

EPISODE

NATALIA DYER
CHARLIE HEATON
JAMIE CAMPBELL BOWER
+
MATT DUFFER
ROSS DUFFER

SON BİR
MACERA

STRANGER THINGS'E
EPIK BİR VEDA



221B

TÜRKİYE'NİN İLK VE TEK POLİSİYE KÜLTÜR DERGİSİ



221B

mylosyayingrubu.com



/221bdergi



/221bdergi



/221bdergi



EDİR ÖRDÖN // OBEN BUDAK

Koskoca bir yılı geride bırakmamıza sadece bir ay kala, bu heyecanın ve yıl sonu muhasebesinin tam ortasında dopdolu bir sayıyla yine sizinleyiz. Aralık her zaman bir mola, bir nefes alma ve geleceğe umutla bakma ayıdır. Yeni yıl beklentileri, o meşhur "bu sefer olsun" diye kendimize verilen sözler... Bu ayın en önemli vurgusu, o sözleri tutma azmini içimizde yeşertmek!

Bu sayımızda uzun zamandır beklenen *Stranger Things*, 5. sezonla ilgili dosya konumuzla karşınızdayız. Özel röportajlar ve Orçun Onat Demiröz'ün dizinin perde arkasını ve beklenen sonu detaylıca ele alan dosyasıyla Hawkins'teki son maceraya hazırlanıyoruz. Bu dosya, serinin hayranları için kaçırılmayacak bir kaynak.

Aralık sayısının en keyifli işi benim için Yasemin Şefik ile yaptığım derin sohbet oldu. Kendisi, radyonun güçlü sesi ve sahnelerin yüksek voltajlı enerjisini bir kenara bırakıp TOD'da yayınlanan *Duyulan Şehirler* belgeseliyle bize rehber oluyor. Bunun yanı sıra Prime Video'nun merakla beklenen yeni filmi *Dímelo Bajito*'nun başrolleri ile Kuzey ve Güney Avrupa Orijinal İçerikler Başkanları Tara Erer ve Nicole Morganti ile yaptığım röportajlar da Episode'da.

Özlem Özdemir, The Walt Disney Company Türkiye Drama Direktörü Türkan Yurdam Doğan ile bir araya gelerek yerli içeriklerin yönünü, izleyici beklentisini ve geleneksel yayıncılıkla dijital platformların günümüzdeki duruşunu masaya yatırdı.

Ayın çarpıcı analizlerinden biri, MTV'nin kapanması ve Warner Bros. Discovery'nin satışa çıkması üzerine Orçun Onat Demiröz'den geliyor. Onun "İnternetin Ölümü ve Beyin Çürümesi" başlıklı yazısı, Yapay Zekâ ve algoritma tuzaklarıyla yayılan düşük kaliteli içeriklerin (Brain Rot) zihnimiz üzerindeki etkilerini ele alıyor.

Bu dijital karmaşanın tam ortasında oyuncu ve sektör profesyonellerinin sesi de yankılanıyor: Yasemin Şefik mizahi ve eleştirel diliyle "Davetli Listesinde Hep Aynı 250 Kişi" yazısıyla Türk gala kültürünün "güleriz ağlanacak haline" hikâyesini anlatıyor. Ayrıca menajerlik dünyasına dair haklı eleştirileri ve Nejat İşler ile ilgili yazısı da Episode sayfalarında!

Ressam RU! "Stanislavski Kod Yazsaydı Netflix Onu İşe Alır mıydı?" başlıklı yazısında, Stanislavski metodu ile günümüzün veri odaklı Netflix algoritmasını karşılaştırarak sanat ve kod arasındaki ironik ilişkiye dikkat çekiyor.

Emir Kula, "İşıltılı Hayaller, Gerçek Sahneler: Oyunculuk Yolunun Kamera Arkası" yazısıyla, oyunculuk hayalinin zorlu ve virajlı yolunu dürüstçe ortaya koyuyor. Sinem Vural, "MultiTalent Çağı: Sadece Oynayan Değil, Söyleyen Oyuncular" başlıklı yazısında, artık yeteneği tek bir kutuya sığdırmayan yeni izleyici beklentisini inceliyor.

Mimar Cengizhan Özcan, "Ekrandaki Türkiye: Dizilerin Mimari Hafızası" yazısıyla yalılar, loft daireler ve süslü mekânların sosyolojiden çok bir "ideal yaşam fantezisi" sunduğunu, mimarının hikâyesinin sessiz ama en güçlü oyuncusu olduğunu gösteriyor. Gazeteci Emre Özpeynirci, "Otomotiv Pazarlamasında Yeni Vites" başlığıyla otomotiv markalarının itibarı transfer etme stratejilerini ele alıyor. Zeynep Gürer ve Mert Gürer, Al Yapım'ın YZ destekli ilk dizisi "Castle Walls" üzerinden, yapay zekânın dizi ve film endüstrisine getirdiği dönüşümü, avantajları ve potansiyel sorunları bilimsel bir çerçevede tartışıyor.

Ayrıca Ayşegül Gündoğdu ekranların en nahif dizilerinden *Ben Leman* eleştirisiyle, Make-Up Artist Yasin Şefik, *Kıskanmak* dizisindeki makyajın sessiz dilini analiz eden yazısıyla, Su Karacan ise hikâyenizi baştan yazmanız için umut dolu 8 filmle Episode'a katkıda bulunuyor. Alev Kurtuluş da "Yıldız Haritası Açıldı" yazısıyla *Eşref Rüya* karakterlerinin astrolojik portrelerini çıkarıyor.

Umarız bu sayımız, yılın son ayında hem eleştirel bir bakış açısı sunar hem de sizi yeni başlangıçlar için motive eder. Keyifli okumalar ve umut dolu bir yeni yıl dileriz!

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

OBEN BUDAK

oben@episodedergi.com

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

YASEMİN ŞEFİK

yasemin@episodedergi.com

YAZI İŞLERİ

YAĞMUR ÇÖL

yagmur@episodedergi.com

YOLDAŞ ÖZDEMİR

yoldas@mylosyayingrubu.com

EDİR ÖRLE

ENGİN İNAN, ORÇUN ONAT

DEMİRÖZ, ONUR BAYRAKÇEKEN,

SEVTAP TUZCU

GÖRSEL YÖNETMEN

CANSU ÖZCÖMERT

cansu@mylosyayingrubu.com

REKLAM VE PROJE: YOLDAŞ ÖZDEMİR

yoldas@mylosyayingrubu.com

MYLOS YAYIN GRUBU YAYINCILIK

DANIŞMANLIK HİZMETLERİ LTD. ŞTİ.

Adına Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

ve İmtiyaz Sahibi: ÖZLEM ÖZDEMİR

ARALIK 2025 - SAYI: 62

AYLIK SÜRELİ YAYIN

ADRES: Caferağa Mah. Dr. Şakirpaşa

Sok. NO: 3/A Kadıköy - İstanbul

TEL: 0543 345 46 00

Episode' da yayımlanan tüm yazı, çizim ve karakterlerin yayın hakları saklıdır. Yayınevi, yazar ve çizerin izni olmaksızın hiçbir yazılı, basılı ve görsel yayın organı ve sanal ortamlarda kullanılmaz.

KAPAK GÖRSELİ

KYLE LAMBERT / COURTESY OF NETFLIX

KAPAK DOSYASI: <i>STRANGER THINGS</i> : SON BİR MACERA - OBEN BUDAK	04
KAPAK RÖPORTAJI: MATT DUFFER & ROSS DUFFER	08
<i>STRANGER THINGS</i> : UPSIDE DOWN EVRENİNİN ANA HİKÂYESİNE EPİK BİR VEDA VE İHTİŞAMLI BİR KORKU KOLAJI - ORÇUN ONAT DEMİRÖZ	11
İŞİLTİLİ HAYALLER, GERÇEK SAHNELER: OYUNCULUK YOLUNUN KAMERA ARKASI - EMİR KULA	14
TATLI-ACI BİR İZMİR ESİNTİSİ: <i>BEN LEMAN</i> - AYŞEGÜL GÜNDOĞDU	16
RÖPORTAJ: TÜRKAN YURDAM DOĞAN (THE WALT DISNEY COMPANY TÜRKİYE DRAMA DİREKTÖRÜ)	20
ALA EKONOMİSİ: DAVETLİ LİSTESİNDE HEP AYNI 250 KİŞİ - YASEMİN ŞEFİK	26
MULTİTALENT ÇAĞI: SADECE OYNAYAN DEĞİL, SÖYLEYEN OYUNCULAR - SİNEM VURAL	28
RÖPORTAJ: DIEGO VIDALES & FERNANDO LINDEZ “DÍMELO BAJITO”	30
MTV’NİN KAPANMASI, WARNER BROS. DISCOVERY’NİN SATIŞA ÇIKMASI, İNTERNETİN ÖLÜMÜ VE BEYİN ÇÜRÜMESİ - ORÇUN ONAT DEMİRÖZ	34
EKRANDAKİ TÜRKİYE: DİZİLERİN MİMARİ HAFIZASI - CENGİZHAN ÖZCAN	36
RÖPORTAJ: NICOLE MORGANTI & TARA ERER (PRIME VIDEO AVRUPA)	38
MENAJERLİK MÜESSESESİ ÜZERİNE BİR ŞEYLER SERİSİ - YASEMİN ŞEFİK	42
STANİSLAVSKİ KOD YAZSAYDI, NETFLIX ONU İŞE ALIR MIYDI? - RU!	44
<i>CASTLE WALLS</i> İLE GELENEKSEL DUVARLAR YIKILIYOR MU? - MERT GÜRER & ZEYNEP GÜRER	46
RÖPORTAJ: YASEMİN ŞEFİK “DUYULAN ŞEHİRLER”	48
ÜNLÜLER VE OTOMOTİV MARKALARI - EMRE ÖZPEYNİRCİ	54
YÜZÜN ANLATTIĞI HİKÂYE: KISKANMAK’TA MAKYAJIN SESSİZ DİLİ - YASİN ŞEFİK	56
<i>PLUR1BUS</i> : “BİRÇOK”TAN GELEN HİKÂYE - YASEMİN ŞEFİK	58
<i>EŞREF RÜYA</i> ’NIN YILDIZ HARİTASI AÇILDI - ALEV KURTULUŞ	60
NEJAT İŞLER OLMAK ÜZERİNE: RAHATLIĞIN BEDELİ - YASEMİN ŞEFİK	64
“HİKÂYENİ BAŞTAN YAZMAK” İÇİN UMUT DOLU 8 FİLM - SU KARACAN	66



MYLOS KİTAP'TAN BİLİMKURGU SERİSİ!
HAKAN ÇEVİKLİ'NİN ROMANI
GÖLGE IŞIĞI BEKLER, MYLOS KİTAP'TA!



mylosyayinrubu.com



/MylosKitap



/MylosKitap



/myloskitap

EPI-
SO-
DE

stranger things

NETFLIX

DOSYA



5 STRANGER THINGS

SON BİR MACERA

HAWKINS'TE BÜTÜN SIRLAR AÇIĞA ÇIKMADAN HEMEN ÖNCE...

