar düzenli olarak güncellemeler, videolar, resimler ve duyurular paylaşılmıştır. Festival hakkındaki birçok bilgi, yaşanan gelişmeler, festival hakkında bilgiler bu ağlar üzerinden takipçilere duyurulmaktadır. Hesaplar aracılığı ile festival tarihleri, katılımcılar, düzenlenecek olan yarışmalar, atölyeler, gösterilecek olan filmler ve kategoriler ayrıntılı biçimde duyurulmaktadır.

#### 4.1.1.1.1 Instagram

Instagram uygulaması yayınlanmış olan fotoğraf, albüm veya video vasıtasıyla bir mesajı ifade etmek ve desteklemek amacıyla gönderilerin hashtagler, yorumlar içeren metin tabanlı alt yazıların kullanılabildiği görsel ve video tabanlı bir sosyal medya platformu olarak bilinmektedir (Gruzd, Lannigan ve Quigley, 2018: 581). Başlangıçta görsel bir mobil tabanlı bir uygulama olarak oluşturulmuş olan instagram, artan popülaritesi görüntü ve videoların kolay bir şekilde kaydedilip paylaşılmasını kolaylaştıran akıllı telefonların yaygınlaşp çoğalmasıyla varlığını masa üstü bilgisayar ve tablet gibi akıllı cihazlarla büyüttüğü bilinmektedir. Bu nedenle, sivil ve kamusal katılım için mobil tabanlı bilgi alışverişinin faydalar, görsel içeriğin kolaylık ve avantajları ile birlikte, Instagramı vatandaş etkileşimlerini teşvik etmek için yeterli bir sosyal platform haline getirmektedir (Perea, Bonsón ve Bednárová, 2021: 1-2).

Faaliyetlerine 2010 yılında başlayan MUFF'un Instagram'a katılma tarihinin 2 Kasım 2014 olduğu görülmektedir. 5. MUFF afişinin yer aldığı ilk gönderiyle başlayan sayfaya 'Malatyafilmfest' kullanıcı adı ile erişim sağlanmakta ve sayfada 1.179 adet video, fotoğraf, bildiri içerikli gönderi(post) bulunmaktadır. 7.226 takipçisi olan hesap tarafından, aralarında Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy'unda bulunduğu 8 Instagram hesabı takip edilmektedir. Sayfada Sayfanın giriş kısmında organizasyonun resmi internet sitesinin giriş linki, Malatya Kongre ve Kültür Merkezi'nin yol tarifi de ayrıca yer almaktadır.

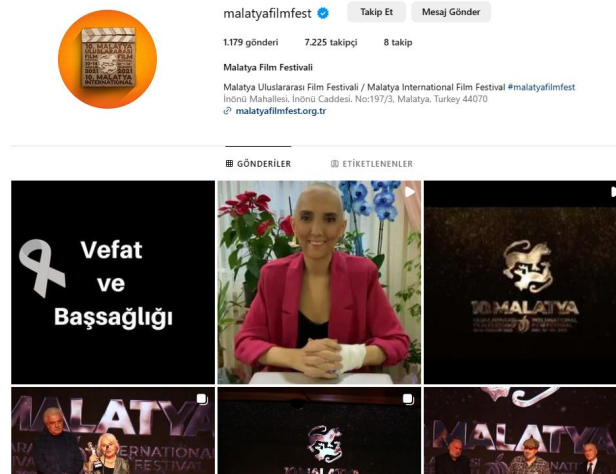


Foto 1. Resmi Instagram Hesabı

#### 4.1.1.1.2 Twitter (X)

Twitter (X) günümüzde hâlihazırda kullanılan iletişim araçlarıyla birçok özelliği ortak bulunduran bir paylaşım ve mesajlaşma servisi olarak bilinmekte e-posta, mesajlaşma, bloglar gibi araçlarla benzer bileşenlere sahip olduğu ve bu bileşenleri tek bir ortamda toplaması sebebiyle Twitter'ın (X), özgün bir sosyal ağ olarak tanımlandığı bilinmektedir (Wang ve Yang, 2020: 18). Gelişmiş hashtag ve mention (bahsetme) sistemleri, popüler konularla anlık olarak güncellenen ana sayfası, Twitter'ı (X) dinamik ve hızlı bir iletişim platformu hâline getirir.

Platformda 8. MUFF Kristal Kayısı Ödülü konulu ilk paylaşım, 15 Kasım 2015 tarihinde yapılmıştır. Erişimin 'twitter.com/malatyafilmfest' hesabından yapıldığı Twitter (X) hesabında yapılan incelemelerde MUFF'un takipçi sayısının 2.287 gönderi paylaşıldığı ve 4.160 kişi tarafından takip edildiği tespit edilmiştir. 2010 yılında başlayan festivalin son gönderisi 7 Nisan 2022 tarihine aittir. Kullanılan anahtar sözcükler (hashtagler: #MalatyaFilmFest, #MUFF2019) etkileşimi artırmak amacıyla kullanılmıştır.



Foto 2. Resmi Twitter Hesabı

#### 4.1.1.1.3 Facebook

Bireylerin sosyal ağlar aracılığıyla yeni arkadaşlar edindikleri, mevcut arkadaşlarıyla iletişim kurduğu ve bilgi alışverişi yaptığı Facebook günümüzde en çok ziyaret edilen sosyal iletişim platformlarından biridir. Facebook, güçlü iletişim ağları oluşturma özelliği ile bilginin hızlı yayılmasına ve geniş kullanıcı kitlesine ulaşılmasına olanak tanımaktadır (Uluç ve Yarcı, 2017: 89). Kullanıcılara sanalda olsa sosyalleşme, eğlenme, bilgi verme, bilgi edinme, güncel gelişmeleri takip etme ve içerik yayınlama gibi birçok imkan sunması sebebiyle çokça tercih edilmektedir. Yine bu sebeplerden dolayı yalnızca kişiler tarafından değil topluluklar, kurum ve kuruluşlar tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. MUFF'da bu mecraayı kullanarak hedef kitleyle etkileşim sağlayan kullanıcılardan biridir. Facebook.com bağlantısından, 'Malatya Uluslararası Film Festivali' kullanıcı adı ile erişim sağlanan Facebook sayfasının takipçi sayısı 3.900 'dür. Ana sayfada festivalin resmi sitesine kolayca erişim sağlanabilmesi adına bağlantı paylaşımı yapılmıştır. 26 Mart 2017 tarihinde açılan sayfada, MUFF Yönetim Merkezi'nin adres bilgisi ve iletişim numarası da yer almaktadır. Diğer platformlarla eş zamanlı olarak 7 Nisan 2022 tarihine ait olan son paylaşım festival direktörü Haydar Işık'ın annesi (Esmâ Işık) için yayınlanan taziye mesajıdır.



**Foto 3.** Resmi Facebook Hesabı

#### 4.1.1.1.4 YouTube

Sosyal medyada popüler ortamlardan biri haline gelen, 2005 yılında video paylaşım sitesi olarak kurulan YouTube, video üretenlerin ve izleyici olarak kullananların sayısının hızla arttığı dijital bir mecradır. YouTube, kullanıcılarına kendi kanallarını oluşturma ve bu kanalların izlenme oranlarından, reklamlarından gelir elde etme imkanı sunmaktadır. Canlı yayın ve istenilen sürede video paylaşımı yapılması ile izleyicilerle etkileşim halinde olunan bir ortamdır. Bu özellikleriyle YouTube, içerik çeşitliliği açısından oldukça önemli bir kaynak olarak öne çıkmaktadır (Zinderen, 2021: 933).

16 Eyl 2014 tarihinde katıldığı YouTube kanalına erişim '@malatyauluslararasıfilmfest9337' kullanıcı adı ile sağlanmaktadır. 232 abonesi bulunan MUFF YouTube kanalında 117 video yayınlanmıştır. Paylaşılan videoların içeriğini festivalde gösterimi yapılan filmler, farklı kategorilerde yarışan filmler, açılış törenleri, ödül törenleri, ödül alan yönetmen, oyuncu ve senaristlerin eserleri hakkında verilen bilgiler oluşturmaktadır. En son paylaşılan video 4 Kas 2018 tarihinde, 8. Malatya Uluslararası Film Festivali direktörü Suat Köçer'in katıldığı Cem TV'de yayınlanan 'Hilal Solmaz ile Şehir Işıkları' programı olmuştur. Genel olarak festivalin yapıldığı dönemlerde paylaşımların yapıldığı platformda resmi internet sitesi ([www.malatyafilmfest.org.tr](http://www.malatyafilmfest.org.tr)), Facebook adresi ([malatyafilmfestivali](https://www.facebook.com/malatyafilmfestivali)), Twitter hesabı ([malatyafilmfest](https://twitter.com/malatyafilmfest)), Instagram adresi ([www.instagram.com/malatyafilmfest](https://www.instagram.com/malatyafilmfest)) bağlantıları hem ana sayfada hem de videoların açıklama kısmında paylaşılmaktadır. Bu sayede diğer dijital platformlara kısa yoldan erişim sağlanmaktadır. Ayrıca diğer dijital mecralarda (Instagram, Facebook, Twitter, YouTube) olduğu gibi kullanılan hashtagler (anahtar kelime) ile etkileşim artırılmaya çalışılmıştır.



Foto 4. Resmi YouTube Hesabı

#### 4.1.1.2. MUFF- Web Sitesi

Günümüzde, kurumsal web sayfaları, bir kuruluşun kendini tanıtmaya ve iletişim kurma konusunda kullandığı en güçlü araçlardan biridir. Web sayfaları, diğer yayınlara göre daha geniş kitlelere daha düşük maliyetle ulaşmasına ve kuruluşun dış dünya ile etkileşim kurmasına benzersiz olanaklar sunmaktadır. Halkla ilişkiler, kendi bilgilerini doğrudan hedef kitlelerine ileterek iletişimde daha fazla özgürlük elde etmektedir (Peltekoğlu, 2009: 308). Kuruluşların web sayfaları, sadece şirketin ürün ve hizmetlerini tanıtmakla kalmayıp aynı zamanda kurumsal kültür, değerler ve hedefler gibi önemli bilgileri de paylaşma imkanı sunar. Bu, potansiyel müşterilere, iş ortaklarına ve diğer paydaşlara şeffaf bir görüntü sunma ve kuruluşun hedeflerine duyulan güveni artırma konusunda kritik bir rol oynar. Bu çerçevede, web sayfalarının etkin bir şekilde kullanılması, halkla ilişkilerin daha geniş bir kitleye ulaşma ve olumlu bir etki yaratma potansiyelini artırır.

Resmi internet sitesine erişim 'www.malatyafilmfest.org.tr' adresinden sağlanmaktadır. Sayfayı incelediğimizde gerekli içerik yoğunluğunun olmadığı ve web sitesinin film festivalinin detaylarını yansıtmada konusunda yetersiz kaldığı görülmektedir. Sitede bulunan iletişim başlığı altında (info@malatyafilmfest.org.tr, ulusalyarisma@malatyafilmfest.org, belgeselyarisma@malatyafilmfest.org, kisaryarisma@malatyafilmfest.org) her bir kategori için farklı mail adresi oluşturulmuştur. İletişim başlığı altında MUFF'un fiziki adresi (İnönü Mahallesi. İnönü Caddesi. 44070 Sanat Sokağı Sanat Merkezi 1. Kat Yeşilyurt/MALATYA) bulunurken bu başlık altında bulunması gereken telefon numarasının bulunmadığı görülmüştür. İletişim kısmında ayrıca doğrudan mesaj gönderilecek bir sistemde bulunmaktadır.

Web sayfasının giriş ekranında, 2020-2021 yıllarına ait başvuru tarihlerini belirten slider manşet (kayıdirmalı resimler) bulunmaktadır. Festivale katılan yönetmen, yapımcı ve sanatçılar festival komitesinin planladığı çerçevede gezilere katılmıştır. Yine bu çerçevede giriş ekranında huzurevi, konteyner kent, anaokulu ziyaretlerinden ve katılımcıların karşılanma anlarına ait kareler paylaşılmıştır.

Sitede festival ekibi, festival komitesi, festival hakkında ve festival jürisi başlıkları altında Festival Başkanı Aydın Baruş (Malatya Belediye Başkanı), Festival Onursal Başkanı Selahattin Gürkan (Malatya Valisi) ve Festival Yönetmeni Haydar Işık'ın (Yönetmen ve Yapımcı) beyanati bulunmaktadır.

Festival başlığı altında yer alan 'Geçmişten Günümüze MUFF' başlığı altında 2010 yılından itibaren düzenlenen 1. MUFF (2010), 2. MUFF (2011), 3. MUFF (2012), 4. MUFF (2013), 5. MUFF (2014), 6. MUFF (2015) ve 7. MUFF (2017) hakkında bilgiler verilmiştir. İçerikte katılımcılar, festival komitesi, festival afişi ve ödül alan filmler (Kategorileri ile birlikte) hakkında bilgiler yer almaktadır.



Foto 5. Resmi Web Sitesi

#### 4.1.2. Basılı ve Elektronik Materyaller (Gösterim Çizelgeleri, Broşür, Billboardlar, Afiş, Kitapçık, Basın bülteni)

İletişim araçlarının gelişimi, bilginin daha geniş kitlelere ulaşmasına olanak tanıyarak toplumsal yapı üzerinde belirgin etkiler yaratmıştır. Bu durum, kitlesel iletişim özelliği kazanan iletişim araçlarını, süreçlerin işleyişi açısından merkezi bir konuma yerleştirmiştir. Bilginin üretimi ve yayılmasının kolaylaşması, işletmelerin faaliyet ve ilgi alanlarını genişletmiş ve çeşitlendirmiştir. Bu bağlamda, özel ve kamu kurumlarının örgütsel hedeflere ulaşması, bu kurumların ilişkide olduğu hedef kitlelerle doğru ve etkili iletişim kurma ihtiyacını ortaya çıkarmıştır (Günay, 2022: 228). Elektronik medya, çeşitli içerik formatları ve platformlar aracılığıyla farklı hedef kitlelere ulaşma olanağı sağlamıştır. Geleneksel basılı materyallerden daha geniş bir kitleye hitap edebilme imkanı, organizasyonların daha çeşitli bir izleyici kitleyle etkileşime girmelerine olanak tanımaktadır.