O KARANLIK DEHLİZLERDEKİ SON RANDEVU. *STRANGER THINGS*'İN İKONİK OYUNCU KADROSUYLA YAPTIĞIMIZ ÖZEL ROUNDTABLE RÖPORTAJINDA VECNA'NIN ZİHNİNDEKİ BİTMEMİŞ İŞTEN EFSANEVİ SET HATIRALARINA KADAR FİNAL SEZONUNUN HER AYRINTISINI DİDİKLEDİK.

YAZI_ RÖPORTAJ//_OBEN BUDAK

“Running Up That Hill” çalmaya başladığında kalbimizin ritmini değiştiren, Eleven’in van’ı devirdiği anın verdiği hazzı unutabilir miyiz? Ya da Eddie Munson’un o ikonik gitar solosuyla kahramanca veda edişini... *Stranger Things*, sekiz yıl boyunca bize sadece nostalji değil, görsel ve işitsel bir miras bıraktı. Bu mirası taşıyan final sezonu yaklaşıyor ve biz, hikâyenin nereye varacağını bilmemenin heyecanıyla yanıp tutuşuyoruz. Acaba final, o unutulmaz anların üzerine çıkabilecek, akıllara kazınacak yeni bir sahne yaratabilecek mi?

İşte bu sorular kafamızda dönerken Zoom aracılığıyla dizinin yeni sezonu için düzenlenen basın gününe katılıp kendimizi, final sezonunun perde arkası mimarları olan **Charlie Heaton (Jonathan)**, **Jamie Campbell Bower (Vecna/One)** ve **Natalia Dyer (Nancy)** ile yüz yüze bulduk. Karşımızda, Hawkins’in karanlık sırlarını taşıyan oyuncular ve yapım ekibi vardı. Roundtable formatının doğası gereği, her bir gazetecinin kendi sorularına odaklanması gerekiyordu. Biz de mikrofonu elimize alıp izleyicinin merak ettiği en can alıcı noktalara dokunmaya çalıştık.

Charlie Heaton, sohbetin hemen başında Duffer kardeşlerin yarattığı dünyanın önemini vurguluyor: “Duffer kardeşlerin her sezon yaptığı güçlü göndermeler, o harika hikâyelere yazılmış bir aşk mektubu gibi.” Gerçekten de öyle, temalar öyle derinlikli kullanılıyor ki, izleyici olarak oturduğunuz yerden bir başka heyecanlanıyorsunuz.

Oyunculardan ilk olarak setteki ilk günlerinin anlatılması istendi. Her oyuncunun heyecan ve kaygı karışımı anıları bu şekilde ortaya çıkmaya başladı.

Jamie Campbell Bower (JCB): “İlk günüm bulanıktı, ateşli bir rüya gibiydi. Vecna için bir kamera testiydi. Dördüncü sezon okumalarında herkesin ne kadar nazik olduğunu fark ettiğimi hatırlıyorum. Tabii ki ilk günün kaygılı ruh hali içindeydim,” diyerek heyecanını paylaştı.

Natalia Dyer’ın setteki ilk günü ise Joe (Keery) ile yatak odası sahnesiymiş. “Çok gergindim ama karakterim için inşa edilmiş o inanılmaz seti görünce heyecanım katlanmıştı. Joe ile çalışmak sinir bozucuydu (gülüyor) ama çok eğlenceliydi.”

Charlie Heaton ise okuma provalarından itibaren çok heyecanlı olduğunu anlattı. Karakterinin sesini oturtmaya çalıştığını, hem okumaya hem de o karakter olmaya çalışmanın ne kadar gergin bir ruh hali yarattığını anlattı. İlk sahnesi ise okulda poster astığı o anmış.

Dizinin popüler kültürde bıraktığı izler tartışılmaz. Peki, onlara göre bu ikonik izlerin en geçerlisi hangisi? Ekip bu konuda tek bir noktada birleşiyor: **El feneri**. Heaton ise buna **Noel ışıkları** ve **alfabeyi** ekliyor: Gerçekten de Joyce’un Noel ışıklarını asıp Will ile iletişim kurduğu sahneyi kimse unutamaz. Ama bisikletlerine atlayıp el feneriyle ormana dalan çocuk figürü gerçekten de dizinin imzalarından biri.

Soru sorma sırası bana geldiğinde, dördüncü sezonla birlikte *Stranger Things*’in aldığı daha karanlık, hatta zaman zaman korku filmi estetiğine kayan ton hakkında konuşmak istiyorum. Bu atmosfer değişimi, performansları nasıl etkiledi ve final sezonunda daha da karanlık bir ton beklemeli miyiz?

Jamie Campbell Bower başlıyor söze: “Sanırım öyle. Evet, hâlâ çok fazla karanlık sahne bekleyebilirsiniz. Dizinin ölçeği katlanarak arttı. Dördüncü sezonu çekerken ‘Vay canına, bu çılgınlık!’ dediğimi hatırlıyorum ve beşinci sezon bunu çok aştı. Korku referansları ve benzeri her şeyin daha da genişlemesini bekleyebilirsiniz.”

Natalia Dyer sözü devam ettiriyor: “Bu dizi, sezondan sezona farklı bir tona sahip oldu. Birinci sezon daha gerçekçi ve ciddiydi; üçüncü sezon ise daha popüler ve eğlenceli. Ama evet, geçen sezon kesinlikle daha karanlık hissettirdi. Masada okuduğumuzda insanların kemiklerinin kırıldığı sahneler, ağırlığı ve riskleri etkiliyor. Ve bu sezon da risklerin daha yüksek olmaya devam ettiğini düşünüyorum.”



DİZİNİN POPÜLER KÜLTÜRDE BIRAKTIĞI İZLER TARTIŞILMAZ. PEKİ, ONLARA GÖRE BU İKONİK İZLERİN EN GEÇERLİSİ HANGİSİ? EKİP BU KONUDA TEK BİR NOKTADA BİRLEŞİYOR: EL FENERİ. HEATON İSE BUNA NOEL IŞIKLARI VE ALFABEYİ EKLİYOR.

Ve son olarak **Charlie Heaton**: “Duffer’lar her zaman cilt olarak bahsettiler. Her cilt bağımsız bir bölüm gibiydi ve her cilt yeni bir tona sahipti. Dördüncü sezon, *Elm Sokağında Kâbus* gibi konulara eğiliyor ve o popüler aşk mektubu havasını korumayı başarıyorlar. Bu sayede yeni nesil izleyiciyi bu tür filmlerle tanıştırıyorlar, ki bu harika bir şey.”

Natalia Dyer’a, Nancy gibi 80’lerde ortabatıda bir kasabada güçlü bir kadın karakteri canlandırmak için ne kadar araştırma yaptığı soruluyor. Genç oyuncu: “Bence bunun bir kısmı herhangi bir nesilde büyüyen bir kadın olmaktan kaynaklanıyor. Hâlâ size inanmayan insanlarda kadın düşmanlığını yaşıyorsunuz. Bu durumu deneyimleyebilmek ve gücünü geri aldığı anları yaşamak gerçekten eğlenceli ve rahatlatıcı oldu.” 80’lerde gazetecilik yapan annesinin hikâyeleri role hazırlanmasında büyük katkı sağlamış.

Dizi sadece senaryosuyla değil, 80’leri hatırlama şekli ve ikonik aksesuarlarıyla da ünlü. Set ortamının aksesuar yönünden bir hazine gibi olduğu varsayılırsa o hazineden kendilerine bir hatıra alıp almadıkları soruluyor.

Jamie Campbell Bower: “Bir Vecna eli sakladım. Sanırım içini doldurup bir bardağa koyacağım. Ayrıca iki tane yüz maskesi parçası ve bir çene de vardı ama ben eli tercih ettim,” diyor gülerek.

Natalia Dyer ise Nancy’nin dolabından kot pantolon ve ceket almış. Ve tabii ki birkaç parça peruk! Bütün bunların ona hediye edildiğinin de altını çiziyor: “Çalmadım (gülerek)!”

Charlie Heaton’a ise Duffer kardeşler, Jonathan’ın kamerasını hediye etmiş ki, bu onun için çok özel bir parça.

Maddiyat önemli tabii, peki maneviyat? Diziden tek bir bölüm veya sahne seçmeleri gerekse hangisini yanlarına alırlardı?

JCB, minibüsün devrildiği ilk sezon sahnesini; **Heaton** ise Max’in o unutulmaz sekansını ve ilk sezondaki tuz banyosuna girdiği sahneyi seçiyor.

Bu seçimlerle birlikte röportajın sonuna yaklaşıyoruz. Soru sorma sırası tekrar bana geldiğinde, **Jamie Campbell Bower**’a yöneliyorum:

Dördüncü sezonda Vecna ve Will arasında oluşan telepatik bağ, hikâyeyi daha karanlık ve kişisel hale getirmişti. Final sezonunda bu bağın daha da derinleştiğini, hatta belki daha tehlikeli bir şekilde ele alındığını göreceğiz miydik?

Jamie Campbell Bower: “Vecna ile aramızda bitmemiş bir hikâye olduğunu hissediyorum. İnsanlar bana hep ‘Vecna tekrar geldiğinde ne umuyorsun?’ diye soruyor. Kesinlikle bitmemiş bir iş var ve evet, Vecna’nın gücü Will’in zihnine girmesinde. İşte bu, çekmecelerinde karanlığı arayacak ve karanlığını bulacak.”