##### 4.1.2.1. MUFF Gösterim Çizelgeleri

Festivallerin program akışı hakkında hedef kitleye bilgi vermeyi amaçlayan bu materyallerin dağıtımı, MUFF halkla ilişkiler ekibi tarafından festivalin resmi web sitesinde dijital olarak ve broşürler halinde basılarak sağlanmıştır.

8. Malatya Uluslararası Film Festival Programı	2018	MALATYA PARK AVSAR SALON 1	MALATYA PARK AVSAR SALON 2	YEŞİL SINEMALARI SALON 1	YEŞİL SINEMALARI SALON 4	SANAT SOKAĞI SANAT MERKEZİ
	10 KASIM CUMARTESİ SATURDAY, NOVEMBER 10	11.30 Bir Eşdeha Uyanıyor! A Dragon Awakes, Mani Haghighi, 105	Uzun Hikaye A Long Story, Osman Sinav, 125	"Bir Belgesel Kopya" Uzun Hayaller Sorry, Dönem Osmak, 30 Aile Olmak For My Family, Emre Karagöz, 36 Doğuhun Kayı Silüetleri Lost Silhouettes of the East, Gökül Dogaçlı, 38	*Renkli Balk Dnyalar Kaçılı Renkli: The Discoverer of New Worlds, Burhan Gün, 65	Ulusal Kısa Metraj Panorama National Short Panorama, 94
14.00	*Siz Ursuru The Element of Crime, Süleyman Arda Emince, 83	Düğün Davetiyesi Wajibi, Annemarie Jacir, 96	Aile Gibi A Sort of Family, Diego Lerman, 95	Son Çocuk Lost Child, Shin Dongseok, 123	Uluslararası Kısa Panorama International Short Panorama, 71	
16.30	Balık Kraker Fish Crocker, Yiğit Ergar, 13 *Kardeşler Brothers, Ömür Alay, 102	Katil The Slaughter, Rasoul Iranzad Aghamirli, 7 *Aga, Miko Lazarov, 96	Kule The Tower, Mats Grorud, 74	Dogman, Matteo Garrone, 102	Ne Olacak Sımdı What Now?, Afif Yılmaz, 84	
21.00	Boşluk Void, Elin Eda, 15 *Çınar, Mustafa Karadeniz, 99	Yük The Load, Gjorgji Slavonic, 98	Dişanda He's Out There, Gurin Lasher, 93	Üç Yüz 3 Faces, Jafar Panahi, 108		

Foto 6. 8. MUFF Gösterim Çizelgesi

##### 4.1.2.2. MUFF Broşürleri

Dilimize Fransızca (brochure) kelimesinin karşılığı olarak yerleşen broşür, bir hizmetin veya ürünün tanıtılmasını sağlayan, kurum/kuruluşların misyonunu anlatan, ürün satışına destek olan eskili

bir tanıtım aracıdır (Özcan, A. ve Şentürk, G., 2017: 159). Özcan ve Şentürk'e (2017) göre broşürler şu şekilde sıralanmaktadır:

- Genellikle A4 (21cmx29, 7cm) ebadında tek ya da iki kıvrımlı olacak şekilde (Dağıtım sırasında -dergi veya gazetede yayınlanacak olsa da- daha uygun olacağından)
- Ürün veya hizmete ait logo, amblem, kullanım amacı, kurumsal fontlar, kurumsal renkler vs. gibi bilgiler dikkate alınarak (Geniş bir basın dosyasının bir bileşeni olarak kullanılacaksa, diğer materyallerle stilistik uyumluluk göstermelidir.)
- Okuyucunun dikkatini çekecek (Özellikle ilk sayfa dikkat çekici ve merak uyandırıcı olmalıdır.) şekilde hazırlanmalıdır. Ayrıca hedef kitleden geri dönüş alabilmek adına broşürün arka kapağında iletişim adresi, faks, telefon, e-mail v.b. gibi bilgilerin yer alması gerektiği belirtilmiştir.

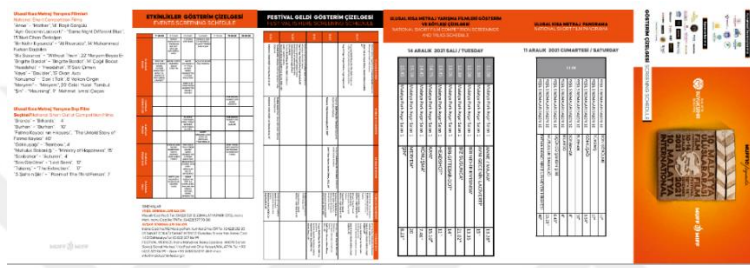


Foto 7. MUFF Broşür Örneği

Bu bilgiler kapsamında festival broşürlerinin kurumsal fontlara ve renklere uygun olduğu, tasarım açısından diğer tanıtım araçlarıyla uyum sağladığı görülmektedir.

#### 4.1.2.3. MUFF Afişleri

Etkili bir afişte, metin yerine grafik ve çizgilere daha fazla vurgu yapılmalıdır. Mesajın kısa ve öz olduğu, sözlerin minimumda tutulduğu bu araçta, kullanılan resimler, mesajı desteklemeli ve birbirleriyle uyumlu olmalıdır. Sözlerle resimler arasında tamamlayıcı bir ilişki kurulmalı ve anlam bütünlüğü sağlanmalıdır. Hedef kitlenin aklında kalıcı olacak, en etkili sloganı bulmak için çeşitli çalışmalar yürütülmeli ve denemeler yapılarak en uygun ifade seçilmelidir. Ayrıca afişin izleyiciye hızlı ve etkili bir şekilde mesajını iletebilmesi için görsel ve sözel unsurlar arasındaki dengeyi sağlamak oldukça önemlidir (Asna, 1997: 122).

TDK afiş için “Bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı; ası” (TDK, 2024) şeklinde bir tanımlama yapmıştır.

Afişi hazırlayan kişi ya da kişiler, bu etkileşim bağlamında her unsuru diğerleriyle bütünleştirerek dönüştürebilir. Bu sayede afiş, izleyicinin zihninde filmle ilgili çeşitli anlamsal derinlikler ve değerlendirmeler yaratabilir (Parsa, 2008:15). Bu tasarım sürecinde, afişin her unsuru birbiriyle etkileşime girerek, izleyici üzerinde çeşitli anlamsal derinlikler ve değerlendirmeler oluşturabilecek bir bütünlük sağlar. Afiş, izleyicinin kafasında film hakkında farklı düşünceler ve yorumlar uyandırabilir, bu da izleyiciye filmle ilgili önceden kestiremeyeceği bir algı deneyimi sunabilir.

MUFF'un afişlerinde de festivalin amaçları baz alınarak görselliğin ön planda olduğu tasarımlar yapılmıştır. Mesajlar slogan yerine görsel metinlerle anlatılmıştır. Şehrin tarımsal, kültürel ve tarihi

değerlerinin görsel olarak sinema sanatı ile bütünleştirildiği dikkat çekmektedir. Bu başlık altında MUFF'un 2010 yılından beri kullandığı afişler ayrı ayrı değerlendirilmiştir.



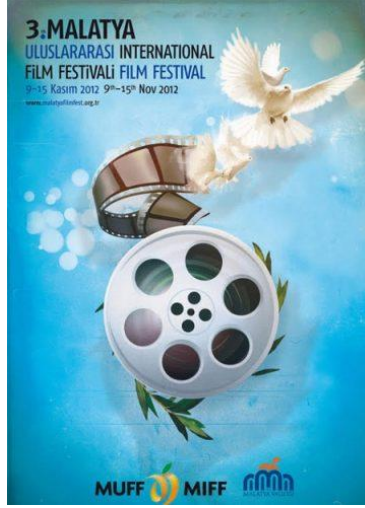
**Foto 8.** Birinci MUFF Afişi

1. MUFF için hazırlanan bu afişle sarı renk yoğun şekilde kullanılarak kentin önemli tarım ürünü olan kayısıya dikkat çekmek amaçlanmıştır. Kurumsal destekçilerinin yer aldığı kısımdan yükselen, yeşerip meyve veren ağaç görseli, festivalin destekçilerle ayakta olduğunu ima etmektedir. Zira sponsorlar, ağacın kök kısmına onların desteğiyle büyüdüğü anlamına gelebilecek şekilde yerleştirilmiştir. Yine ağacın meyvesi olarak sinema sanatına dikkat çekmek amacı ile film rulosu kullanılmıştır.



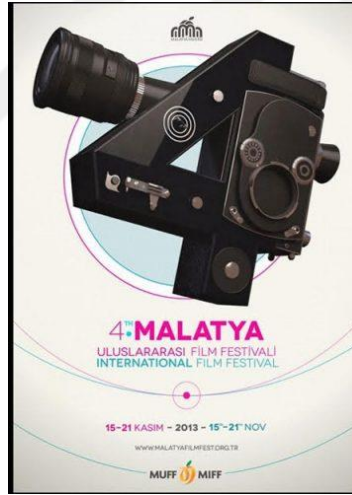
**Foto 9.** İkinci MUFF Afişi

2. MUFF afişi ile şehrin tarihi eserleri ve sinema harmanlanarak tasarlanmıştır. Şehirde yer alan 'Arslantepe Höyüğü ve Kanlı Kümbet' gibi turizm değeri yüksek yerlere dikkat çekmek amaçlanmıştır. Görsel tasarımıyla sanatın ve kültürün iç içe geçtiği bir afiş tasarımı yapılmıştır. Sinema film rulosu ile festivalin asıl amacına atıfta bulunulmuştur.



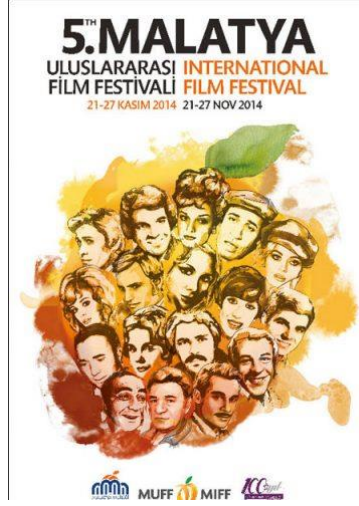
**Foto 10.** Üçüncü MUFF Afışı

3. MUFF afişinde görsel olarak sinema film rulosuna sarılı olan zeytin dalı ve uçan güvercin birleştirilmiştir. Bu görsellerle uluslararası boyutta olan bu çalışmayla barış mesajı verilmektedir. Bu düşünce ağırlıklı olarak kullanılan ve güven veren mavi renk ile desteklenmiştir.



**Foto 11.** Dördüncü MUFF Afışı

Sinema için önemli bir araç olan kamera ve 4 sayısının harmanlandığı görselin ön plana çıktığı 4.MUFF için hazırlanan bu afiş, sinema sanatına dikkat çekmektedir. Arka planda yer alan halkalar objektifi simgeler nitelikte tasarlanmıştır.



**Foto 12.** Beşinci MUFF Afişi

Festivalin 2014 yılındaki afişi, Türk Sinemasının 100. Yılına ithafen festivalden 5 yıl boyunca onur ödülü almış, Türk sinemasının usta isimlerinin görselleriyle hazırlanmıştır. Bu afiş ile festivalin Türk sinemasına katkı sağlayan usta oyunculara değer verdiği, gündemde tutmaya çalıştığı ve onurlandırdığı görülmektedir. Festival içeriğinde yer alan, "Gittiler: Sair ve Meçhul" filmine verilen Kemal Sunal Halk Ödülü de bu düşünceyi desteklemektedir. Arka planda düzensiz gibi görünen turuncu-sarı-kırmızı tondaki renkler yeşil ile desteklenip kayısıya benzetilerek şehrin öne çıkan tarımsal ürününe dikkat çekilmiştir.



**Foto 13.** Altıncı MUFF Afişi

Sinema film rulosu ile oluşturulan 6 sayısının içine yerleştirilen kayısı görseli dikkat çekmektedir. Şehrin önemli tarım ürünü olan kayısının hem yarışmalarda ödül olarak öne çıkarılması (kristal kayısı) hem de afişlerde kullanılması, festivalin önemli amaçlarından birinin de şehrin değerlerini tanıtmak olduğunu göstermektedir. Arka plandaki siyah rengin içinde parlayan kayısı, değeri bilinmesi gereken bir meta olarak canlandırılmıştır.



**Foto 14.** Yedinci MUFF Afışı

Diğer afişlere kıyasla yazıların puntosunun daha büyük kullanıldığı bu tasarımda tren görseli ön plandadır. Bu görsel 2014'te çalışmaları başlatılan Sivas-Çetinkaya-Malatya hızlı tren projesini akıllara getirmektedir. Bu proje ile Malatya'nın iller arasındaki bağlantısının güçleneceği düşünüldüğünde MUFF'nin de Malatya için bunu sanatsal ve kültürel olarak yapacağı söylenebilir. Bu bağlamda festivalin yalnızca sanatsal bir etkinlik değil aynı zamanda ekonomik ve teknolojik gelişmelere dikkat çeken, şehrin tanıtımına katkı sağlayan bir halkla ilişkiler faaliyeti olduğu görülmektedir.



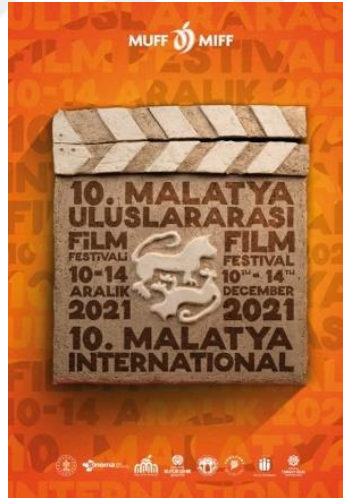
**Foto 15.** Sekizinci MUFF Afışı

Afişte ön planda olan turna kuşu, Türk kültürüne, inancına ve değerlerine göre gök tanrısı temsil etmektedir. Ayrıca göçmen bir kuş olması sebebiyle Türk tarihi boyunca haber götürüp getiren bir sembol olarak kullanılmıştır (Eke, 2013: 219). Bu bakış açısıyla değerlendirildiğinde 2018 yılında düzenlenen festivalin 'Sinema uzakları yakın eder.'(malatyafilmmfest.org.tr) sloganına atıf yapıldığı görülmektedir.



**Foto 16.** Dokuzuncu MUFF Afışı

Malatya'nın önemli tarihi alanlarından olan 'Aslantepe Höyüğü'nde bulunan heykel ve etrafındaki film rulosundan oluşan görsel yine tarihi değerleri ön plana çıkarmaktadır. Festivalin başlangıç tarihinden (2010), son düzenlendiği tarihe kadar kullanılan logo (kayısı ve film rulosu) orta ölçekte afişin üst-orta kısmında kullanılmıştır. Festival tarihlerinin turuncu renk ile yazılması görsel bütünlük oluşturmuştur.



**Foto 17.** Onuncu MUFF Afışı

2. ve 9. Afişlerde de olduğu gibi tarihsel öğelere dikkat çekmek amaçlanmıştır. Bu öğelerin taş görünümlü bir klaket üzerine yerleştirilmesi ile festivalin amacına uygun olarak sinema ve şehrin turistik/ tarihi alanları bütünleştirilmiştir. Afişin genel görüntüsü değerlendirildiğinde festivalin diğer halkla ilişkiler araçları ile bütünlük sağladığı söylenebilir.

Genel olarak afiş örnekleri incelendiğinde şehrin en önemli tarım ürünü olan kayısının ön planda olduğu görülmektedir. 2. 9. ve 10. MUFF afişlerinde tarihi alanlara da dikkat çekildiği görülmektedir. Sosyal medya ağları veya billboardlarda gösterilen afişler ile festivalin başlangıç ve bitiş tarihleri duyurulurken aynı zamanda şehrin kültürel ve ekonomik değerleri de ön plana çıkarılmaya çalışılmıştır.

#### 4.1.2.4. MUFF Basın Bültenleri

Basın bülteni, kurumların belirli konularda ilgili kamuları bilgilendirmek amacıyla geleneksel veya online formatlarda hazırladıkları bir halkla ilişkiler aracıdır. Geleneksel basın bülteni, yazılı, işitsel ve görsel medyaya iletilmek üzere oluşturulurken, online basın bülteni ise kurumların web sitelerinde veya basın odalarında yayımlanarak medya ile ilişkilere somut bir nitelik kazandırmaktadır (Kılınç, Arıcı ve Baycu, 2018: 186). Halkla ilişkilerin temel amacı halkı bilgilendirmek, hedef kitleyi etkileyip ikna edecek bilgileri en doğru yolla iletmektir. Bu yollardan en sık kullanılanlarından biri de basın bültenleridir. Basın bültenleri, güncel haberleri, etkinlikleri veya başarı hikayelerini paylaşmak için etkili bir yol sunmaktadır.

MUFF'nin halkla ilişkiler faaliyeti olarak yayınladığı basın bültenleri incelendiğinde festivalin ve şehrin tanıtımına büyük katkısı olduğu görülmüştür. Uluslararası birçok filme, oyuncuya, senariste ve yönetmene ev sahipliği yapan festival basında da adından sıkça söz ettirmiştir. Bu alanda yayınlanan basın bülteni örneği ile konu daha net bir şekilde anlaşılacaktır.



Foto 18. 7. MUFF Basın Bülteni

MUFF basın bültenleri genel olarak incelendiğinde festivalin amacı, gerçekleşeceği tarihler, içeriğinin ne olduğu, kategoriler ve festivali destekleyenler hakkında güncel bilgiler bulunduğu görülmektedir. Basın bültenlerinde şehri ve değerlerini öven giriş kısmı sonrasında festival hakkında hedef kitleye bilgi verilmiştir. Bültenler yazılı, görsel ve işitsel medyada yayınlanmak üzere farklı yayın organlarına servis edilmiştir. Bu doğrultuda festivalin bilinirliğinin arttığı ancak asıl haberdar edilmesi gereken yerel yayın organlarının geri planda kaldığı görülmüştür.

#### 4.1.3. Toplantı, Duyurular ve Basın Faaliyetleri (Seminerler, Söyleşiler, Atölyeler, Söyleşiler, Basın Bildirileri, Basın Toplantıları, Değerlendirme Raporları, Sponsorluklar, Sosyal Sorumluluk Projeleri, Geziler)

Hem kamu hem de özel sektörde, halkla ilişkiler faaliyetlerinde en yaygın ve etkili araç basın olarak öne çıkmaktadır. Her kurum/kuruluş, ekonomik başarıları, düzenledikleri sosyal etkinlikleri,

kurumla ilgili herhangi bir değişikliği veya gelişmeyi halka duyurarak geniş kitlelerin güvenini kazanmaya çalışır. Bu hedefleri gerçekleştirmek amacıyla, kurumlar bilgileri en hızlı ve ekonomik şekilde geniş kitlelere ulaştırmayı sağlamak için basını kullanır. Bu sebeple, kurum veya kuruluşların halkla ilişkiler profesyonelleri, kuruluşu tanıtmak ve aynı zamanda basının ihtiyaçlarını karşılamak adına çaba göstermelidir (Özüpek, 2003: 85). Bir organizasyonun halkla ilişkiler çalışmaları ile basın aracılığıyla haber yapılabilir olaylar, etkinlikler ve başarı hikayeleri gibi olumlu içerikler medyaya ulaştırmaya çalışılmaktadır. Bu süreçte, basın bültenleri, basın toplantıları ve medya ilişkileri gibi araçlar kullanılarak hedeflenen mesajlar, geniş bir kitleye ulaştırılmaktadır. MUFF'un bu süreçte başvurduğu yollardan bazıları şu şekildedir;

#### 4.1.3.1. Söyleşi ve Seminer

MUFF'ta film senaryo yazımından çekimi ve hatta sinemalarda gösterimine kadar giden yolları anlatan, kendi alanlarında profesyonellerin katıldığı seminerler, söyleşiler ile sinema sanatına ilgi uyandırmak aynı zamanda ilgisi olanların dikkatini çekmek amaçlanmaktadır. MUFF kapsamında düzenlenen söyleşi, konferans ve seminerler genellikle tiyatro salonlarında ve okullarda düzenlenmiştir.



Foto 19. 2018'de Nuri Bilge Ceylan ile Gerçekleştirilen Söyleşi

Nuri Bilge Ceylan Malatya'da katıldığı söyleşide sinemaya nasıl başladığından, sanat geçmişinden, sinema sanatı hakkındaki görüşlerinden bahsetmiştir. Soru cevap şeklinde ilerlenen programda, ünlü yönetmen katılımcıların merak ettiği soruları dikkatle cevaplamıştır. Söyleşiden örnek bir kesiti şu şekilde aktarmak mümkündür (malatyafilmfest.org.tr, 2018).

*Soru: 'Neden sinema?'*

*Nuri Bilge Ceylan: Onu tam olarak bilmiyorum. Belki roman yazma yeteneğim olsaydı onu tercih edebilirdim. Yalnız üretme olanağı sağladığı için. Sinema benim için daha kolay, yapabildiğimi düşündüğüm bir alan. Ama edebiyatı çok severim. Belki sinemadan bile çok severim. Bana her zaman daha derine inebilmiş bir sanat olarak görünmüştür. Tabii daha uzun da bir geçmişi var. Sinemanın tam olarak bir Dostoyevski çıkarabildiğini düşünmüyorum henüz.*

*Soru: Sonrasında sinema yapmaya nasıl karar verdiniz?*

*Nuri Bilge Ceylan: Askerde karar verdim sinema yapmaya. Bunun nedeni uzun süren yalnızlık. Askerde çok yalnızdım. Çok kitap okuyordum. Bu, hayatım için daha büyük kararlar vermeme neden*

*oldu. Okul bitmişti, hayat boş geliyordu, ne yapacağımı bilmiyordum. Denize düşen yılanı sarılır durumu oldu. Kitaplar aldım, tekniğini bilirsem bu işi hallederim gibi geliyordu. Pek tanıdığım yoktu, çok küçük bir zümrenin elinde gibi geliyordu sinema. Onun için sadece kendi kişiliğime uygun yeni bir yöntem yaratma durumunda kaldı.'*

#### 4.1.3.2. Toplantılar ve Duyurular

MUFF'un organizasyonu öncesinde, sırasında ve sonrasında medyaya bilgi vermek, sorulan soruları cevaplandırmak amacıyla basın toplantıları düzenlenmiş, basın bildirimleri yayınlanmıştır. MUFF hakkındaki haberler, bildirimler festivalin resmi kanallarının yanı sıra ulusal haber sitelerinde (Milliyet, CNN Türk, TRT Haber, Hürriyet), şehrin resmi kurumlarının internet sitelerinde (Malatya Valiliği, Malatya İl Kültür Turizm Müdürlüğü, Malatya Belediyesi), yerel yayın organlarında (Malatya Söz, Malatya Tek Haber, Malatya Sonsöz) ve haber sitelerinde (GZT, Bianet) de yer almaktadır. Ancak festival hakkında verilen bilgilerin festivalin kendi web sitesinde oldukça yetersiz olduğu görülmektedir. Bu alanlarda MUFF program akışı, açılış konuşmaları, katılımcıları, kategorileri, iptal gerekçeleri, açılış toplantıları ve ödüller gibi önemli konularda bilgiler yer alırken festivalin resmi sitesinin bu noktada yetersiz kaldığı görülmektedir.

#### 1. MUFF Basın Toplantısı

##### 1. MALATYA ULUSLARARASI FİLM FESTİVALİ BASIN TOPLANTISI 26 EKİM'DE POINT HOTEL BARBAROS'DA YAPILACAKI

Malatya Valiliği tarafından bu yıl 26 Kasım- 2 Aralık 2010 tarihleri arasında ilki gerçekleştirilecek olan Malatya Uluslararası Film Festivali, 26 Ekim akşamı Point Hotel Barbaros'ta yapılan basın toplantısı ile tanıtılacak.

Malatya Valisi ve Festival Onursal Başkanı **Doç. Dr. Ulvi Saran**'ın ev sahipliği yapacağı Basın Toplantısı'nda Festival Yönetmeni **Ali Çalışır**, Festival Danışma Kurulu Üyeleri **Ali Sönmez**, **Serkan Çakarer**, **İzzet Günay**, **Deniz Ölmez**, **Muzaffer Hiçdurmaz** ve **Nehir Erdoğan** konuşmacı olarak yer alacak.

Bu yıl ilk kez düzenlenecek olan festivalin tanıtımının yapılacağı toplantıda konuşmacılar; festival programı, sinema seminerleri, sergiler, atölyeler hakkında bilgi verirken, ayrıca '**Kristal Kayısı**' için yarışacak olan **Uluslararası Uzun Metraj Film ve Ulusal Kısa Metraj Film Yarışmalarının adayları açıklanacak.**

Festivalde oyunculuk atölyesi yapacak olan tiyatrocü ve akademisyen **Adnan Tönel**, fotoğraf atölyesi ve bir sergiyle festivale katılacak olan fotoğraf sanatçısı **Mehmet Turgut**'un yanı sıra, sinema kurslarında ders veren **Ümit Ünal**, **Hayk Kirakosyan**, **Mustafa Ziya Ülkenciler**, **Çiçek Kahraman** ve **Senem Aytaç** gibi sektörün önde gelen isimleri ile iş ve sinema dünyasından pek çok sayıda kişi ve basın mensubu bu akşam düzenlenecek olan basın toplantısında yer alacak. Ayrıca festivalin açılış filmi olan 'Badem Şekeri' oyuncularını **Türkan Soray**, **Fatma Girik** ve **Fikret Hakan**'ın da tanıtım toplantısına katılmaları bekleniyor.

#### Foto 20. Malatya Kültür ve Turizm Bakanlığı Web Sitesinde Yayınlanan Basın Toplantısı Duyuru Metni

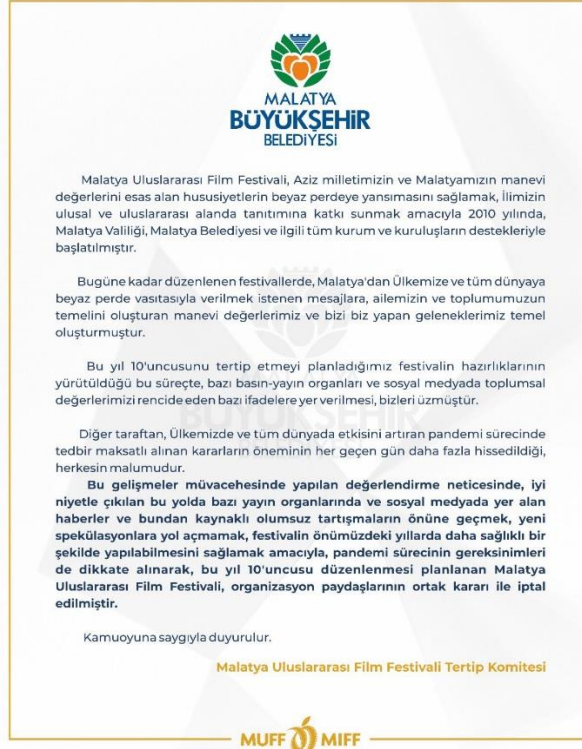


Foto 21. Festivalin 2020'deki Kamuoyu Bilgilendirme Metni

#### 4.1.3.3. Sponsorluk Çalışmaları

Reklam ve sponsorluk faaliyetleri festivallerin etkileşim içinde olduğu sektörler arasında yer almaktadır. Festivaller bazı projelere sponsor olabilirken, görünürlüğünü arttırmak isteyen sanatı/sanatçıyı desteklemek isteyen bazı kurum/kuruluşlar da festivallere katkı sağlayabilmektedir. Festivale kurumsal destekçilerin yanı sıra iletişim sponsorları, ulaşım sponsoru, hizmet sponsorları ve medya sponsorları da destek olmaktadır. Sponsorluk desteği veren kurum/kuruluşlar basın faaliyetlerinde mutlaka belirtilmelidir (Orundaş, 1998: 115). Fayda ve geri dönüşüm açısından değerlendirildiğinde sponsorluk çalışmalarının etkili olup, olmaması beklenen alanlar vardır. Sponsorluk çalışmaları hedef kitlenin belirlenen konu üzerinde farkındalık oluşturmasını sağlayarak marka veya ürünün hedef kitlenin hafızasındaki varlığını pekiştirmelidir (Eser ve Dolunay, 2014: 31).

MUFF'un sponsor faaliyetleri incelendiğinde yerel ve ulusal kurumsal/özel birçok destekçisi olduğu görülmüştür. Festivale destek veren sponsorlar ve kurumlar için tören düzenlenerek onlara takdim edilen plaketlerle teşekkür edilmiştir. Bu faaliyetle var olan sponsorlar onurlandırılmış, muhtemel sponsorluk faaliyetleri için farkındalık oluşturulmuş ve gelecek festivaller için sponsorların teşvik edilmesi sağlanmıştır.