Genç oyuncu, daha fazla spoiler vermemek için cevabı kısa kesiyor. İşin heyecanı kaçmasın diye üsteleniyoruz. Sonuçta o büyük finali izleyerek deneyimlemek istiyoruz.

Stranger Things beşinci sezon Netflix’te üç parça halinde yayınlanacak. Dört bölümlük ilk kısım 27 Kasım 2025’te gösterime girmişken üç bölümlük ikinci kısım 26 Aralık’ta ve serinin final bölümü 1 Ocak’ta gösterime girecek.



DUFFER KARDEŞLER: BU KEZ HAWKINS DAHA İLK ANDAN KAOS İÇİNDE!

Final sezonu kapıdayken *Stranger Things*'in yaratıcıları Matt ve Ross Duffer, Hawkins'teki askeri karantinadan Vecna'nın "Hellraiser" esinli dönüşümüne kadar her şeyi anlatıyor. Ayrıca efsanevi oyuncu Linda Hamilton'ın kadroya dahil olma sürecini ve ekibin bu ikonik oyunculara veda ederken hissettiklerini açıklıyorlar.

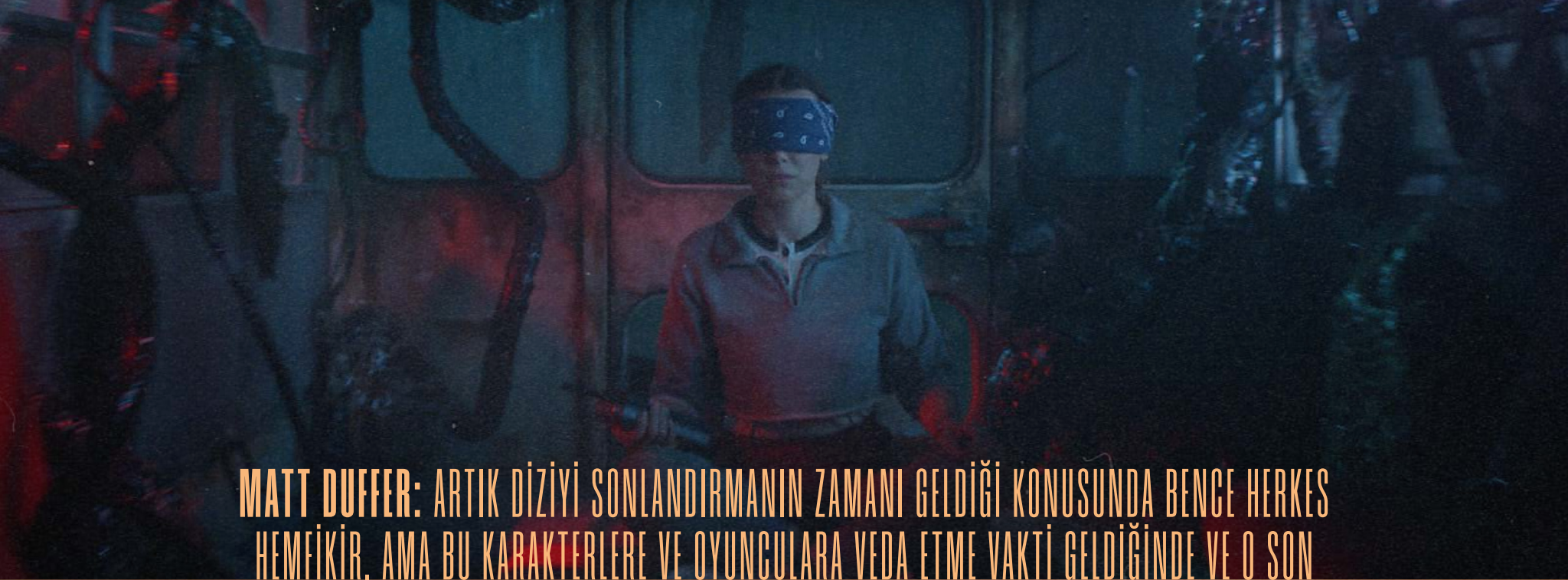
Sekiz yıl boyunca bizi 80'lerin nostaljik derinliğinde, Noel ışıklarının altındaki gizemlerde ve Baş Aşağı Dünya'nın tüyler ürperten karanlığında tuttular. Şimdi, *Stranger Things* efsanesinin son cildi açılıyor. Dizinin yaratıcıları Matt ve Ross Duffer, final sezonunun (5. sezon) önceki maceralardan farkını, başlangıçtaki benzersiz kaos atmosferini ve Hawkins'in artık tamamen değişen yüzünü anlatıyor.

5. sezon, önceki sezonlara göre nasıl daha farklı başlıyor?

ROSS DUFFER: Kahramanlarımız dört sezonun sonunda yenilgiye uğradığı için bu sezon, benzersiz bir şekilde biraz kaos içinde başlıyor. Genellikle onların normal hayatları ve okulun nasıl gittiği gibi güncel durumla başlayıp doğaüstü unsuru sonradan ortaya çıkarırız. Ama bu sezon daha en başından heyecan.

MATT DUFFER: Evet, öyle. Hayatları normal akışında değil. Artık Hawkins'te hiçbir şey normal değil. Kasaba askeri karantina altında, herkesin hareketi kısıtlanmış durumda ve her yerde gözetleme kameraları var. Yani ne onlar ne de hayatları aktif halde.





MATT DUFFER: ARTIK DİZİYİ SONLANDIRMANIN ZAMANI GELDİĞİ KONUSUNDA BENGE HERKES HEMFİKİR. AMA BU KARAKTERLERE VE OYUNCULARA VEDA ETME VAKTİ GELDİĞİNDE VE O SON SAHNELERİ ÇEKTİĞİMİZDE BU BİZİM İÇİN KOLAY OLMADI. AYRILMAK HERKES İÇİN ZOR OLDU.



Linda Hamilton'ın oyuncu kadrosuna katılması nasıl oldu?

ROSS DUFFER: Linda bir efsane. Çok heyecanlandık. Onu bu role seçmeden önce Dr. Kay'ın nasıl biri olacağından tam olarak emin değildik. Ordu mensubu olduğunu biliyorduk. Brenner'dan çok farklı biri olmasını istiyorduk. Linda kadroya katılınca bu karakteri ona göre şekillendirdik. Geleneksel bilim insanı kalıbından ayrıldık ve ona daha askeri bir kişilik kazandırdık. Dr. Kay dövüşebiliyor ve hiç tereddüt etmeden silah kullanabiliyor. Kızdırmak istemeyeceğiniz türden biri.

MATT DUFFER: Casting direktörümüz Carmen Cuba, Linda Hamilton'ı önermeseydi herhalde bu karakterin böyle bir yönü olmazdı. Ama temel fikrimiz de zaten çocukluğumuzdan beri izlediğimiz efsanevi bir oyuncu bulmaktı. Önceki konuk oyuncular Sean Astin ve Paul Reiser gibi Linda da tam olarak bu kategoride. Çocukluğumuzdan beri sevdiğimiz bir oyuncuyla çalışma fikri bizi çok heyecanlandırdı. Rolü kabul edip etmeyeceğini bilmiyorduk ama neyse ki Linda'nın da dizinin hayranı olduğunu ve dört sezonu da izlediğini öğrendik.

Hikâyeye yeni çocuklar, özellikle de Holly'yi dahil etmeye nasıl karar verdiniz?

MATT DUFFER: 1. sezonun ruhunu yeniden yakalamak istedik. O sezonun büyük bir kısmı çocukların etrafında geçiyordu. Bu yüzden Mike'ın kardeşi Holly'yi önemli bir karakter yapmaya karar verdik. Bunu yapınca da onun etrafında bazı arkadaşları olmalıydı. Derek'i sıradan bir zorba karakter olarak dahil etmeyi planlamıştık ama sonra Jake Connelly adlı çocuğu bulduk ve onun çok özel biri olduğunu hissettik. Jake çok çekici ve komik bir çocuk. Bu yüzden onun rolünü sezon boyunca giderek artırmaya karar verdik. Steve Harrington'da yaptığımız gibi, Derek tipik bir zorba olarak başladı ama Jake sayesinde giderek çok daha etkileyici bir karaktere dönüştü.

Bu sezonda Baş Aşağı Dünya ile ilgili neleri açığa çıkarmak istediniz?

ROSS DUFFER: Final sezonunda, Baş Aşağı Dünya'yı araştırmayı ve sonunda ne olduğunu açıklamayı planladık. 1. sezonda Netflix'in bizden bir mitoloji dokümanı istediğini hatırlıyorum. Dizide pek çok olay oluyordu ve bizden bunları açıklamamızı istemişlerdi. Dokümanda bunların hepsini açıkladık ama daha ilk sezonda her şeyi açığa çıkarmak istemedik.

Bu sezonda Vecna ne bakımdan farklı?

MATT DUFFER: Hellraiser filmi ve özellikle de Pinhead karakteri, Vecna için önemli bir esin kaynağı oldu. İlk Hellraiser filminde, bir bedenin doğaüstü bir şekilde yeniden oluşturulması gibi son derece rahatsız edici sahneler var. 4. sezonun sonunda Nancy, tüfeğiyle Vecna'nın vücudunu tamamen tahrip ediyor. 4. ve 5. sezonlar arasında geçen yıllarda Vecna, vücudunu yeniden oluşturuyor ve Hawkins'i ebediyen ele geçirmek için plan yapıyor.



ROSS DUFFER: BU ÇOCUKLARIN BÜYÜMESİNİ İZLEMENİN GERÇEKÜSTÜYDÜ. 1. SEZONDA NE KADAR KÜÇÜK OLDUKLARINI GÖRÜNCE GERÇEKTEN NE KADAR UZUN BİR SÜRE GEÇTİĞİNİ ANLIYOR İNSAN. DİZİ İLK ÇIKTIĞINDA HEPSİ KÜÇÜCÜKTÜ. YANI HAYATLARININ BÜYÜK BİR BÖLÜMÜ BU DİZİDE GEÇTİ. ONLARIN BÖYLE HARİKA GENÇ YETİŞKİNLERE DÖNÜŞTÜKLERİNİ GÖRMENİN MUHTEŞEM BİR DUYGU, İNSANIN HAYATINDA ANCAK BİR KEZ YAŞAYABİLECEĞİ BİR DENEYİM. BUNUN İÇİN MİNNETTARIZ.