**Foto 22.** Özşah İletişim Telekomünikasyon (Yerel İşletme) İnternet Sitesinde Yayınlanan Haber

#### 4.1.3.4. Sosyal Sorumluluk Projeleri ve Diğer Projeler

Sosyal sorumluluk, bir kurumun ekonomik ve yasal gerekliliklere, iş ahlakına, kurum içi ve dışındaki kişi ve kurumların beklentilerine uygun bir iş stratejisi ve politikası benimsemesi gerektiğini ifade eden geniş bir kavramdır (Eren, 2000:99). Sosyal sorumluluk pratiği, bir kurumun benimsediği ve gerçekleştirdiği, toplum refahını artırmayı, çevreyi korumayı ve sosyal konulara destek vermeyi amaçlayan isteğe bağlı iş uygulamaları ve yatırımları kapsamaktadır. Sosyal sorumluluk projeleri dolaylı yoldan kurum/kuruluş için kar sağlasa da asıl amaç gönüllülük ve iyi niyet ile toplumsal fayda sağlamaktır.

8. MUFF ‘Belki Köye Bir Film Gelir’ etkinliği ile festival süresi boyunca Malatya’nın tüm ilçelerinde festival kapsamındaki filmleri gösterime koymuştur. Suriye Kampı’ndaki misafirlere özel gereksinimli bireylere, çocuklardan huzurevi sakinlerine kadar birçok kesim festival heyecanını yaşamıştır. Böylelikle festival sadece sinemaseverlere yönelik olarak değil de halkın geniş bir kesimine hitap edecek şekilde organize edilmiştir. Ayrıca ‘Festival Geldi’ etkinliği kapsamında, Sosyal Politikalar Bakanlığı’na bağlı olarak hizmet veren Malatya Çocuk Evleri Sitesi’nde hayatlarını devam ettiren çocuklar, sinemayla buluşturulmuştur. 11 filmin gösterildiği bu proje ile çocukların sinema sanatına/filme olan ilgilerine katkı sağlamanın yanı sıra MUFF’un adından söz ettirmesi, bilinirliğini arttırması da sağlanmıştır. Sinema sanatını tanımayan ve filmlere ulaşma imkânı çok zor olan kitleye sunulan bu fırsat, festivalin sinemaya özel ilgi duyanların yanında sinemadan bağımsız kesimin de dikkatini çekme yönündeki amacına ulaşılmışını sağlamıştır. Bu durum sinemayla hiç tanışmamış çocukların belki de gelecekte bu yönde bir kariyer hedeflemesinin ilk basamağını oluşturmuştur.



**Foto 23.** 2018 Yılında ‘Belki Köye Bir Film Gelir’ ve ‘Festival Geldi’ Etkinlikleri

Sinema sanatına ilgi duyan ve bu alanda kendini geliştirmek isteyen bireyleri desteklemek, destek arayan yapımları teşvik etmek amacıyla düzenlenen ‘Malatya Uluslararası Film Platformu’ projesinin ilki ise 2017 yılında, Azerbaycan iş birliği ile gerçekleştirilmiştir. Proje kapsamında 3 eser 30’ar Bin Türk Lirası ‘Senaryo Geliştirme Destek Ödülü’ almıştır. Bu proje kapsamında film yapım desteğinin yanı sıra birçok eğitimde gerçekleştirilmiştir. Dünyaca ünlü yönetmen Nuri Bilge Ceylan’ın, sinemacılarla tecrübelerini paylaştığı ‘MasterClass’ bunlardan biridir. (malatyafilmfest.org) Özellikle ulusal sinemayı desteklemek amacıyla yapılan bu projeye basında görünürlük sağlanıp, hedef kitlede olumlu izlenimler oluşturulurken aynı zamanda yerel ve ulusal olarak sanatsal farkındalık oluşturulmuştur. Yeni ve yetenekli yönetmenlere, senaristlere, oyunculara ve diğer film endüstrisi profesyonellerine fırsatlar sunulmuştur.



**Foto 24.** 7. MUFF-Malatya Uluslararası Film Platformu

#### **4.1.3.5. Geziler**

MUFF ile yerli ve yabancı birçok kişinin şehri ziyaret etmesi sağlanmıştır. Katılımcıların doğaçlama gerçekleştirdikleri geziler ve çevre gözlemleri dışında, festival ekibi tarafından düzenlenen geziler ile katılımcıların şehrin turistik yerlerini ziyaret etmeleri sağlanmıştır. Bu geziler sırasında şehrin değerli tarımsal ürünlerinin ve tarihi alanlarının doğrudan tanıtımı yapılmıştır. Bu geziler sayesinde kente dışardan gelen festival katılımcıları, şehri tanıma olanağı bulmanın yanı sıra şehrin kültürel zenginliklerini de deneyimleme fırsatı bulmuştur. Bu durum, gezi esnasında tanıtılan yöresel ürünlerin üretimini artırmanın yanında, bu ürünlerin ülke dışına pazarlanmasının da önünü açmıştır.

MUFF sırasında düzenlenen geziler, şehrin kültürel mirasını ve çekiciliğini uluslararası alanda tanıtarak şehrin turizm potansiyelini artırmaktadır. Yabancı katılımcılar, şehrin turistik yerlerini ziyaret ederek yerel kültürü deneyimleme fırsatı bulmakta ve bu durum kültürel alışverişi teşvik etmektedir. Ayrıca, festival süresi boyunca tanıtılan yöresel ürünlerin uluslararası pazarlara açılması ve şehrin ekonomisine dış ticaret yoluyla katkıda bulunması sağlanmaktadır. Bu durumun, şehrin ekonomisini küresel ölçekte daha rekabetçi hale getirerek Malatya’nın uluslararası alanda daha görünürlüğünü arttırdığı görülmektedir.

Sonuç olarak, festival sırasında düzenlenen gezilerin ulusal ve uluslararası etkileri, yerel ekonomiyi güçlendirmenin yanı sıra şehrin kültürel zenginliğini ve çekiciliğini arttırarak Malatya

şehrinin ulusal ve uluslararası düzeyde tanınmasını sağlamıştır. Bu etkiler, sadece festival süresince değil, uzun vadede de şehrin sürdürülebilir kalkınmasına katkıda bulunmaktadır.



**Foto 25.** Onur Ödülü Konuğu Nastassja Kinski'nin Kayısı Pazarını Ziyareti-2014

## 5. BULGULAR ve DEĞERLENDİRME

Bu aşamada 2010 yılından beri yürütülen MUFF halkla ilişkiler faaliyetleri sistematik olarak değerlendirilmiştir. Malatya Büyükşehir Belediyesi ve Malatya Valiliği tarafından organize edilen bu festivalin uygulama aşamasında yürütülen faaliyetlerde, 2020 Mart ayında başlayan pandemi süreci ve Ocak 2020 Elazığ depremi sebebiyle ertelemelerin yaşandığı ve son olarak da 2021 de sonlandırıldığı görülmüştür. Çalışmanın planlama aşamasında organizasyon bir fiil yerinde takip edilmek istense de yine bu sebeplerin etkisi, aynı zamanda 2023 Şubat ayında gerçekleşen ve Malatya'yı büyük ölçüde etkileyen Maraş depremi sebebi ile gerçekleştirilememiştir.

MUFF, diğer bütün festivaller gibi belirli kavramların, konseptlerin üzerinde durulduğu, toplumsal refahın ve mutluluğun vurgulandığı eğlenceli bir etkinlik olarak karşımıza çıkmaktadır (Sert, 2017, s. 188). Sosyal etkileşimi arttıran bu etkinliğin yerel halkta aidiyet duygusunu, kültürel birliği arttırması beklenmektedir. Sinema sanatını sevdirmeyi amaçlayan organizasyonun amaçları arasında tarihi ve turistik alanların bilinirliğini sağlamakta yer almaktadır. Farklı ülkelerden Malatya'ya gelip bir merkezde toplanan sinema severler, sanatçılar, yönetmenler ve yapımcıların bilgi alışverişi yaptığı: global bir eleştiri ortamı oluşturduğu görülmektedir. Festival boyunca düzenlenen seminer, söyleşi ve atölyelerle sanatçılar, yönetmenler ve yapımcılar bölge halkı ile yüz yüze iletişim kurma imkanı bulmuştur. Doğu Anadolu bölgesinde gerçekleştirilen bu festival sinema sanatına yeni, farklı eserlerin kazandırılmasına destek olurken var olan eserlerin farklı bir dil ile yorumlanmasına da olanak tanımaktadır.

MUFF, uzun yıllardır toplum ve sanat dünyasında sağlam bir itibara sahip olan üretken sanatçıların gündemde kalmasına hak ettiği değeri görmesine katkı sağlamaktadır. Bu deneyimli sanatçılar, festival kapsamında tekrar keşfedilmekte ve eserleri bir kez daha izleyici ve dinleyicilere sunulmaktadır. Onların değerine saygı göstermek adına, onur ödülleri verilmekte ve adlarına aynı sanat dalında yarışmalar düzenlenmektedir. Örnek olarak 7. MUFF'ta Mesut Uçakan, Belkıs Özener, Rakshan Banietamad, Halil Ergün, Nacer Khemir'e verilen onur ödülleri gösterilebilir. Bu örnek isimler ile birlikte yine 7. MUFF'ta Kim Dong Ho'ya verilen 'Ömür Boyu Yaşam' ödülü MUFF'un uluslararası önemli çalışmalar yapan sanatçıları da gündeme getirmeyi amaçladığına örnek gösterilebilir. 'Sinema Emek Ödülü, Türk Sinemasına Katkı Ödülü, Sinemanın Olmazsa Olmazları Ödülü' diğer örneklerdendir.

Yerel yönetimler festivalleri düzenlerken veya düzenlenmesine katkıda bulunurken öncelikle kenti ulusal ve uluslararası boyutta gündeme getirmeyi amaçlamaktadır. Sanatsal anlamda değerli olan bu çalışma aynı zamanda kültürel amaçlara da hizmet etmektedir. Bozdemir (2019) uluslararası alanda düzenlenen festivaller kapsamında, şehirlerin muhtelif yerlerine şehri tanıtan stantlar kurarak, festivallerde gönüllü veya ücret karşılığı görev alan kişiler tarafından şehrin kendine has yerel kıyafetlerini sergileyerek, şehrin kültürüne ait yemekleri tanıtarak ve gelen ziyaretçilere ikramlarda bulunularak yapılabileceğini belirtmiştir. Bu faaliyetler şehrin yerel ürünlerine dikkat çekmek tanıtımını üretimini ve pazarlanmasını doğrudan yapabileceği gibi (Bodrum Acı Ot Festivali, Malatya Kayısı Festivali) MUFF'ta olduğu gibi dolaylı olarak farklı sanatsal festivallerle de sağlanmaktadır. Bu festival ayrıca Doğu Anadolu da yer alan bu şehrin imajına da etki etmektedir. Festivalin arkasında şehrin çağdaş olduğuna dair bir mesaj yatmaktadır.

Şehrin bir nevi sosyal, tarihi ve kültürel değerlerini uluslararası düzeyde tanıtmayı amaçlayan festival, bu amaçlar doğrultusunda hedef kitle seçimini yaparken uluslararası düzeyde tanıtım yollarına

başvurmalıdır. Kullanılan basılı ve dijital materyallerde festival adının ve tarihinin İngilizce olarak yer aldığı ancak bunun dışına çıkılmadığı görülmüştür.



## 6. SONUÇ

Türkiye’de yapılan ulusal ve uluslararası film festivallerin ağırlıklı olarak hangi bölgelerde yapıldığı, film festivallerinin organizasyonu sırasında yürütülmesi gereken halkla ilişkiler çalışmaları Malatya Uluslararası Film Festivali özelinde incelenmiştir. Bu çalışmada bir festival hazırlık aşaması, sırasında ve sonrasında izlenmesi gereken adımları sistematik bir şekilde anlatılmıştır. MUFF’ta uygulanan halkla ilişkiler faaliyetleri ile bu etkinlikte öne çıkan güçlü-zayıf yönler dikkate alındığında, benzer organizasyonlar için de yol gösterici bazı işaretler sunduğu söylenebilir.

Malatya Büyükşehir Belediyesi tarafından düzenlenen MUFF’ un yerel yönetim ve toplum arasında, güçlü bir iletişim kurmasını sağlayarak ortak çıkarları desteklediği ve sürdürülebilir bir yönetim anlayışının temelini oluşturduğu söylenebilir. Elbette MUFF’un düzenlenmesindeki tek amaç bu değildir. Yapılan incelemeler sonucunda MUFF’un da, diğer bütün film festivalleri gibi yaratıcı, özgün film yapımlarını izleyiciyle buluşturma, toplumu sinemaya teşvik etmek, yeni ve bağımsız yönetmenleri, yapımcıları, senaristleri bir araya getirmek, genç yeteneklerin keşfedilmesi gibi sanatsal kaygılar taşıdığı görülmüştür. Bunun yanı sıra MUFF, kent imajının ulusal ve uluslararası düzeyde iyileştirilmesi ve tanıtılmasını da sağlamıştır. Bozdemir’in (2019), yaptığı anket çalışmasında, festivalin kent tanıtımındaki rolünü değerlendirmiş ve katılımcıların %67, 3’ünün festivalin şehir tanıtımında önemli bir rol oynadığı görüşünü benimsediğini ortaya koymuştur. Ayrıca, şehrin uluslararası tanıtımına olumlu katkı sağladığını düşünen katılımcıların oranı %50, 3 olarak belirlenmiştir. Kente gelen yerli ve yabancı ziyaretçilere yerel ve ulusal kültürün tanıtılması sırasında, gelen ziyaretçiler ile yaşanan etkileşim ile toplumun farklı kültürlerden etkilenmesi de kaçınılmaz olmuştur. MUFF farklı toplumları, kültürleri ve dünya görüşlerini bir araya getirerek kültürel çeşitliliğe hizmet etmektedir.

Festivallerdeki halkla ilişkiler faaliyetleri, organizasyonun sadece bir etkinlik değil, aynı zamanda bir topluluk deneyimi olarak algılanmasına katkıda bulunur. Bu bağlamda halkla ilişkiler faaliyetleri, düzenlenen organizasyonun öncesinde, sırasında ve sonrasında hedef kitleyle aktif ve pozitif bir iletişim kurulmasını sağlamaktadır. Bu iletişim, katılımcıları (yönetmen, sanatçı, yapımcı, sinemasever...) organizasyona dahil ederek, beklentilerini karşılar ve etkinliğin değerini artırır. Bu sayede festival alanları yalnızca bir film izleme alanı olmaktan çıkarak; sinemasever ile yönetmen, oyuncunun, yapımcı ile destek arayan film ekibinin bir araya geldiği çoklu bir deneyim alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylece katılımcılar arasında anlamlı bir bağ kurulmasına olanak tanımaktadır. Başarılı bir halkla ilişkiler çalışması ile düzenlenen organizasyonun misyonu ve vizyonu hedef kitleye doğru bir şekilde iletmeye yardımcı olmaktadır. Katılımcıların organizasyonla ilgili bilgi edinmeleri festivalle sürdürülebilir, duygusal bağ kurmalarını ve etkinliğe olumlu bir dönüş yapmalarını sağlamaktadır. Festivallerin halkla ilişkiler çalışmaları yerel toplumla sıkı ve sürekli bir ilişki kurarak festivalin kabulünü kolaylaştırmaktadır.

Yürütülecek olan her halkla ilişkiler faaliyetinde, alan fark etmeksizin izlenmesi gereken önemli adımlar vardır. Festivaller için düşünüldüğünde ilk olarak hedef kitlenin ve verilecek mesajın iyi belirlenmesi gerekmektedir. Yürütülecek çalışmaların temelini bu oluşturmaktadır. Yapılan incelemeler sonucunda festivallerde temaların her sene değişebileceği gibi tek bir tema üzerinden her sene tekrarlanabileceği de belirtilebilir. Festivallerde kültürel, sanatsal ve tarihi temalarla ilgili farklı kültürleri keşfetmek, anlamak, kültürel çeşitliliğe katkı sağlamak, farklı sanat disiplinleri aracılığıyla duygusal ve estetik deneyimler sunmak amaçlanmaktadır. Çevre ve sağlık temalarıyla doğa, sürdürülebilir enerji, iklim, insan, fiziksel ve zihinsel sağlık, iyi yaşam üzerine dikkat çekmek amaçlanmaktadır. İnsan hakları ve adalet temalarıyla mahkum hakları, kadın hakları, fiziksel ve zihinsel bireyler gibi konulara özel

vurgu yapılarak farkındalık kazandırmak amaçlanmaktadır. Bu temalar toplumun daha bilinçli hale gelmesini, katılımcıların bu konularda daha duyarlı ve bilinçli davranmasını amaçlamaktadır. Bu şekilde festivaller, disiplinler arası yapısını, bilimsel temellere dayalı bir etkinlik deneyimi sunarak devam ettirmektedir. MUFF'ta belirlenen temalar ile şehrin kültürel değerlerine, tarihi yerlerine dikkat çekmek, ülkenin manevi değerlerini ön plana çıkarmak amaçlanmıştır.

Belirlenen temaların, mesajların hedef kitleye doğru aktarılması için kullanılan dilin ve kanalın doğru seçilmesi gerekmektedir. Görsel ve yazılı medya iletişim araçları aktif ve etkili bir şekilde kullanılmalıdır. Görsel iletişim araçları olan broşür, afiş, video tanıtımlar, fragmanlar, sosyal medya ve web sitesinde kullanılan görseller festivalin amacını ve öne çıkan özelliklerini vurgulayacak, heyecan ve merak uyandıracak şekilde düzenlenmelidir. Yapılan incelemelerde MUFF'un afiş tasarımlarını her yıl düzenlenen temaya uygun olarak, şehrin tarihi ve kültürel değerlerine, sinema sektörüne dikkat çekecek şekilde hazırladığı belirlenmiştir. Ağırlıklı olarak dijital kanallardan yapılan bu tanıtım faaliyetlerinin 2022 yılından beri devam etmemesi festivalin prestijini olumsuz etkilemiştir. Dijital dünyada aktif şekilde var olmaması sebebiyle paydaşlarından uzaklaşmış buda bilinirliğini azaltmıştır. MUFF'un yeniden devam edebilmesi için öncelikle dijital medyada adından söz ettirmesi gerekmektedir.

Yapılan çalışmada festivallerin tanıtımında ve dijital mecraların kullanımında yaşanan değişimler söz konusu olduğunda; çevrimiçi versiyonlarla birlikte web sitesinin öneminin arttığı görülmüştür. Bununla birlikte hem hızla dijitalleşen izleme alışkanlıkları hem de pandemiyle birlikte değişen izleyici profili sosyal medya platformlarının gözden geçirilmesine sebep olmuştur. 'We Are One: A Global Film Festival, İzmir Artemis Film Festivali, Anatolia Film Awards' gibi online festivallerin düzenlenmeye ve sayılarının artmasına bu durumlar gerekçe gösterilebilir. Bu bilgiler doğrultusunda küresel etkilerden elbette etkilenen MUFF'un yıllar içerisinde böyle bir platform kurması bir çözüm önerisi olarak sunulmaktadır.

## KAYNAKLAR

- Agocuk, P. ve Çiftçi, D. (2021). Kamu Spotlarında Sosyal Pazarlama ve İkna: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu Üzerine Bir Araştırma. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 3(1), 34-55.
- Akdağ, M. ve Işık, M. (2011). *Dünden Bugüne Halkla İlişkiler*. Eğitim Yayınevi, İstanbul.
- Akın, D. (2021). Halkla İlişkiler Örgütlerinin Ortaya Çıkışı ve Gelişmesinin Kapitalist Üretim Tarzı ve Egemia. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya Ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, 9, 103-118.
- Arslan, E. (2011). Sinema Reklamcılığı: Sinema Salonunun Bir Reklam Mecrası Olarak. *İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, 1(39), 5-27.
- Asna, A. (1997). *Public Relation Temel Bilgiler*. Der Yayınları, İstanbul.
- Atak, O. (2009). *Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aydemir, A. P. (2023). *Yeni Dönem Yeni Festivaller*. H. Erkılıç içinde, Film Festivalleri (s. 315-327). De Ki Yayınları, İstanbul.
- Balcı, D. (2023). *Yeşilçam'da Öteki Olmak: Başlangıcından 1980'lere Türkiye Sinemasında Gayrimüslim Temsilleri*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bikiç, N.Ç. (2018). Türkiye'de Belgesel Film Festivallerinde Film Seçimlerini Belirleyen Etkenler. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, 9, 70-93.
- Bikiç, N. Ç. (2019). Türkiye'de Belgesel Film Festivalleri: Filmler, Seçimler, Etkenler. Doruk Yayıncılık.
- Bikiç, N. Ç. (2020). Pandemi Etkisi: Kısa Film Festivalleri ve Yaşanan Dönüşüm Üzerine Bir Değerlendirme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergi*, 8(2), 1234-1261.
- Bilgili, B., Yağmur, Ö. ve Yazarkan, H. (2012). Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma: Erzurum-Oltu Kırdag Festivali Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2, 117-124.
- Bozdemir, O. (2019). *Şehirlerin Tanıtımında Film Festivallerinin Önemi: Malatya Uluslararası Film Festivali Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Demirtaş, M. (2011). Halkla İlişkiler Filmleri ve Halkla İlişkiler Filmlerinde Öncüler: ABD ve Almanya Örneği. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 3(10), 34-52.
- Eke, M. (2013). Turna Sembolünün Türkülerde ve "Gine Dertli İniliyorsun" Ezgisindeki İfadesi. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*(2), 218-228.
- EREN, E. (2000). *İşletmelerde Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Erkılıç, H. (2003). Türk Sinemasının Ekonomik Yapısı ve Bu Yapının Sinemamıza Etkileri. Sanatta Yeterlilik Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Erkılıç, H. (2021). Sunuş: Film Festivalleri Çalışmaları ve Türkiye. H. Erkılıç içinde, *Film Festivalleri E Kitabı-1* (s. 7-70). De Ki Yayınları, İstanbul.
- Eser, C. ve Dolunay, A. (2014). Kültür-Sanat Faaliyetlerinde Sponsorluk. *Yıldız Teknik Üniversitesi*, 2, 30-35.
- Giritlioğlu, İ., Olcay, A. ve Özekici, Y.K. (2015). Bir Turizm Çeşitliliği Olarak Festival Etkinliklerinin Sınıflandırılması: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5(13), 306-323.
- Göksel, A. B. (1990). *Halkla İlişkiler*. İzmir: Tanık Matbaası.
- Göztaş, A. (2013). Halkla İlişkilerde Stratejik Uygulamalar. *Halkla İlişkiler* (s. 165). içinde Anadolu Üniversitesi Web-Ofset.
- Gruzd, A., Lannigan, J. ve Quigley, K. (2018). Examining Government Cross-Platform Engagement In Social Media: Instagram vs Twitter And The Big Lift Project. *Government Information Quarterly*, 35(4), 579-587.
- Günay, M. A. (2022). Halkla İlişkiler ve İletişim. İ. Türkal, E. Diker ve G. Çalışır içinde, *Halkla İlişkilere Giriş*

- (s. 228). İstanbul: Eğitim Yayın Evi.
- Güven, G.(2013). *Halkla İlişkilerde Meslekleşme Olgusu: Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırmalı Bir Uygulama*. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- İlhan, E., & Aydoğdu, A. G. (2019). YouTube Kullanıcılarının Kullanım Motivasyonlarının İncelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 1131-1153.
- Kalender, A. (2013). Halkla İlişkiler . *Halkla İlişkiler* (s. 2-30). içinde Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of The World, Unite! *The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kılınç, Ö., Arıcı, A. ve Baycu, (2018). Online Basın Bültenlerinde Halkla İlişkiler Mesaj Stratejileri: Türkiye'nin En Sevilen Markalarının Basın Bültenlerine Yönelik Bir Değerlendirme. *Intermedia International E-Journal*, 5(9), 184-196.
- Kömürcü, G. (2013). *Etkinlik Turizmi Çeşidi Olarak Festivaller: Bozcaada Yerel Tatlar Festivali Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Loeb, S., Dynarski, S., McFarland, D., Morris, P., Reardon, S. and Reber, (2017). *Descriptive analysis in education: A guide for researchers. (NCEE 2017–4023)*. Washington, DC: U.S. Department of Education, Institute of Education Sciences, National Center for Education Evaluation and Regional Assistance.
- Lüleci, Y. ve Nas, A. (2020). Türk Sinemasında Azınlıklar. *Düşünce ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 1-16.
- Metin, O. ve Ünal, Ş. (2022). İçerik Analizi Tekniği: İletişim Bilimlerinde ve Sosyolojide Doktora Tezlerinde Kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 273-294.
- Nassaji, H. (2015). “Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis”. *Language Teaching Research*, 19(2), 129-132.
- Odabaş, B. (2006). Türk Sinemasının Kuruluşunda Ordunun Rolü, Belge(sel) Film ve Kurtuluş Savaşı Filmleri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (24), 205-212.
- Orundaş, F. (1998). *Sanat Etkinliklerinin Halkla İlişkiler Mesleği Açısından Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Özcan, A. ve Şentürk, G. (2017). Etkili Broşür Tasarlama ve Basımının İncelenmesi. *Fine Arts*, 12(1), 1-16.
- Özen, M. (2023). Bir Vaka İncelemesi Olarak 'Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin Kimlik Savrulma Süreç Deneyimi. H. Erklıç içinde, *Film Festivalleri-2* (s. 98). Doruk Yayıncılık, İstanbul.
- Özüpek, N. (2003). Halkla İlişkiler Faaliyetleri ve Basın. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 84-89.
- Paftalı, E. (2023). Sinema Anlatısında Kısa ve Uzun Filmlerin Farkları: Kısa ve Uzun Olarak Çekilmiş Dört Filmin Karşılaştırılması. *Artuklu Sanat ve Beşeri Bilim Dergisi*, 9, 9-38.
- Parsa, (2008). *Film Çözümlemeleri*. Multilingual Yabancı Dil Yayınları, İstanbul.
- Peltekoğlu, F. B. (2009). *Halkla İlişkiler Nedir?* Beta Yayınevi, İstanbul.
- Penpece, D. (2014). Festivallerin Pazarlanması: Türkiye'deki Uluslararası Festivaller Üzerinde Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,23(1), 193-210.
- Perea, D., Bonsón, E. ve Bednárová, M. (2021). Citizen Reactions To Municipalities' Instagram Communication. *Government Information Quarterly*, 38(3), 1-18.
- Rhyne, R. (2009). Film Festival Circuits and Stakeholders. In D. Jordanova and R. Rhyne (Eds.), *Film Festival Yearbook 1: The Festival Circuit* (s. 9-39). St Andrews Film Studies.
- Sandelowski, M. (2002). Reembodying qualitative inquiry. *Qualitative Health Research*, 12(1), 104–115.
- Sert, A. N. (2017). Festivallerin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri: Beypazarı, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 38, 187-199.
- Sezgin, D. ve Ateş, (2014). Halkla İlişkiler Yöneticileri ve Duygusal Zeka. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(33), 855-871.
- Tomur, K., Kol, İ. ve Bilaçlı, C. (2016). *Sinema Hizmetleri Sektör Raporu*. Ankara: T. C. Rekabet Kurumu.


- Türkal, İ. ve Taşçıoğlu, R. (2018). Türkiye’de Halkla İlişkilerin Stratejik Rolü: İnsan Kaynakları Sitelerindeki İş İlanları Üzerine Bir İnceleme. *Atatürk İletişim Dergisi*, 15, 37-57.
- Türten, B. (2021). Film Festivalleri ve Turizm İlişkisi: Belgesel Film Yönetmenleri Üzerine Bir Çalışma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 8, 205-230.
- Uğurlu, E. G. ve Aşkan, H. (2018). Türkiye’deki Uluslararası Film Festivalleri ve Uluslararası Eskişehir Film Festivali İzleyici Araştırması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 81-98.
- Uluç, G. ve Yarcı, A. (2017). Sosyal Medya Kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52, 88-102.
- Uygun, V. (2019). Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Kavramının Konumu: Anlayış, Uygulama ve Karşılaştırma. *Maarif Mektepleri Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 1(3), 20-36.
- Wang, Y. ve Yang, Y. (2020). Dialogic Communication on Social Media: How Organizations Use Twitter to Build Dialogic Relationships With Their Publics. *Computers in Human Behavior*, 104, 1-8.
- Yaşartürk, G. (2012). *Eleni, Niko ve Yorgi: Türk Sinemasında Rumlar*. Agora Kitaplığı, İstanbul.
- Yetkiner, B. (2018). Türkiye’de Film Festivallerinin Dönüşen Yapısı. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1596-1625.
- Zinderen, A. (2021). YouTube Ortamındaki Haberciliği Haritalandırmak: Gazetecilerin YouTube Haber Kanalları Üzerine Tanımlayıcı Bir Çalışma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(3), 932-950.