Diziye ve oyunculara veda ederken neler hissettiniz?

MATT DUFFER: Bunu kelimelerle ifade etmek zor. Bence herkes bu durumu sindirmeye çalışıyor. Kafa karıştıran bir his. Artık diziyi sonlandırmanın zamanı geldiği konusunda bence herkes hemfikir. Ama bu karakterlere ve oyunculara veda etme vakti geldiğinde ve o son sahneleri çektiğimizde, bu bizim için kolay olmadı. Ayrılmak herkes için zor oldu.

ROSS DUFFER: Sanat yönetmenimizin tasarladığı programa göre her bir oyuncunun son sahnesi aynı zamanda dizideki son günü oldu. Herkes son gününde duygusallaştı ve bu son derece gerçek ve güçlü duygular da oyuncuların dizideki son sahnelerine yansıdı. İzleyicilerin de bunu hissetmesini umuyoruz. Ben izlerken kesinlikle hissettim.

Dizi boyunca çocukların büyümesine şahit olmak nasıldı?

ROSS DUFFER: Bu çocukların büyümesini izlemek gerçeküstüydü. 1. sezonda ne kadar küçük olduklarını görünce gerçekten ne kadar uzun bir süre geçtiğini anlıyor insan. Dizi ilk çıktığında hepsi küçücüktü. Yani hayatlarının büyük bir bölümü bu dizide geçti. Onların böyle harika genç yetişkinlere dönüştüklerini görmek muhteşem bir duygu, insanın hayatında ancak bir kez yaşayabileceği bir deneyim. Bunun için minnettarız.

MATT DUFFER: Küçük yaşta meşhur olan pek çok oyuncunun korkutucu öykülerini duyuyorsunuz. Şöhret onları mahvediyor ve hayatlarını karartıyor. Ama neyse ki böyle bir şey bizim oyuncularımızın başına gelmedi. Bunda kesinlikle şansın da payı var. İyi ebeveynleri olan iyi çocuklardı hepsi de. Ayrıca bu süreci tek başlarına yaşamamalarının da faydası oldu. Hepsinin aynı zorlukları yaşadı. Birbirlerine destek oldular ve bu süreci mantıklı ve makul bir şekilde geçirdiler. En azından ben öyle düşünüyorum. Sebebi ne olursa olsun, iyi insanlar olarak kaldıkları için onlarla gurur duyuyoruz.

STRANGER THINGS:

**UPSIDE DOWN EVRENİNİN ANA HİKÂYESİNE EPİK BİR
VEDA VE İHTİŞAMLI BİR KORKU KOLAJI**

+ YAZI_/_/_ORÇUN ONAT DEMİRÖZ_/_/_ +

Stranger Things'in ilk sezonu 2016'da izleyicilerle buluştu ve Duffer kardeşlerin yarattığı seri yayınlandığı gibi Netflix'in vitrin işlerinden biri olmayı başardı. Aynı zamanda Netflix markasını da büyüten *Stranger Things*, aradan geçen neredeyse 10 yıllık zaman diliminde ise popüler kültürü tanımlayan fenomenlerden biri halini aldı. Hatta bu yönden *Game of Thrones*'un tahtını devraldığını söylemek de yanlış olmaz.

Duffer kardeşler; retro akımların ve nostaljik öğelerin yükselişte olduğu bir dönemde, 1980'lerin renkli kültürünü yeniden kurarak tüm dünyayı ele geçirdi. Elbette bunu da Steven Spielberg, John Carpenter, H.P. Lovecraft ve Stephen King gibi efsanelerden ödünç aldıkları anlatı kalıplarıyla, motiflerle gerçekleştirdiler.

Bu yönden *Stranger Things*, belki orijinal bir evren sunmadı ama ödünç aldığı motifleri kullanma biçimiyle, pastiş özellikleriyle ve 1980'lere dair referanslarla yeni kuşaklar açısından bir başyapıtı dönüştü. Hatta Jean Baudrillardcı bir ifadeyle, *Stranger Things* simülakr düzenindeki modele dayalı biçimiyle fark yarattı. Aslı ile kopyası arasındaki farkın ortadan kalkmasıyla birlikte temsil ilişkisinin yerini yeniden üretilmiş "şey" aldı.



EPISODE 11



Ancak Baudrillard'ın bahsettiği tüketim düzenini bir kenara bırakırsak *Stranger Things*'in etkisi sadece yeni kuşaklar üzerinde olmadı. Geçmişe özlem duyan sınıflar da *Stranger Things*'in yarattığı tsunamiden nasibini aldı. Öyle ki *The Shawshank Redemption* ve *The Green Mile* gibi sinema tarihine geçen filmlere imza atan Frank Darabont, *Stranger Things*'in final sezonu için emeklilikten dönmeyi kabul etti ve yeni sezonda 2 bölüm yönetti.

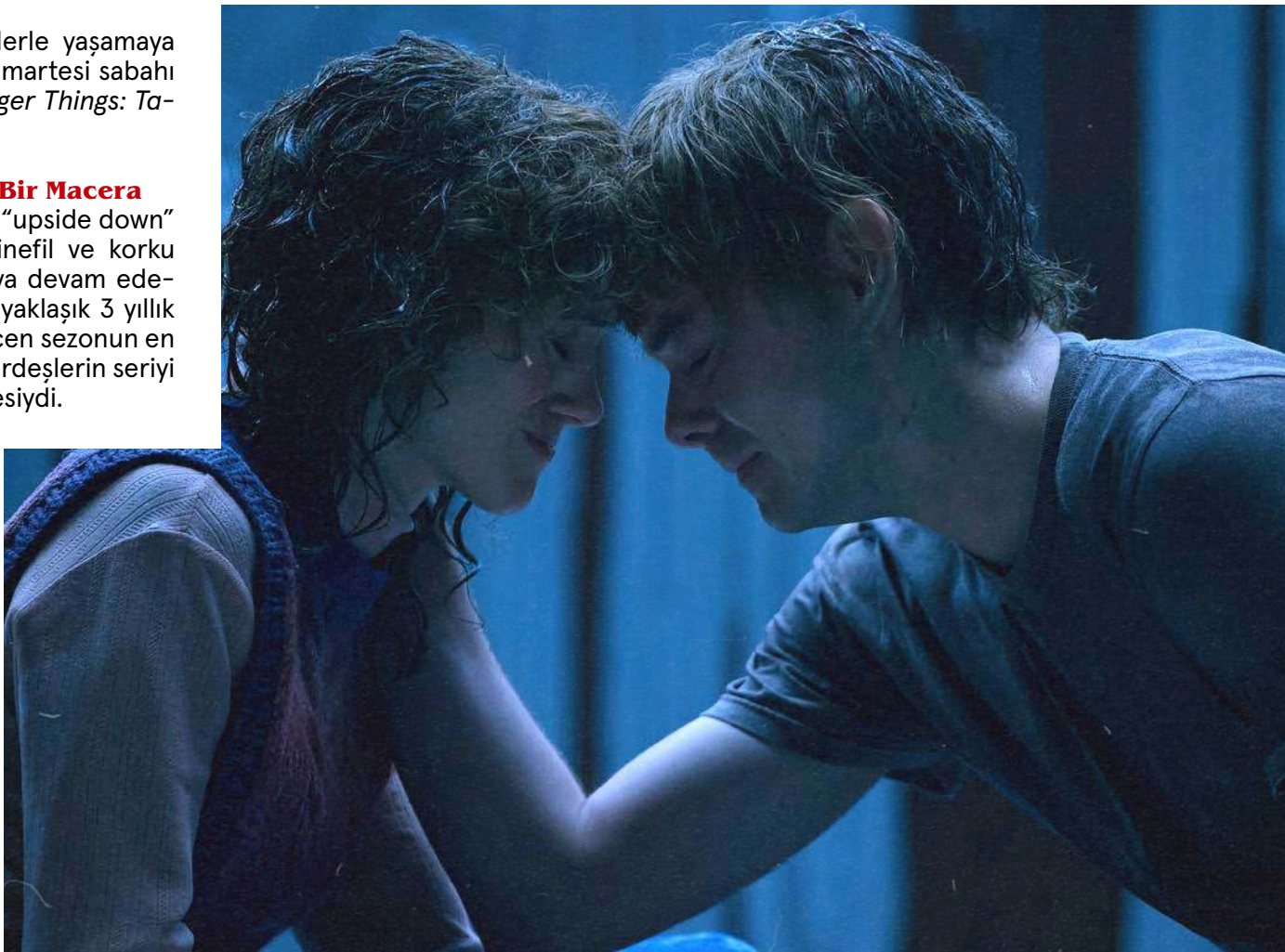
Ayrıca *Terminator* serisinin "Sarah Connor"ı Linda Hamilton da *Stranger Things*'in yeni sezonu için emeklilik planlarını bir kenara bıraktı ve Duffer kardeşlerle yaptığı görüşmeden sonra "Dr. Kay" olarak hikâyeye eklendi. Öte yandan *Stranger Things*'in geçen sezon bölüm başına bütçesi 30 milyon dolar civarındaydı. Final sezonunda ise bu bütçe 50-60 milyon civarında çekildi ve seri TV tarihine geçen bir prodüksiyon, tasarım bütçesine sahip oldu. Dolayısıyla Netflix, *Stranger Things*'in final sezonunun olabilecek en görkemli vedayı yapabilmesi için tüm tuşlara bastı.

Tabii bu süreçte, yaklaşık 10 yıldır Netflix çatısı altında çalışmalarına devam eden Matt ve Ross Duffer kardeşlerin Skydance ile birleşen Paramount'a transfer olması önemli bir kırılmaydı. Kariyerlerindeki bir sonraki aşama için Paramount'a transfer olan Duffer kardeşler, yeni TV serilerinin yanı sıra filmler de üretecek. *Stranger Things* evreniyse başka projelerle yaşamaya devam edecek. Bunlardan ilki de eski cumartesi sabahı çizgi filmlerinin ruhunu yansıtacak *Stranger Things: Tales From '85* animasyon serisi olacak.

Eskimeyen 80'ler Nostaljisi ve Son Bir Macera

Fakat Duffer kardeşlerin yarattığı gizemli "upside down" evreninin geçmişle kurduğu nostaljik sinefil ve korku edebiyatı bağı, uzun yıllar daha yaşamaya devam edecek. Serinin final sezonunun ilk cildi de yaklaşık 3 yıllık meraklı bir bekleyişin ardından geldi. Geçen sezonun en dikkat çekici taraflarından birisi Duffer kardeşlerin seriyi daha karanlık, daha kanlı bir hale getirmesi idi.