## İnternet kaynakları

- [http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_media](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media) (01.02.2024)
- <http://mezopotamyaajansi35.com/tum-haberler/content/view/165014> (02.01.2024)
- <https://www.antalya.bel.tr/Antalyamiz/Altin-Portakal-Film-Festivali> (31.01.2024)
- <https://www.altinkozaff.org.tr/festival/Index/8> (31.01.2024)
- <https://film.iksv.org/tr/festival-hakkinda/tarihce-2> (31.01.2024)
- <https://filmfestankara.org.tr/tarihce> (31.01.2024)
- [http://www.kameraarkasi.org/makaleler/makaleler/2021\\_filmfestivalleri.pdf](http://www.kameraarkasi.org/makaleler/makaleler/2021_filmfestivalleri.pdf) (31.01.2024)
- <https://ozsahiletisim.com.tr/haber/6-malaty-a-uluslararasi-film-festivali-muff-1.html> (02.02.2024)
- <https://sozluk.gov.tr> (01.02.2024)
- [https://www.sabah.com.tr/kultur\\_sanat/2015/11/05/malatyada-festival-heyecani-basliyor](https://www.sabah.com.tr/kultur_sanat/2015/11/05/malatyada-festival-heyecani-basliyor) (04.02.2024)



## Ek 2. MUFF Resmi Instagram Hesabı Ana Sayfası





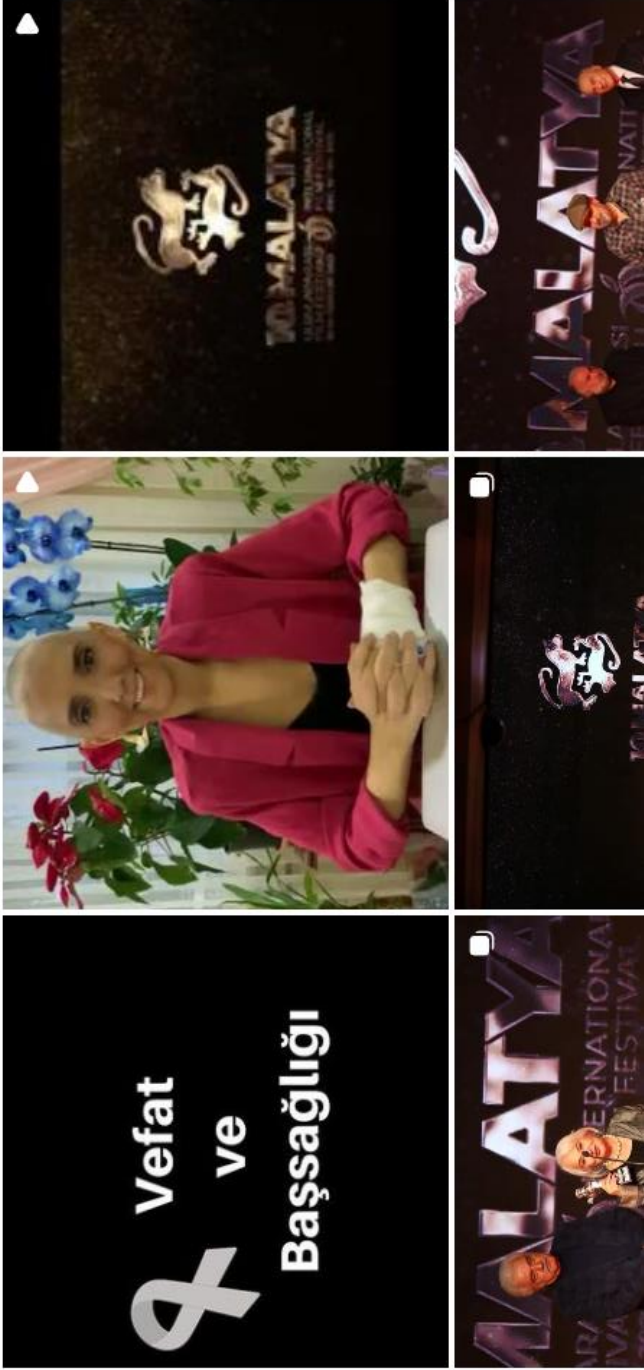
malatyafilmfest   

1.179 gönderi 7.225 takipçi 8 takip

**Malatya Film Festivali**

Malatya Uluslararası Film Festivali / Malatya International Film Festival #malatyafilmfest  
İnönü Mahallesi, İnönü Caddesi, No:197/3, Malatya, Turkey 44070  
[malatyafilmfest.org.tr](http://malatyafilmfest.org.tr)

 GÖNDERİLER  ETİKETLENENLER



The grid displays six posts from the Malatya Film Festivali Instagram account. The top-left post is a black and white image with the text 'Vefat ve Başsağlığı' (Condolences) and a large white female symbol. The top-right post shows a woman in a pink blazer sitting at a table with blue flowers. The middle-left post is a black and white image of a woman in a pink blazer. The middle-right post is a black and white image of a woman in a pink blazer. The bottom-left post is a black and white image of a woman in a pink blazer. The bottom-right post is a black and white image of a woman in a pink blazer.

### Ek 3. MUFF Resmi Facebook Hesabı Ana Sayfası

**10. MALATYA ULUSLARARASI FILM FESTIVALI**  
10-14 ARALIK 2021  
**10. MALATYA INTERNATIONAL**

**Malatya Uluslararası Film Festivali**  
3,9 B beğenme • 3,9 B takipçi

**Gönderiler** Hakkında Bahsetmeler Takipçiler Fotografılar Videolar Diğer

**Künye**  
Sayfa · Sanat ve eğlence  
Malatya Uluslararası Film Festivali Yönetim Merkezi İnönü Mahallesi, İnönü Caddesi, No:197/3 (Kongre Merkezi yanı tarhi kerpiç evler No:3) 44070 Malatya, Malatya, Turkey  
444 5 144  
malatyafilmfest.org.tr

**Gönderi**  
Malatya Uluslararası Film Festivali  
7 Nisan 2022  
10. Malatya Uluslararası Film Festivali Direktörümüz Haydar Işık'ın vefat eden annesi Esmâ Işık'a Allah'tan rahmet, ailesine ve yakınlarına başsağlığı dileriz.

Ek 4. MUFF YouTube Hesabı Ana Sayfası



## Malatya Uluslararası Film Festivali

@malatyauluslararasfilmfest9337 · 232 abone · 117 video

Bu kanal hakkında daha fazla bilgi >

facebook.com/malatyafilmfestivali ve 2 bağlantı daha



Abone olundu >

Ana Sayfa Videolar Oynatma listeleri Topluluk

### Size özel



## Ek 5. MUFF Resmi Web Sitesi Ana Sayfası

FESTİVALE KALAN SÜRE : 767 GÜN -8 SAAT -20 DAKİKA -18 SAATTE

Follow us on:   

**MALATYA**  
ULUSLARARASI  
FILM FESTİVALİ

**MALATYA**  
INTERNATIONAL  
FILM FESTIVAL

[BAŞVURU](#) [FESTIVAL](#) [ÖDÜLLER](#) [FİLMLER](#) [PROGRAMLAR](#) [BASIN](#) [FOTO GALERİ](#) [İLETİŞİM](#)

*Önemli*  
**DUYURU**

Ulusal Yarışma başvuru son tarihi  
05 Kasım tarihine kadar uzatılmıştır.

01 Ekim 2020'den sonraki film festivallerine katılan filmler  
Ulusal Yarışmaya başvurabilirler. Ancak, sinema vizyonu  
gören, televizyonlar ve diğer dijital mecralarda yayınlanan  
filmler başvuruda bulunamaz.

10. MALATYA  
ULUSLARARASI  
FILM FESTİVALİ  
10-14  
ARALIK  
2021  
10. MALATYA

[←](#) [→](#)

https://www.malatyafilmfestivali.com.tr

## Ek 6. 10. MUFF'un Gösterim Çizelgesini Barındıran Broşür 1

**Kurumsal Destekçilerimiz**

**Sponsorlarımız**

MUFF10 *faşunda*

MALATYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ

MUFF MIFF

**GÖSTERİM ÇİZELGESİ** SCREENING SCHEDULE

**GÖSTERİM ÇİZELGESİ**  
 SCREENING SCHEDULE  
**10 ARALIK CUMA / FRIDAY**  
**GÖSTERİM ÇİZELGESİ**  
 SCREENING SCHEDULE  
**11 ARALIK CUMARTESİ / SATURDAY**

SEANS	YEŞİL SINEMALARI SALON 9	YEŞİL SINEMALARI SALON 10	MALATYA PARK AVŞAR SALON 1	MALATYA PARK AVŞAR SALON 2
11.00	İkinci Şans / Second Chance 99'	Kötebekgiller Perli Orman 86	Kötebekgiller 2 - Göggenin Tikımı 85'	Gurbetçi Şaban / Expatriate Şaban 86
13.30	Deli Delik Olma / Don't Be Crazy 100'	"Son Kalle Hacı Bey / The Last Castle: Hacı Bey 100"	72 Köşü / 72 Ward 99'	İçindeki İnsan / The Human in Me
16.00	ANNE / MAJKA 13.28" Lacivert Gece / DARK BLUE NIGHT, 83'	Kar Kırma / Snow White 98'	B2 SUSUNCA 212" Çatlak / FRACTURED, 82'	Bağlık Hasan Comment Hasan 147'
18.30	Mezarci / Grave digger 110'	BR NERER KİMYASINDA 13.55" İki Safak Arasında / BETWEEN TWO DAWNS, 92"	Ben İyi Bir Kişiyim Önce (Before) Was A Good Person 109'	Almanya'ya Hoşgeldiniz WILLKOMMEN IN DEUTSCHLAND 101
21.00	Kısm Gibi Kokuyorsun You Are Smell Like My Daughter 103'	Karanlıkta Uyananlar The People Who Wake Up In The Dark 114'	Mavi Boncuk / Blue Bead 79'	Jarıyan / Jarjan 95'

SEANS	YEŞİL SINEMALARI SALON 9	YEŞİL SINEMALARI SALON 10	MALATYA PARK AVŞAR SALON 1	MALATYA PARK AVŞAR SALON 2
11.00	Kötebekgiller 2 - Göggenin Tikımı 85	Ulusal Kısa Metraj Panorama National Short Film Panorama	Mevlâkati / Motherland 105	Atlas Parçası / Part of Fike 89'
13.30	Kaos / Chaos 111'	Goca Yarığın Tohumları / SEEDS OF GOCA YORUK, 50 "Kırve - Avşarlar / KIRVA, 'AFSHARS' 42"	KONUŞMA 7.45" Kumbura / PENNY BANK, 94'	Tomeris 195'
16.00	HEADSHOT III Sardunya / GERANLIK, 83'	Ailin Tobot / ALI'S NATURA, 87'	No Doubt, Mexico Eibetta, Mexico 82'	Tomeris 195'
18.30	BR - GİTTEBAR DOT 14" İçindeki Kahraman / The Hero in Me 83	Kanısca / JANT 116'	Bir Düş Gördüm IN MY DREAM, 90' <i>premiyer</i>	Lacivert Gece DARK BLUE NIGHT, 87'
21.00	Dublaaj Dizeeri / Fix with Dubbing 125'	Garp / Odd 96'	The Unnamed / İsmisiz 100'	Nereden Fıruze Where Are U Fıruze 120'

## Ek 7. 10. MUFF'un Gösterim Çizelgesini Barındıran Broşür 1

GÖSTERİM ÇİZELGESİ SCREENING SCHEDULE		12 ARALIK PAZAR / SUNDAY			
SEANS	YEŞİL SINEMALARI SALON 9	YEŞİL SINEMALARI SALON 10	MALATYA PARK AVŞAR SALON 1	MALATYA PARK AVŞAR SALON 2	
11.00	Yaşamak Güzel Şey Living is Beautiful Thing 105'	Bitmeyen Yol Unending Road 93'	SoguşPogu Büyük Define 80'	Mülteci /Refugee 109'	
13.30	Goça Yarığın Tohumları SEEDS OF GOCA YORUK, 30' Kirve - Aşşarlar KIRWA "AFSHARS" 42'	Birim İçin/SACRIFICE, 37' Evvvel Zaman İçinde Kalbur Aramak LOOKING FOR A SADDLE IN ADVANCED TIME, 37'	200 Meters*/200 Metre 97'	Çihadiye 1532' 10" Q/N 8'	
16.00	ŞİN 8.25' Bir Düş Göküm IN MY DREAM, 90'	Yüzyıldır Açılmamış Mektuplar* LETTERS UNO PENED FOR A CENTURY, 35' Bir Ömrür Anadolu A LIFETIME OF ANATOLIA, 40'	In Between Dying* Doğünk Ötümür Arasında 88'	KAYA 15.10' Bombeyaz/PURE WHITE 98'	
18.30	Kumbara*/PENNY BANK, 94'	Buzkırn*/ICEBREAKER, 60' Heyamola*/THE ROAD TO FREEDOM, 37'	When The Persimmons Grow* Humalar Büyüküğü Zaman 118'	Father's*	
21.00	Öteki Taraf/ The Other Side 104'	Taçsız Kral/ The King Without Crown 90'	The Skin*/Deri 90'	Mavi Boncuk/ Blue Bead 79'	

GÖSTERİM ÇİZELGESİ SCREENING SCHEDULE		13 ARALIK PAZARTESİ/ MONDAY			
SEANS	YEŞİL SINEMALARI SALON 9	YEŞİL SINEMALARI SALON 10	MALATYA PARK AVŞAR SALON 1	MALATYA PARK AVŞAR SALON 2	
11.00	Mandira Filozofu 105'	Köstebeğikler Perili Orman 86'	Yüzyıldır Açılmamış Mektuplar LETTERS UNO PENED FOR A CENTURY, 35' Bir Ömrür Anadolu A LIFETIME OF ANATOLIA, 40'	SoguşPogu Büyük Define 80'	
13.30	İçimdeki Kahraman*85' The Hero in Me	Günüdayan Kâğıtlar* 97'	Acı ve Tatlı */BITTERSWEET 70' Yusufl/ YUSUF, 30'	AYNI GECE/NINLAC/VERTİ 15' Ailin Tabiatı/MALIS NATURA , 37'	
16.00	15 Temmuzun Objektifleri* Lenses of Fifteen July's 90'	Birim İçin*/SACRIFICE, 37' Evvvel Zaman İçinde Kalbur Aramak* LOOKING FOR A SADDLE IN ADVANCED TIME, 37'	Sarıyınca*/IGERANIUM, 83'	Bağlık Hasan* Commitment Hasan 147'	
18.30	Koridor*/CORRIDOR, 74'	Babamın Ceketini * My Father's Jacket 99'	Gleis 17/11 Vagon 62'	Bombeyaz*/PURE WHITE, 98'	
21.00	2012 158'	Ak Mevsim/Hunting Season 143'	Kanalizasyon/Kanalizasyon 90'	Sultan/Sultan 87'	


  

GÖSTERİM ÇİZELGESİ SCREENING SCHEDULE		14 ARALIK SALI TUESDAY			
SEANS	YEŞİL SINEMALARI SALON 9	YEŞİL SINEMALARI SALON 10	MALATYA PARK AVŞAR SALON 1	MALATYA PARK AVŞAR SALON 2	
11.00	Gökü/Gülü 84'	Buzkırn*/ICEBREAKER, 60' Heyamola*/THE ROAD TO FREEDOM, 37'	Ulusal Kısa Metroj Yarışma Fimleri Gösterim ve Söyleşiler* National Short Film Competition Screenings and Talks	Yaşamak Güzel Şey Living is Beautiful Thing 105'	
13.30	Kızım İçin For My Daughter 105'	Keşkedan Heran Önce I Wish Just Before* 121'		İki Şafak Arasında BETWEEN TWO DAWNS, 92'	
16.00	Çatlak*/FRACTURED, 82'	Acı ve Tatlı*/BITTERSWEET 70' Yusufl/ YUSUF, 30'		Saklı Yüzler Bosna Hidden Faces Bosnia 95'	
18.30	Kara Göküm My Black-Eyed 94	Babam ve Oğlum My Father and Son 108'	MERYEM 20' Koridor*/CORRIDOR, 74'	Biz Böyleyiz The Way We Are 121'	
21.00	Yedi Kocak Hümmüz Hümmüz with Seven Husbands 122'	Neredesin Fiuzte Where Are U Fiuzte 120'	Bir Yalnızlık Şarkısı: A Loneliness Song 78'	Yarık Keklik Wounded Partridge 92'	

## Ek 8. 10. MUFF'un Program Akışını Gösteren Broşür 2

# 10. MALATYA

ULUSLARARASI FİLM FESTİVALI 10-14 ARALIK 2021



INTERNATIONAL FILM FESTIVAL DEC 10<sup>th</sup> - 14<sup>th</sup> 2021

---

**10 ARALIK 2021 CUMA**

**11:00 - (İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ)**

- PROF. DR. AYSUN AKINCI YÜKSEL " MİTOLOJİ, SİNEMA VE TOPLUMSAL CİNSİYET"

PROF. DR. AYSUN AKINCI YÜKSEL İLE MİTOLOJİ, SİNEMA VE TOPLUMSAL CİNSİYET ÜZERİNE İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNE BİR PANEL DÜZENLENECEKTİR.

**12:00 - (MÖVENPICK OTEL)**

- TURGAY TANÜLKÜ İLE "SİNEMADA BİR SES" SÖYLEŞİ

ÜNLÜ OYUNCU TURGAY TANÜLKÜ İLE MÖVENPICK OTEL'DE "SİNEMADA BİR SES" BAŞLIKLİ BİR SÖYLEŞİ GERÇEKLEŞTİRİLECEKTİR.

**13:30 - 16:00 (AVŞAR SİNEMA)**

- 72. KOĞUŞ GÖSTERİM, KEREM ALIŞIK İLE SÖYLEŞİ VE PLAKET TAKDİM TÖRENİ

**13:30 (İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ)**

- HAYRİ ÇOLAŞAN İLE "İYİ FİLM NEDİR?" (İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ)

ÜNLÜ YÖNETMEN HAYRİ ÇOLAŞAN İLE İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİYLE "İYİ FİLM NEDİR?" BAŞLIKLİ BİR ATÖLYE DÜZENLEYECEKTİR.

**19:30 (KONGRE KÜLTÜR MERKEZİ)**

- KIRMIZI HALI GEÇİŞ TÖRENİ

**20:00 (KONGRE KÜLTÜR MERKEZİ)**


- AÇILIŞ TÖRENİ

**11 ARALIK 2021 CUMARTESİ**

**19:30 (AVM)**

- ŞAHİN KENDİRCİ İLE MİNDER SOHBETLERİ

ŞAHİN KENDİRCİ, AVM MİNDER SOHBETLERİNDE SEVENLERİYLE BULUŞACAK.



Ek 9. 10. MUFF Kapsamında Gerçekleştirilen Minder Sohbetleri Duyurusu

MUFF MIFF

10. MALATYA  
ULUSLARARASI  
FILM  
FESTIVALI  
10-14  
ARALIK  
2021  
10. MALATYA  
INTERNATIONAL  
FILM  
FESTIVAL  
10<sup>TH</sup> - 14<sup>TH</sup>  
DECEMBER  
2021

**MİNDER  
SOHBETLERİ**

**ŞAHİN KENDİRCİ**

11 Aralık Cumartesi / 19.30  
MALATYA PARK AVM

MUFF10 kapsamında

T.C. KÜLTÜR VE TURİZM  
BAKANLIĞI  
MALATYA İLİ  
BÜYÜKŞEHİR  
BELEDİYESİ  
SINEMA  
YESİLYURT  
BELEDİYESİ  
MALATYA  
TURGUT ÖZAL  
ÜNİVERSİTESİ  
MalatyaPark  
AVM

## Ek 10. 10. MUFF Basın Bülteni Örneği

### Malatya Uluslararası Film Festivali / Malatya International Film Festival

26 Kasım - 02 Aralık 2010

November 26th - December 2nd 2010

Yapılan araştırmalar ve arkeolojik kazılar sonucunda, tarihi geçmişi Paleolitik ağa kadar uzanan Malatya'da, M. Ö. 7000 yıllarında ilk yerleşimin başladığı anlaşılmıştır. Daha sonra Hitit, Asur, Urartu, Pers, Roma, Bizans, Arap, Selçuklu ve Osmanlı egemenliklerini yaşamıştır. Binlerce yıllık tarihiyle dünyanın en eski sarayı ve kral mezarına ev sahipliği yapan Malatya, şimdi yeni bir festivale ev sahipliği yapıyor.

*Malatya Valiliği ve Malatya Kayısı Araştırma - Geliştirme ve Tanıtma Vakfı* tarafından bu yıl ilk kez düzenlenen *Malatya Uluslararası Film Festivali*, 26 Kasım Cuma günü perdelerini aarak tüm sinemaseverlere ve Malatyalılara merhaba diyecek. Dünyanın dört bir yanından nitelikli yapımları seyirciyle buluşturacak olan *MUFF*, filmlerin yanı sıra etkinlikleriyle de sinema dolu bir hafta yaşatacak. Bu yorucu, ama bir o kadar da keyifli geçecek festival maratonu 02 Aralık Perşembe gecesi *Ödül Töreni*'yle sona erecek.

Festival süresince 65'i uzun metraj olmak üzere, belgesel ve kısa filmlerle birlikte 100'e yakın film sinemaseverlerle buluşacak. Gösterim programında 2010 yapımlarının yanı sıra, usta sinemacıların son filmleri ve sinema dünyasının yeni keşfi gec yönetmenlerin ilk filmleri izleyicilerle buluşacak.

Festival programında yer alacak filmler; Yarışmalı Resmi Bölüm, Galalar, Panorama (Dünya Sineması), Japon Sinemasının Yedi Yüzü, Ödüllü Belgesel Filmler, Retrospektif, Kemal Sunal'ın Anısına, Yaprak Dökümü, Görme ve İşitme Engelliler İçin Filmler, Çocuk Filmleri, Dünya Tersine Dnse Senden Vazgeçmem ve Onur Ödülü başlıkları altında gösterilecek.

Sinemaseverler gösterimlerin sonrasında filmlerin oyuncu ve yönetmenleriyle yapılacak söyleşiler de, akıllarında kalan soruları paylaşma ve cevaplarını alma imkanı da bulacak.

*MUFF* ilk yılından başlayarak her yıl, filmleriyle sinemaseverlerin gönlünde taht kurmuş, Türk sinemasının iki büyük ismine 'Festival Onur Ödülü' verecek. Bu yıl verilecek ödüllerde, sanatlar ödüllerini *Açılış Gecesi*'nde alacak. Ayrıca en sevilen filmlerinden biri, yıllar sonra beyazperde de bir kez daha gösterilecek. Sanatlar bu gösterimlerde sevenleriyle buluşacak.

Türk sinema tarihinin önemli bir yapıtı, yenilenmiş kopyası hazırlatılarak, önce Festival'in *Açılış Gecesi*'nde konuklara, ardından da Festival salonlarında Malatyalı sinemaseverlere sunulacak. Festival'in ardından bu filmin yeni kopyası ulusal sinema arşivine kazandırılacak.

Sinemaseverler -özellikle genciler- dolu dolu bir festival haftası yaşayacak. Ücretsiz sinema kurslarıyla, bir filmin tüm yapım süreçlerini, sinema sektörünün önde gelen isimlerinden öğrenecek. Senaryo, oyunculuk, film çekimi, ses ve kurgu gibi ayrı ayrı alanlarda verilecek atölyelerde, daha spesifik ve derinlemesine bilgiler alarak, teorik bilgilerini pratikle buluşturacaklar.

Film gösterimleri, sinema kursları, atölyeler, sergiler, panel ve söyleşilerle dolu; kültür sanat hayatınızı sinemayla renklendirmeye hazırlanan *Malatya Uluslararası Film Festivali*'nde buluşmak dileğiyle İyi Festivaller!|

Ek 11. 10. MUFF Kapsamında Gerçekleştirilen Söyleşi Duyurusu



MUFF MIFF

10. MALATYA ULUSLARARASI FİLM FESTİVALI 10-14 ARALIK 2021

10. MALATYA INTERNATIONAL FILM FESTIVAL 10<sup>TH</sup> - 14<sup>TH</sup> DECEMBER 2021

**söyleşi**

**COŞKUN ARAL**

*Konu;*  
BİR HABERCİ'NİN  
DÜNYA GÜNCEİ

13 Aralık Pazartesi / 12.00  
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ  
HOCA AHMET YESEVİ  
KONFERANS  
SALONU

MUFF10 *fasında*

Malatya Park AVM

Malatya Park AVM

## Ek 12. 10. MUFF'un İptal Edildiğini Duyuran Bildiri



Malatya Uluslararası Film Festivali, Aziz milletimizin ve Malatyamızın manevi değerlerini esas alan hususiyetlerin beyaz perdeye yansımaları sağlamak, İlimizin ulusal ve uluslararası alanda tanıtımına katkı sunmak amacıyla 2010 yılında, Malatya Valiliği, Malatya Belediyesi ve ilgili tüm kurum ve kuruluşların destekleriyle başlatılmıştır.

Bugüne kadar düzenlenen festivallerde, Malatya'dan Ülkemize ve tüm dünyaya beyaz perde vasıtasıyla verilmek istenen mesajlara, ailemizin ve toplumumuzun temelini oluşturan manevi değerlerimiz ve bizi biz yapan geleneklerimiz temel oluşturmuştur.

Bu yıl 10'uncusunu tertip etmeyi planladığımız festivalin hazırlıklarının yürütüldüğü bu süreçte, bazı basın-yayın organları ve sosyal medyada toplumsal değerlerimizi rencide eden bazı ifadeler yer verilmesi, bizleri üzmüştür.

Diğer taraftan, Ülkemizde ve tüm dünyada etkisini artıran pandemi sürecinde tedbir maksatlı alınan kararların öneminin her geçen gün daha fazla hissedildiği, herkesin malumudur.

**Bu gelişmeler müvacehesinde yapılan değerlendirme neticesinde, iyi niyetle çıkılan bu yolda bazı yayın organlarında ve sosyal medyada yer alan haberler ve bundan kaynaklı olumsuz tartışmaların önüne geçmek, yeni spekülasyonlara yol açmamak, festivalin önümüzdeki yıllarda daha sağlıklı bir şekilde yapılabilmesini sağlamak amacıyla, pandemi sürecinin gereksinimleri de dikkate alınarak, bu yıl 10'uncusu düzenlenmesi planlanan Malatya Uluslararası Film Festivali, organizasyon paydaşlarının ortak kararı ile iptal edilmiştir.**

Kamuoyuna saygıyla duyurulur.