BU SEZON UPSIDE DOWN EVRENİNİN YANSITILMA BİÇİMİ GERÇEKTEN ÇOK İHTİŞAMLI. DOĞRUSU STRANGER THINGS'İN FİNAL SEZONU MAKRO EVREN İNŞASIYLA GÖZ ALIYOR. USTA YÖNETMEN FRANK DARABONT'UN "THE TURNBOW TRAP" VE DUFFER KARDEŞLERİN "SORCERER" BÖLÜMLERİ DE ÇIKILAN ZİRVELERDEN.



KURULAN STRANGER THINGS MITİNİN FİNAL SEZONUNA BU ŞEKİLDE BAĞLANMASI ÇOK DOĞRU BİR SONUÇ VERİYOR. ÇÜNKÜ BİR AYDINLANMA ANIYLA BAŞLAYAN FİNAL SEZONU, İZLEYİCİLERE BU ZAMANA KADAR GÖRDÜKLERİ HER ŞEYİN VE TÜM GİZEMİN SONUNDA ÇÖZÜMLENEREK SUNULACAĞININ SİNYALİNİ VERİYOR.

Elbette artan prodüksiyon bütçesinin de etkisiyle tasarım unsurları, özel efektler ve korku öğeleri daha çarpıcı hale gelmişti. Özellikle 4. sezonda *Carrie*, *The Exorcist*, *A Nightmare on Elm Street*, *Hellraiser* gibi kült korku filmlerinin planlarına yapılan direkt göndermeler çok dikkat çekiciydi. Bu nedenle *Stranger Things*'in 4. sezonu bir korku filmi tüneline ya da kolajına benziyordu. O yüzden geçen sezon, korku nerdleri açısından doyurucu bir sezon olmuştu.

Ayrıca soundtrack seçimleri de yine harikuladeydi. Kate Bush'un unutulmaz "Running Up That Hill"i tema müziği olarak kullanılmıştı. Yıllar sonra yeniden listeleri altüst eden "Running Up That Hill" şarkısı, yeni nesiller için de marş dönmüştü ve duygusal açıdan hikâyeyi tamamlayan bir element olmuştu.

Ancak serinin rekor kıran izlenme oranlarıyla artan ekran süreleri hikâye açısından bir sorun teşkil ediyordu. Özellikle 4. sezonun diğer sezonlara göre yaklaşık 5 saat daha uzun olması hikâye arkını sürdürmüştü. Doğrusu Duffer kardeşler bu uzunluğu ve düşük tempoyu farklı yerlere yayılan yan hikâyeler üzerinden çözmeye çalışmıştı. Fakat senaryo dönemeçleri açısından geçen sezonda bazı kolaycı çözümler bulunuyordu ve bunların başında da Hopper, Joyce, Murray üçlüsünün aksı geliyordu.

Buna rağmen geçen sezonun 3. sezondan daha tatmin edici olduğunu belirtmem lazım. Bihassa travmalarla yüzleşmek üzerine kurulu 4. sezonun, Will ile serinin yeni ve esas kötüsü "Vecna" arasında kurduğu bağ, final sezonu için en önemli köprüydü.

Buradan final sezonunun ilk cildine geçersen öncelikle 4 bölümden oluşan ilk cilt blok bir film olarak kurgulanmış. Final sezonunun ilk bölümü "The Crawl"un açılış sekansında Will ile Vecna arasındaki bağlantı çözülüyor. Bu açılış sekansında 1983'e dönüyoruz ve Will'in ortadan kayboluşunun sebebini anlıyoruz. Vecna ile arasındaki psikik bağlantının nedeni de açığa çıkıyor. Devamında ise 1987'ye yani final sezonunun geçtiği zaman çizelgesine dönüyoruz.

Açıkçası kurulan *Stranger Things* mitinin final sezonuna bu şekilde bağlanması çok doğru bir sonuç veriyor. Çünkü bir aydınlanma anıyla başlayan final sezonu, izleyicilere bu zamana kadar gördükleri her şeyin ve tüm gizemin sonunda çözümlenerek sunulacağını sinyali veriyor. Bunun üzerine de final sezonunun ilk cildi dolambaçlı yollarla girmeden ve hız kesmeden yolunu

buluyor. Elbette bölüm sürelerinin dengesi ve temposu da buna yardımcı oluyor.

Öte yandan büyüyen karakterlerimizin ruh halleri hazırlanan son çarpışma öncesinde güzel yansıtıyor. Özellikle Dustin'in geçen sezonda ölen Eddie Munson'un yasını tutması ve öfkeli bir ruh haliyle gruptan ayrışması önemli bir yere oturuyor. Bir yandan da Dustin'in "Hellfire Club"ı sahiplendiğini, Eddie'nin anısını yaşatmaya çalıştığını ve bu doğrultuda okuldaki diğer çocukların zorbalığına boyun eğmediğini izliyoruz. Bu durum da motivasyonunu tamamlıyor.

Vecna'nın Hawkins'i yutmak için yaptığı planlara yavaş yavaş açılıyor. Vecna'nın insan suretiyle Hawkins'te görülmesi ve av olarak seçtiği çocuklarla kurduğu bağlantılar da hikâyeye boyut katıyor. Vecna psikik olarak Will'in zihnine bağlı ve onun gördüğü her şeyi görebiliyor ama Will de bu sezonla birlikte bu psikik güçleri kullanmayı öğreniyor. Dolayısıyla Vecna'nın tasarladığı planları önceden sezebiliyor ve grubumuz buna göre hareket ediyor. Seriye yeni dahil olan Linda Hamilton'ın canlandığı Dr. Kay'in gizli militarist ajandası da diğer aksı oluşturuyor.

Ancak final sezonunun asıl alametifarikası sinematik yönünde. Duffer kardeşler, son sezonu sinematik açıdan olabilecek en epik ve en coşkulu şekilde sunuyor. Bu sezon upside down evreninin yansıtılma biçimi gerçekten çok ihtişamlı. Doğrusu *Stranger Things*'in final sezonu makro evren inşasıyla göz alıyor. Usta yönetmen Frank Darabont'un "The Turnbow Trap" ve Duffer kardeşlerin "Sorcerer" bölümleri de çıkılan zirvelerden.

Sonuç olarak *Stranger Things*'in 5. sezonu kurulan mitolojik evrenin ana hikâyesini layıkıyla sona erdiren ve upside down evrenine doğru gösterişli bir son macera sunuyor. Unutmayın, arkadaşlar yalan söylemez!





İŞİLTİLİ HAYALLER, GERÇEK SAHNELER:

OYUNCULUK YOLUNUN KAMERA ARKASI

+ YAZI_/_EMİR KULA - SENARİST, DRAMATURG, CAST DİREKTÖRÜ +



Bir sabah uyanıp, “Ben oyuncu olacağım!” dediniz diyelim. Sonra çabaladınız, eğitim aldınız, kendinizi geliştirdiniz. Artık “oyuncu” olmaya hazırsınız. Çünkü elinizden geleni yaptınız. Eğitim aldınız, kurslara katıldınız, çabaladınız... Kafanızda hemen film şeridi dönüyor: Kırmızı halılar, ödül törenleri, setten sete koşarken hayranların “Selfie alabilir miyiz?” demesi... Kısacası milyonlar, lüks arabalar ve bolca ün! E, sosyal medya da zaten hep öyle göstermiyor mu? Ama gelin dürüst olalım; bunlar hemen olabilir mi? Eğer şans sizin ikinci adınız değilse o parlak hayat belki size hiç uğramayacak, belki de yıllar sonra “ışığın gölgesinden” bir kesit sunacak. Bu işte yollar uzun, dönüşler bol virajlı, duraklar belirsiz. Ama enerjiniz sağlam, umudunuz yerindeyse yürüyün gitsin. Çünkü bu yol, ayakkabınızı eskitmeden aşılmıyor. Bu işe başlarken enerjiniz ve umudunuz cep telefonunuz gibi olmalı: Şarjı tam dolu, kapanma riski sıfır.

İlk adım belli: Yeteneğinize, eğitiminize ve hedefinize uygun bir menajerle tanışın. Menajer, telefonunuzda bulunan haritalar uygulaması gibidir. Yönü doğruysa sizi doğru yerlere götürür; yanlışsa karanlık bir tünele sokar. İşin başında size inanacak, sizinle yürüyecek bir menajer lazım. “Benim oyunculuğum fena değildir,” diyerek kapı çalmak yetmiyor tabii; elinizde oynadığınız projelerdeki sahnelerinizden oluşan bir showreel ya da hiç ekran tecrübeniz yoksa en azından iyi çekilmiş bir audition videosu olmalı. Çünkü menajer, kimi temsil ettiğini bilmek ister. Kendinize şu soruyu sorun: Hiç yemeklerini tatmadığınız bir restoranı arkadaşınıza önerir misiniz? İşte menajer de aynı mantıkla hareket eder; oyuncusunun oyunculuk skalasını bilmeden onu piyasaya sunmaz. Bu skalayı belirleyebilmenin en kolay yolu da audition videosundan geçer. Audition, sektöre girişinizin anahtarıdır. En iyi okuldan mezun olsanız bile o gün ışığınız sönükse, karaktere girememişseniz audition videosu sizi oyuncu seçimlerinde geriye de atabilir. Oyunculuk eğitimi “malzeme bilgisi” olarak düşünürseniz, audition da o malzemeyle hazırladığınız sunum tabağıdır. Fark, sunumda gizlidir.

Menajeriniz oyunculuk skalanızı beğendi, vizyonda anlaştınız ve sizi kadrosuna aldı. O andan itibaren sizin yerinize sizden çok çalışan biri var. Menajeriniz sizin de içinde olduğunuz sunum dosyanızı cast direktörlerine gönderir. Biz de (evet, ben de o masadayım) bu dosyaları düzenli olarak alırız, yeni projelerde değerlendirebilmek adına elimizin altında tutarız. Dosyalardaki oyuncuların fotoğraflarını, bilgilerini hatta bazen videolarını tek tek inceleriz. Artık bir cast direktörünün ekranında yüzünüz belirdi bile! Ama henüz “ışık, kamera, motor” aşamasına çok var... Şimdi tek eksik kaldı: Sizin parlayabileceğiniz o doğru proje. Sonra bir gün, yeni bir projenin hazırlığı başlar. Senaryo gelir, biz de merakla neşterimizi alırız. Karakterleri inceler, ilişkileri çözer, arka hikâyeleri deşeriz.