**Malatya Uluslararası Film Festivali Tertip Komitesi**



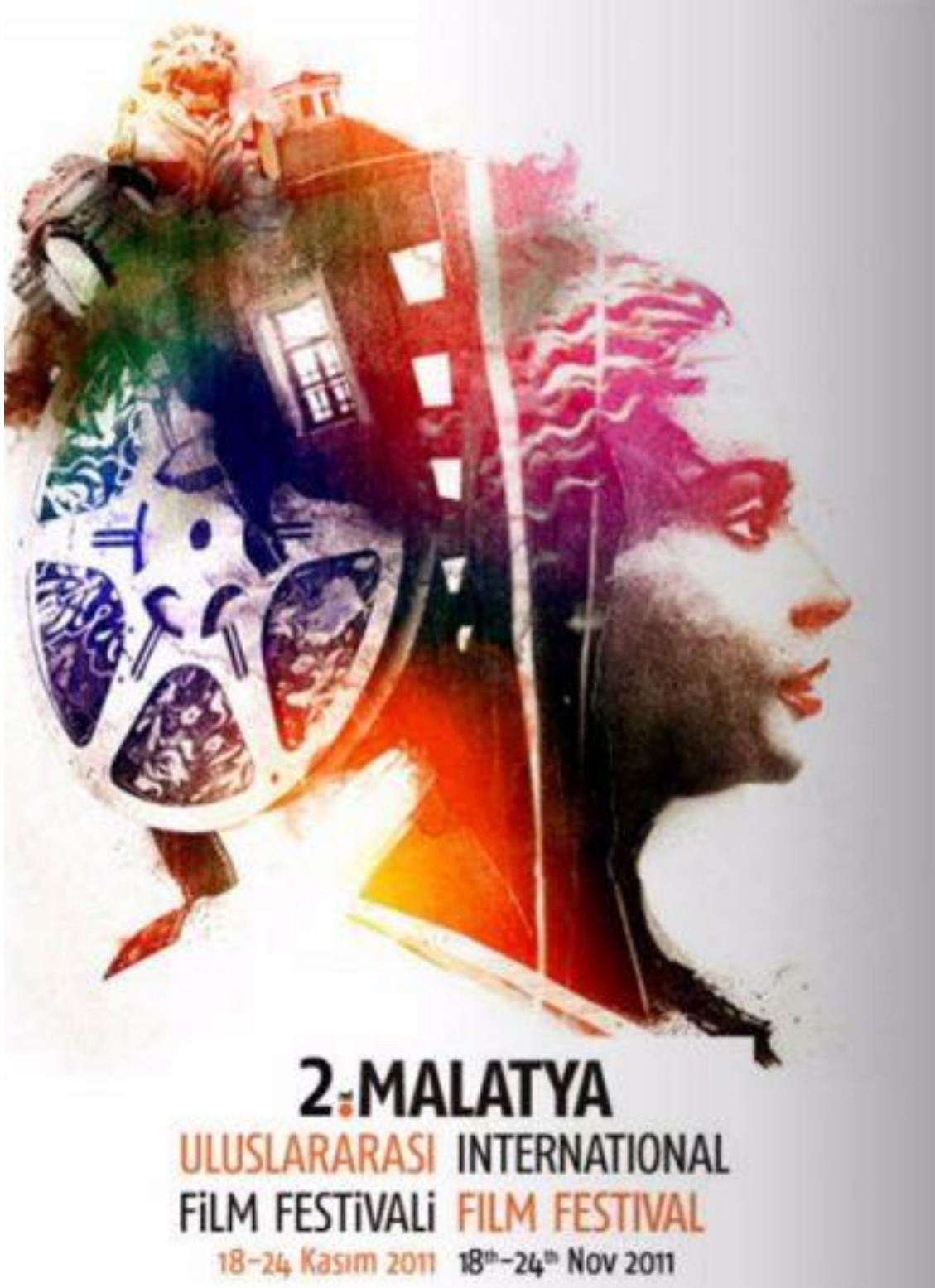
### Ek 13. Festivalin Yerel Sponsorlarının Ödüllendirildiği Tören



Ek 14. 1. MUFF Afifi (2010)



Ek 15. 2. MUFF Afifi (2011)



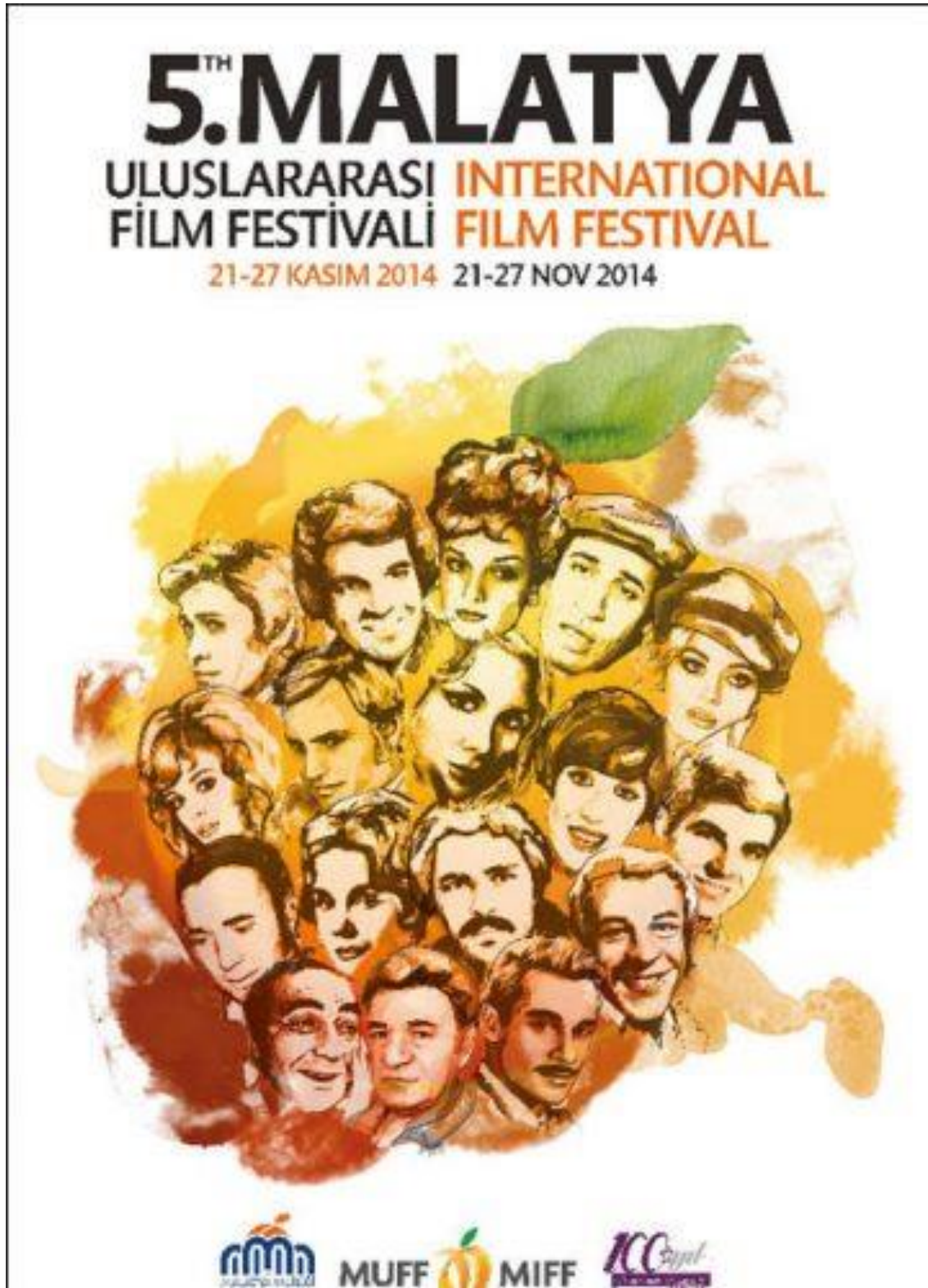
Ek 16. 3. MUFF Afifi (2012)



Ek 17. 4. MUFF Afifi (2013)



Ek 18. 5. MUFF Afifi (2014)



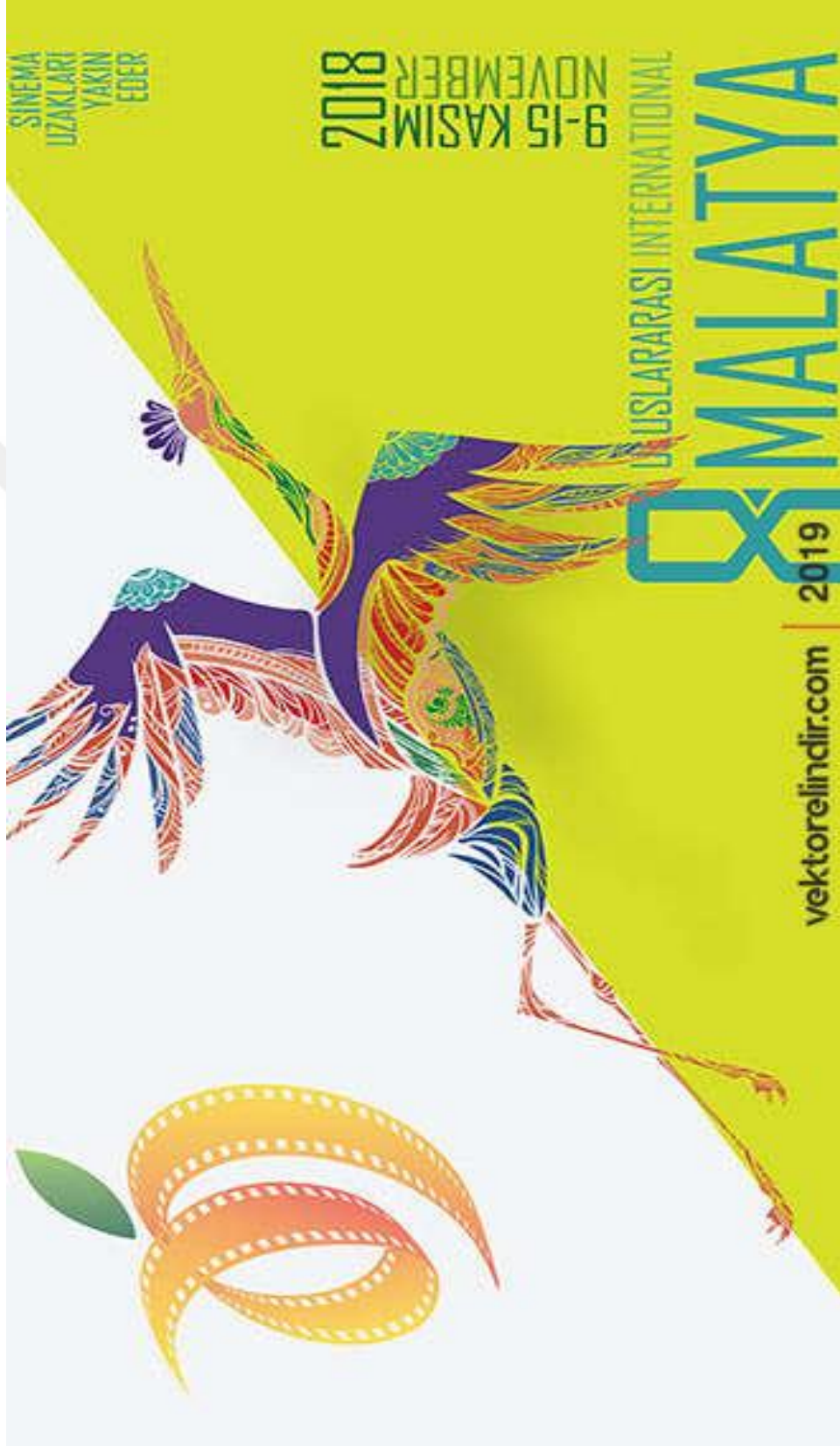
Ek 19. 6. MUFF Afifi (2015)



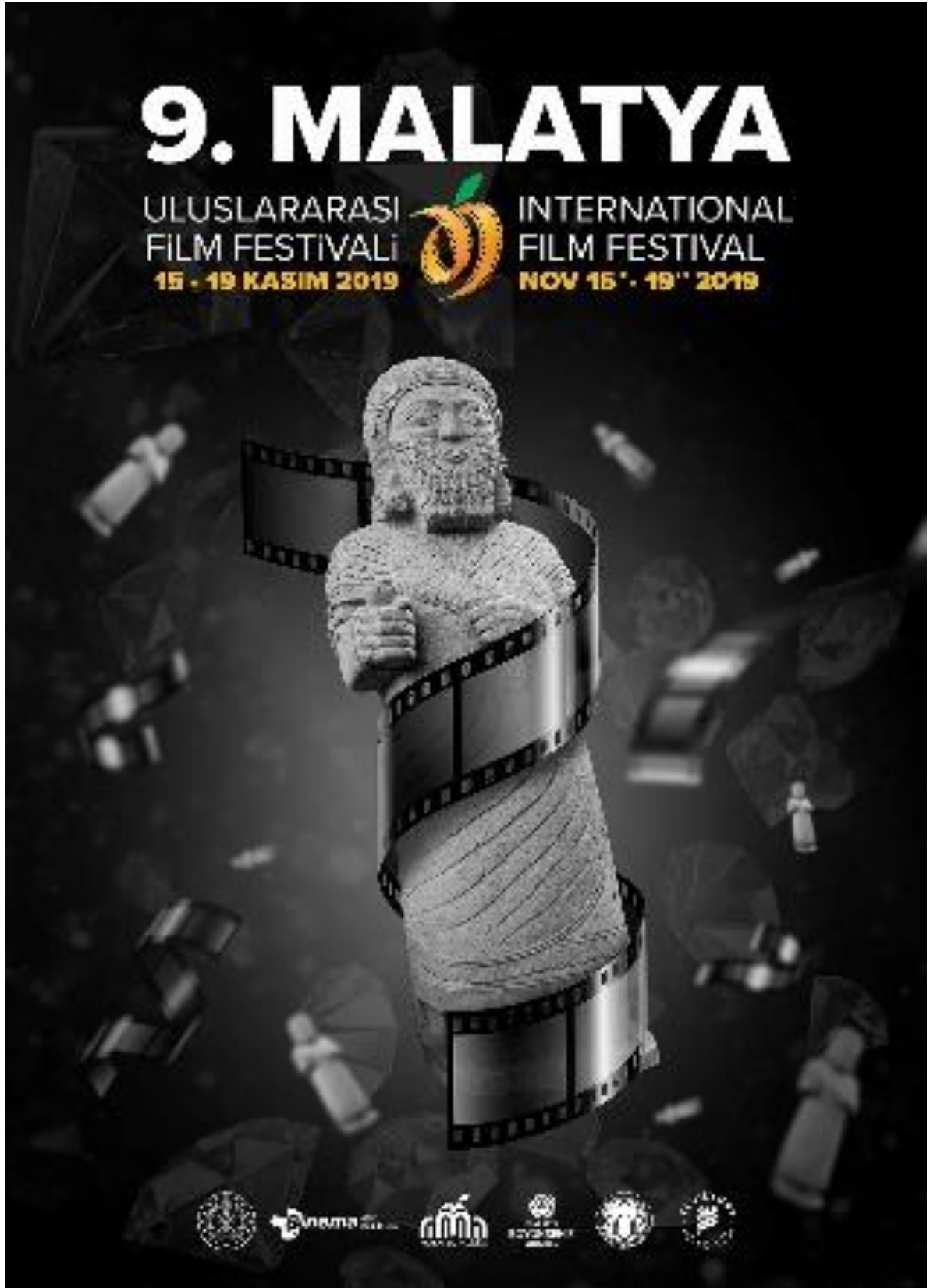
Ek 20. 7. MUFF Afifi (2016)



Ek 21. 8. MUFF Afifi (2018)



Ek 22. 9. MUFF Afifi (2019)



Ek 23. 10. MUFF Afifi (2020)