Sonra büyük kısım başlar: Uygun oyuncuyu bulma seansı. Hemen menajerlerin gönderdiği yüzlerce dosya arasından o karaktere uygun yüzleri aramaya başlarız. Bir karakter için ilk dosyada ortalama 40-50 aday çıkarırız. Bu, “ön eleme” gibidir. Sonra liste daralır, yönetmen devreye girer, yapımcı fikrini söyler. Kim karaktere yakışıyor, kim oyunculukta taşıyabilir, kim görsel olarak dengeyi kurar ya da bozar, hepsi tek tek konuşulur. Kimi zaman yönetmen “Yüz yüze görelim,” ya da “Bir audition çekelim,” der. İşte burada çoğu oyuncu adayının düştüğü o tatlı yanılgı gelir: “Aa, çağırıldılar! Kesin rol benim.” Henüz değil... Tebrikler, rakiplerinizi geçtiniz ama yarış yeni başlıyor. Yönetmen, cast direktörü ve yapımcı elemesinden geçen oyuncular son kez masaya yatırılır. Artık her karakter için 5-10 aday kalmıştır. Bütçe, enerji, görsel uyum derken nihai karar verilir. Ve sonunda biri o rolü kapar. Telefon çalar, menajerinizin sesi gelir: “Hayırlı olsun!” İşte o an tüm yorgunluğa değdiğini hissedersiniz.

“Ben oyuncu olacağım!” demekle ekranda kendinizi görmek arasında koskoca bir maraton var. O maratona doğru koşmak doğru yönlendirilmekle mümkün. Doğru menajerle çalışmak kariyerinizi güvenli bir limana götürür. Bu sektör sadece yetenek değil, strateji de ister. Ve o stratejinin ilk adımı sizi gerçekten tanıyan doğru bir menajer seçimidir. O kadar yetenekli oyuncular var ki, yeteneksiz menajerlerin elinde tozlu klasörlerde kaybolup gidiyorlar. Ne çok da ortalama yetenek var ki, çalışkan menajerlerinin azmî sayesinde yıldızlaşıyorlar.

Bu işte asıl başarı, “oyuncu oldum” dediğiniz anda değil, “hâlâ oyuncuyum” diyebildiğiniz anda başlar. Ekranda görünmek kolay, orada kalmak zor. Andy Warhol ne demiş? “Herkes bir gün on beş dakikalığına ünlü olacaktır.”

Bir sonraki sayıda görüşmek üzere :) Orada da oyuncu tiplerini konuşacağız. Spoiler: Her biri ayrı bir karakter analizi! Belki de kendinizi orada bir yerde bulacaksınız.

**DOĞRU MENAJERLE
ÇALIŞMAK, KARIYERİNİZİ
GÜVENLİ BİR LİMANA
GÖTÜRÜR. BU SEKTÖR
SADECE YETENEK DEĞİL,
STRATEJİ DE İSTER. VE O
STRATEJİNİN İLK ADIMI SİZİ
GERÇEKTEN TANIYAN DOĞRU
BİR MENAJER SEÇİMDİR. O
KADAR YETENEKLİ OYUNCU
VAR Kİ, YETENEKSİZ
MENAJERLERİN ELİNDE TOZLU
KLASÖRLERDE KAYBOLUP
GİDİYORLAR. NE ÇOK DA
ORTALAMA YETENEK VAR Kİ,
ÇALIŞKAN MENAJERLERİNİN
AZMİ SAYESİNDE
YILDIZLAŞIYORLAR.**





TATLI-ACI BİR İZMİR ESİNTİSİ BEN LEMAN

BEN LEMAN'IN DOĞALLIĞI, SAMİMİYETİ, ANLATISINDAKİ GÜZEL DETAYLARI VE OYUNCU KADROSUYLA BU SEZONUN SÜRPRİZ İŞLERİNDEN OLDUĞUNU DÜŞÜNÜYORUM VE KARAKTERLERİ İLE HİKÂYE KATMANLARI DERİNLEŞTİRİLDİKÇE SEYİR ZEVKİNİ DAHA DA YÜKSELTECEĞİNE İNANIYORUM.

+YAZI_//_AYŞEGÜL GÜNDOĞDU, (DR. ÖĞR. GÖR. DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ/AMERİKAN KÜLTÜRÜ VE EDEBİYATI BÖLÜMÜ)+





Bu sezon yayın hayatına başlayan diziler arasında Semih Bağcı'nın yönetmenliği, Yekta Torun ve Hilal Yıldız'ın senaryosuyla sevimli, tatlı, hem komik hem de duygusal tonlarıyla kendini gösteren *Ben Leman*, birkaç yıl önce izlediğimiz ve yine İzmir'de geçen bir diğer dizi *Son Yaz*'dan sonra başka bir İzmir esintili dizimiz. *Ben Leman* izleyiciyi yormayan yumuşak anlatısıyla aslında bize oldukça tanıdık bir hikâye formuyla da geliyor, o da yayınlandığı dönemin hit dizisi ve sonraki yıllarda benzerlerine ilham olan *Ufak Tefek Cinayetler*. *Ufak Tefek Cinayetler*'de Oya, lise yıllarında beraber zorbalığa maruz kaldıkları edebiyat öğretmenleri Edip'le yıllar sonra Sarmaşık sitesine lise arkadaşları Merve, Arzu ve Pelin'den intikam almak için dönüyordu. Oya'nın intikam amaçlı başlayan bu dönüşü Sarmaşık'ta Serhan'la başlayan aşkıyla da doğruyla yanlışın, siyahla beyazın kendisi için de zaman zaman karmaşıklaştığı bir maceraya dönüşüyordu. Yayınlandığı dönemde kostümlerinden kullanılan şarkılara ve daha pek çok detayına kadar ikonik hale gelebilmiş bir dizinin izinden yola çıkmak riskli olmakla beraber, *Ben Leman* bu formatı Urla'nın sakin, büyük şehir kargaşasından uzak "sayfiye kenti" ortamına alıyor ve yazımın başında bahsettiğim komedisiyle, duygusallığı ve samimiyetiyle bir kadın hikâyesine harmanlayarak sunuyor. *UTC*'den farklı olarak *Leman*'ın arkadaşlarının çocuklarının hikâyesini de kendi gençliklerinininkine benzer, paralel bir anlatıyla eklese de dizi benzer şekilde esas enerjisini ve gücünü hikâyesinin dört ana kadın karakterinden ve kadın hikâyesinden alıyor. Buna en güzel örneği de Şahika'nın ilk bölümlerdeki bir diyalogunda görebiliyoruz, "Hani nerede Güney, nerede o? Onun için geldin ama ben varım bak, yine ben buradayım, değdi mi onun için bana yaptıklarına!" sözleriyle kadın dostluğunu ve o dostluğun gücünü en güzel şekilde ifade ediyor.





Ben Leman da *UTC* gibi dört kadının hikâyesini sunuyor bize. Leman, Şahika, Suzi ve Mine liseden arkadaş dördü kız grubu ve Leman yıllar önce babasını korkunç ve trajik bir yanlış ihbar sonucu kaybediyor ve bunun intikamını almak için yaşadıklarının olaydan sonra kafasından çıkarılamayan bir kurşun yüzünden artık küçük bir çocuk zihniyle hareket edebilen annesi Meryem’le geri dönüyorlar. *Ben Leman*’ın en güçlü olduğu noktalardan birisi burada karşımıza çıkıyor, Leman’la annesi Meryem’in ilişkisi ve hikâyeleri. Bu iki karakteri canlandıran Burçin Terzioğlu ve Şebnem Sönmez’in performanslarının, kendi adıma uzun zamandır izlediğim en samimi, doğal, sıcacık anne-kız performansı olduğunu belirtmek istiyorum ama Şebnem Sönmez’in o tatlı, doğal, komik, nahif anne performansının da ayrı bir övgüyü hak ettiğini düşünüyorum. Başlarına gelenlerden sonra hem annesine hem de erkek kardeşine genç yaşta annelik yapmak zorunda kalmasının ağırlığını taşıyan ve Oya’ya çok benzettiğim şekilde, insanlığını, merhametini, kalbini ve vicdanını kaybetmemeye çalışan Leman, bir taraftan eski arkadaşlarını geçmişte yaptıklarıyla yüzleştirmeye, intikamını almaya çalışırken bir taraftan da siyahla beyazın karıştığı noktalarda kalmanın çelişisini yaşamaya başlıyor. Bu anlamda Leman’ın öğretmenliği de önemli bir detay oluyor çünkü zamanında arkadaşlarında da olduğu gibi şu an ders verdiği gençler de zorbalık yapabiliyor, hatta Leman bile buna maruz kalabiliyor. Bunlar olurken onlara akran zorbalığı ve ebeveyn sorumluluğu gibi çok önemli konularda hem doğru mesajı vermeye çalışıyor hem de kendisi için bir test oluyor bu yaşananlar.

Kız grubunun Şahika’sı karizmatik, çekici, güçlü ve sert ve disiplinli duruşuyla öne çıkıyor ve kendisi belediye başkanı. Bir yerli dizide bir kadın politikacı, bir belediye başkanı karakteri başrollerden biri olarak görmek benim için dizinin en güzel sürprizlerinden oldu. Bununla beraber Şahika’yı oynayan Duygu Sarışın, *UTC*’den tatlı bir selam gibi, çünkü Duygu Sarışın, Sarmaşık cemiyet hayatına kabul edilmek için uğraşan ama o görünmez sınıf bariyerini aşamayan pilates hocası Burcu’ydu. Hatta bu dizide Şahika’nın Güney’le Mine’nin kendisini aldattığını fark ettiği an *UTC*’de Mehmet’in kızının, babasıyla Burcu’nun ilişkisi olduğunu hissettiği ana çok benzer bir andı. Şahika, Leman’la ilişkisinde de bir çizginin iki ucundaki kutuplardan birisi gibi duruyor. Özellikle anneleriyle ilişkileri ve buradan kaynaklı karakter özellikleri Leman ve Şahika arasında zıtlıktan gelen bir bağ kuruyor. Leman ve annesi arasındaki ilişki ne kadar samimi, sıcak ve içtense Şahika ve annesi arasındaki ilişki bir o kadar disiplinli, sert ve duygudan eksik görünen bir ilişki. Leman’ın merhamet ve sevmeye yatkınlığıyla Şahika’nın karizmatik ve sert duruşuyla beraber duyguya ve yakınlığa, sevmeye özlemi ikisini hem zıt hem de birbirine yakınlaştıran güzel bir anlatı oluşturuyor.

NE MAMA NE SU KABI
DOLDURULMUŞ, BİR KÖŞEDE
BAĞLI BEKLEYEN LIMON’U
ALIRKEN LEMAN BİR KÖPEĞE, BİR
HAYVANA VE BİR İNSANA AYNI
VE EŞİT ŞEKİLDE MERHAMET
VE SEVGİ GÖSTEREBİLMENİN
GEREKLİLİĞİNİ SÖYLEYEREK
KURTARIR LIMON’U Kİ BU
KONUDA VERİLEBİLECEK EN
GÜÇLÜ MESAJLARDAN BİRİNİ
BİZE HATIRLATIR.





Bekâr kadın, “single mom” Suzi’nin geçmişini henüz tam öğrenemesek de belki bir taciz, tecavüz kurbanı, hapis cezası almış, oğlunu tek başına büyütmek ve hayatını yine tek başına tüm kurmak zorunda kalmış bir kadın. Şu an Suzi’nin hayatında en heyecan verici detaylardan biriye özellikle ana akım televizyon projelerinde alışık olmadığımız şekilde kendisinden biraz genç ve yakışıklı, güzel bir erkekle, Leman’ın kardeşi Ekin’le bir beraberlik hikâyesinin yazılıyor olması. Özellikle bu yıl hazırlanan dizilerde daha sık görmeye başladığımız yaşça büyük erkekle kendisinden zaman zaman oldukça küçük yaşta kadın kadrolar ve hikâyeleri arasında bu farklılığa cesaret edilmesi, kadın karakterlerin anlatısına dayanan bir dizi için çok güzel bir tercih. Mine ise Güney’le yaşadığı beraberlik nedeniyle hem eşini, ailesini hem de en yakın arkadaşı Şahika’yı aldatan kadın durumunda ve aslında Güney kadar bu yalan ve aldatma suçunun faili. Bu olay ortaya çıktığından beri pişman olarak izlediğimiz Mine’nin hikâyesinin de hangi yönde şekilleneceğini önümüzdeki bölümlerde göreceğiz.



Diziyle ilgili son olarak vurgulamak istediğim birkaç noktayı şöyle sıralayabilirim; Leman’ın öğretmenliği üzerinden verilmeye çalışılan akran zorbalığı ve ebeveyn davranışları üzerine farkındalık bana *Dead Poets Society* (Ölü Ozanlar Derneği) filmindeki öğretmen John’ı da hatırlatıyor. Kendine has tavırları ve öğretme metotlarıyla öğrencilerine sadece derse çalışmayı öğreten değil, hayata ve yetişkinliğe geçiş sürecinde farklı bir rol model olmaya çalışan bir öğretmen. Bu farkındalıkla beraber dizi çok önemli ve hassas bir konuya daha özenle yaklaşıyor; kimsesi olmadığı için sokakta hayatını sürdürmeye çalışan can dostlarımız. Daha ilk bölümlerde bizzat Burçin Terzioğlu’nun “setimize sürekli gelen ve adını Leman koyup sahiplendiğimiz kızımız” diye tanıttığı, Leman’ın ev sahnelerinde gördüğümüz minik Limon köpek başta, Demir’le Burak’ın erkek dertleşmesi yapıp sabahladıkları balıkçıda sabahın ilk ışıklarıyla yanlarına gelen köpek gibi patili dostlarımızın sahiplenilmesi, terk edilmemesi, merhamet ve sevgiye olan ihtiyaçları için gösterilen hassasiyet ve farkındalık çabasını yine ilk bölümlerde Leman’ın Limon’u kurtardığı sahnedeki sözleriyle özetleyebiliriz. Ne mama ne su kabı doldurulmuş, bir köşede bağlı bekleyen Limon’u alırken Leman bir köpeğe, bir hayvana ve bir insana aynı ve eşit şekilde merhamet ve sevgi gösterebilmenin gerekliliğini söyleyerek kurtarır Limon’u ki bu konuda verilebilecek en güçlü mesajlardan birini bize hatırlatır.

Ben Leman’ın’ın doğallığı, samimiyeti, anlatısındaki güzel detayları ve oyuncu kadrosuyla bu sezonun sürpriz işlerinden olduğunu düşünüyorum ve karakterleri ile hikâye katmanları derinleştirilerek seyir zevkini daha da yükselteceğine inanıyorum.





TÜRKAN YURDAM DOĞAN

THE WALT DISNEY COMPANY TÜRKİYE DRAMA DİREKTÖRÜ

RÖPORTAJ: ÖZLEM ÖZDEMİR

Türkiye’de dizi ve eğlence içerikleri hem geleneksel kanallar hem de dijital platformlar üzerinden daha önce olmadığı kadar geniş bir kitleye ulaşıyor. Bu ortamda izleyicinin beklentisini, yerli içeriklerin yönünü ve yapım süreçlerini konuşmak sektörün nereye evrildiğini anlamak için önemli. The Walt Disney Company Türkiye Drama Direktörü Türkan Yurdam Doğan’la yaptığımız bu söyleşide bu soruların peşine düştük.

Disney+’ın yerli projelere bakışı, yapımcı ve senaristlerle kurulan ilişki, sosyal medyadan gelen eleştirilerin içeride nasıl okunduğu ve geleneksel yayıncılıkla dijital platformların bugün nerede durduğu... Tüm bu başlıkları, Türkan Yurdam Doğan’la konuştuk.

İş yaşamınız boyunca yapım tarafında, televizyonlarda ve platformda görev aldınız, sektörü de izleyiciyi de iyi tanıyan bir isimsiniz. Dünyanın süre bazında en fazla dizi tüketen izleyicisine sahibiz. Bir anlamda Türk izleyicisinin profesyonelleştiğini söylemek sanırım mümkün. Türk izleyicisi ne izlemek istiyor?

İzleyicinin “profesyonelleşmesi” hoş bir tabir tabii ama belki şöyle ifade etmek daha doğru olur: Evet, bizim izleyicimizin belli bir standardı var artık. İyi şeyler izlemek istiyor izleyici; izlediği hikâyeye, hikâye ne olursa olsun öncelikle inanmak, inandırılmak istiyor. Farklı hikâyelere kapısını aralıyor fakat sahici ve tanıdık da olsun istiyor. Yüksek prodüksiyon kalitesi, iyi hikâye anlatımı istiyor. Dönem dönem toplumsal koşullar, kolektif ruh hali de izleyici eğilimlerini etkileyebiliyor. Evet, nihayetinde standardı izleyici belirliyor diyebiliriz. Yani bu anlamıyla izleyici –sizin sorunuza referansla söyleyeyim– mutlaka “profesyonel” sürecin bir parçası. Hatta yer yer de süreci domine ediyor. Ama şunu da eklemek lazım, izleyici “amatör ruhunu” da hiçbir zaman kaybetmiyor. Bu da yeni hikâyeler, yeni anlatılar, temalar ve projelerin de aslında her zaman yolunun açık olduğu bir iklim yaratıyor. Bunu önemsiyorum çünkü bizim için arz-talep dengesinde yaratıcı dinamiklere sürekli olarak kapı aralama motivasyonumuz da biraz buradan ileri geliyor.

Disney+ izleyici profiliyle ilgili neler söyleyebilirsiniz? Genel izleyici profilinden farklı mı?

Her şeyden önce, Disney'in Türkiye'de önemli bir *lovemark* olduğunu söylemeliyiz. Yüz yılı aşkın bir süredir izleyiciyle, tüketiciyle derin bir bağ kurmuş, her yaşta insanın belli bir sempati ve bu anlamıyla sadakatla yaklaştığı bir marka. Ve bu marka, tüketiciye bugüne dek sunduğu eğlence alanlarıyla, birbirinden özel karakter ve güçlü filmlerin ardından hikâye anlatım tecrübesini Disney+ ile buluşturuyor. Yani bizim her şeyden önce marka sadakati yüksek bir izleyicimiz var diyebilirim. Aynı zamanda izleyici kitlesinin çeşitliliği de sözkonusu; yani yaş, cinsiyet, statü açısından düşünebilirsiniz. Herkes kendi hikâyesinin, kendi fantazyasının peşine düşebileceği bir içeriği buluyor Disney+'ta. Ancak altını çizerek ağırlıklı genç bir izleyici kitlemizin olduğunu söylemeliyim. Yüzde elliden fazlası 18-34 yaş olan çok dinamik bir kitleden söz ediyoruz. Güncel olarak izleyici profilinin taşıyıcı kolonlarını da bu şekilde tarif edebiliriz bu anlamıyla.

Platformun yerli içeriklerinin dünyadaki izlenmeleri ne durumda? Türk içeriklerinin dünyanın farklı bölgelerinde çok ilgi çektiği malum. İçeriklere ve casta karar verirken dünyada göreceği ilgiyi de düşünerek mi belirliyorsunuz?

Biz dünyanın çeşitli yerlerinde izleyiciyle buluşabilecek, izleyicide ilgi ve etki yaratabilecek içeriklerin peşindeyiz. Yani Türkiye ile sınırlı bir ufuk sözkonusu değil. Tabii ki The Walt Disney Company Türkiye olarak bizim izleyicimizin eğilimleri önemli bir veri. Bunun aksine bir yaklaşımımız zaten sözkonusu olamaz. Bizim için merkezde Türk izleyici var ama onu merkeze alırken dünyanın çeşitli kültürel coğrafyalarındaki izleyicilerimizle ortak bir potada düşünüyoruz. Zaten izleyicimiz de global anlamda ortak bir eğlence ve anlatı iklimi paylaşan bir topluluğu ifade edebiliyor diyebilirim. Disney bu anlamda her zaman olduğu gibi iddialı. Biz de bu iddiaya uygun olarak, çoğu zaman bize özgü hikâyeleri, evrensele hitap edebilecek bir formda izleyiciyle buluşturmaya özen gösteriyoruz. Elbette projeleri hayata geçirirken evrensel yapım kalitesini gözetiyor, projenin global ölçekte çok sayıda insana ulaşma gücünü artıran oyuncularını da oyuna dahil ederek projenin global yolculuğuna değer katıyoruz.

Disney köklü stüdyo geleneği olan bir kurum. Çalışma süreçlerinde, özellikle yaratım sürecinde nasıl bir etkisi var?

Her şeyden önce endüstriyel standartlar bizim vazgeçilmezimiz. Tabii ki bu geleneğin yansıması olarak da okuyabilirsiniz. Biz bunu hem partnerlerimizin iş üretme yetkinlikleri açısından hem izleyiciye olan sorumluluğumuzdan dolayı önemsiyoruz. Yaratım süreçlerinde partnerlerimizin ortaya iyi iş çıkarabilecekleri ölçüde yaratıcılıklarına alan açmak önceliğimiz. Bunu yaparken de standartlarımıza uygun bir yaratım süreci olması ise önem verdiğimiz bir boyut. Disney'in bu anlamda yaklaşımı belirleyici yani hikâyeyi şansa bırakmak da istemiyoruz, bu anlamıyla yaratıcılık anlamında özgür bir evren sözkonusuyken üretim anlamında standartları belirli, optimize ve sıkı değerlendirme süreçleriyle hareket ediyoruz. Bu, Disney olarak dayandığımız temel ilkelerle ve gelenekle ilgili elbette.

Bu kapsamda yaratım süreçleri tamamlandığında Disney'in kapsamlı kreatif ve içeriği koruma alanlarındaki desteğiyle süreci daha da ileriye taşıyoruz. Global standartlarımız doğrultusunda müzikten görsel sanatlara, hayvan haklarının korunmasından etik üretim süreçlerine kadar geniş bir perspektifle hareket ediyoruz. Disney'in dünya çapındaki yapısal gücü sayesinde yaratıcı ekiplerimize yalnızca hikâye anlatımı değil, aynı zamanda sürdürülebilir ve sorumlu bir prodüksiyon modeli sunuyoruz. Böylece yalnızca izleyiciye en iyi içeriği ulaştırmakla kalmıyor, aynı zamanda yaratıcı ortaklarımızın her aşamada güvenle ve rahatlıkla üretim yapabileceği bir ekosistem sağlıyoruz.



hulu
Sekizinci Aile

Şimdi yayında

Disney+

Disney+ yaratım sürecine ne kadar dahil?

Öncelikle hikâyelerin yaratıcılarına haklarını teslim ederek başlamak gerekir. Çünkü içerik kuşkusuz yaratıcılarının omzunda yükseliyor. Bizler de onlara omuz veriyoruz ki ortaya iyi bir iş çıkabilsin, yani kâğıt üzerindeki hikâyenin izleyiciyle buluşmasına kadar ciddi bir yaratıcı emek süreci var. Biz bu sürecin aktif aktörüyüz, bunu ifade etmeliyim. Bunu bir takım oyunu olarak düşünmek gerekiyor tabii, yaratıcılarımızla biz ortak bir sahada takım halinde ilerliyoruz, nihayetinde amacımız izleyiciye güzel bir içerik izletebilmek. O anlamıyla biz, üretici aktörlerin tamamıyla etkin bir diyalog ve işbirliğiyle dinamik bir geribildirim sürecini bir araya getirip yaratım sürecinde Disney'in varlığını sürekli kılıyoruz diyebilirim.

Drama bölümündeki işleyişle ilgili de bilgi almak isteriz. Şu ana kadar çalışmadığınız bir yapımcı, senarist ya da yönetmen güvendiği bir projesini size nasıl ulaştırabilir? Size ulaştıktan sonraki süreç nasıl ilerliyor? Buradaki işleyişi de aktarabilir misiniz?

Önce şunu söyleyeyim, anlatacak hikâyesi olan herkes bize ulaşabilir, bütün yaratıcılara kapımızı açık tutuyoruz. Çünkü özgün bir hikâyenin, iyi bir hikâye anlatıcısının nerede ne zaman karşınıza çıkacağını kestiremezsiniz. Bizim için önemli olan öncelikle hikâye ve iyi hikâyeleri gözden kaçırma lüksümüz yok. Bu açıdan her zaman ulaşılabilir olmayı, yeni yaratıcılara temas etmeyi değerli buluyoruz.

Tarafımıza ulaşan tüm içerikleri değerlendirmek üzere titizlikle çalışan, her biri farklı kollarda altyapıya sahip, altı kişilik bir drama ekibimiz var. Disney+ Orijinal Yapımlardan Sorumlu Müdürümüz Naz Yiğit liderliğindeki bu ekip içerikleri titizlikle değerlendirirken, projeyi platformun ihtiyaçlarına, planlamalarına ve beklentilerine göre de inceledikten sonra içeriği global ekiplerle paylaşıyor. Avrupa ve Amerika ekiplerinin de yönlendirmesi ve onayıyla bir içerik yola çıkmaya hazır hale geliyor. Tabii bir içeriğin başarılı olacağına inanmak her zaman tek ölçüt değil. Platformun dünya çapındaki hedefleri, ulaşmak istediği hedef kitle, mevcut yayın yılı için planlanan iş sayısı gibi birçok etmen de alınan kararlarda belirleyici oluyor.

Bu bir ekip işi; bir projenin değerlendirmesinden yayınlanmasına kadar geçen süreçte çok sayıda insan fikrini, emeğini katıyor. Tam olarak heyecanı da burada. Bir kişinin kaleminden çıkan bir hikâye, sürecin sonunda kolektif bir heyecana dönüşüyor. Ve bu heyecanın izleyicide de karşılık bulduğunu görmek esas motivasyonumuz.

2025'te 3 film, 2 dizi ve 1 talk show'u izleyiciyle buluşturdu-nuz. Bundan sonraki süreçte filmleri önceliklendireceğinizi

söyleyebilir miyiz? Bugüne kadar aslında platformlar yapım tercihlerinde dizileri önceliklendirdi. Sizin bu yıl için filmleri önceliklendirmenizin sebebi nedir?

Disney olarak bizim için en önemli unsur hikâyenin gücü. 2025 yılında yayınladığımız üç film, iki dizi ve bir talk show'luk yerli içerik listemiz de bu yaklaşımımızın bir yansıması. Yapım tercihimizde dizi ya da film ayrımı yapmaktan ziyade izleyicilerimize en iyi hikâyeleri sunmayı önceliklendiriyoruz. Bu yıl, güçlü hikâyelerle ve önemli isimlerle işbirliği yapma fırsatı yakaladık. Seyircilerimizin en çok ilgi gösterdiği türleri göz önünde bulundurarak drama, komedi ve romantik komedi türlerinde içeriklere odaklandık. Dolayısıyla film ya da dizi ayrımı yapmaksızın hikâye odaklı bir yaklaşımı benimsedik ve izleyicilerimize en iyi içerikleri sunmayı hedefledik.

Tabii ki bir parantez açmak gerekir, burada editöryel anlamda stratejik tercihlerimizin de belli ölçülerde etkisi olduğunu söylemeliyim. Yani istiyoruz ki özenle ürettiğimiz içerikler izleyici düzleminde ailece ekran karşısına geçip de izlenebilsin.

İçerik tercihlerimize istinaden bir açıklama eklemem gerekirse yakın zamanda birçok yeni dizi ve film projesi duyurduğumuzu belirtmeliyim.

Bu yıl *Umami*, *Başka Bir Sen*, *Kalender Pide*, *Aşkı Hatırla* ve *Konuşanlar*'ı yayınladınız. Bu ay da merakla beklenen *Sekizinci Aile* dizisi izleyiciyle buluştu. Bu projeleri seçmenize ne sebep oldu?

Evet, bu yıl izleyicilere bu altı lokal orijinalimizi sunduk. Yetenekli oyuncu kadrosu ve cesur tekniği ile *Umami*, kataloğumuzda güçlü bir içerik olarak yerini aldı. *Başka Bir Sen* ve *Kalender Pide*, yetenekli ekipler tarafından yaratılan, izleyicilere iyi hissettiren, gülümseten, samimi hikâyeler sunmayı vaat etti. Modern bir romantik komedi dizisi olan *Aşkı Hatırla* ise tutkulu aşk hikâyesiyle izleyiciyi yakalamayı başardı.

Ve *Konuşanlar*... *Konuşanlar*, bizim ilk senaryosuz içeriğimiz, ilk talk show programımız oldu. Programın geçtiğimiz yıllarda elde ettiği başarı zaten tartışmasız bir gerçek, bu yüzden karar vermek zor olmadı. Bu denli geniş bir izleyici yelpazesi olan ve izleyiciye koşulsuz neşe vaat eden Hasan Can'ın Disney+ ile buluşması heyecan verici.

Sekizinci Aile'ye gelince, dizinin ilk dört bölümünü kısa süre önce yayınladık. Bu dizi için çok yetenekli bir ekip bir araya geldi. Hikâyesi ve etkileyici oyuncu kadrosuyla *Sekizinci Aile*'nin izleyiciye bolca kahkaha vaat ettiğini söyleyebilirim. Dizinin devam bölümleri de 24 Aralık'ta platformda olacak.

Tüm bu içerikler, içerik yelpazemizde özel bir yer edindi ve izleyicilerin tepkileri kararlarımızı doğruladı. Rehber ilkemiz her zaman hikâyenin gücü ve arkasındaki yetenek olmuştur.

“BU YIL, GÜÇLÜ HİKÂYELERLE VE ÖNEMLİ İSİMLERLE İŞBİRLİĞİ YAPMA FIRSATI YAKALADIK. SEYİRCİLERİMİZİN EN ÇOK İLGİ GÖSTERDİĞİ TÜRLERİ GÖZ ÖNÜNDE BULUNDURARAK DRAMA, KOMEDİ VE ROMANTİK KOMEDİ TÜRLERİNDE İÇERİKLERE ODAKLANDIK. DOLAYISIYLA FİLM YA DA DİZİ AYRIMI YAPMAKSIZIN HİKÂYE ODAKLI BİR YAKLAŞIMI BENİMSEDİK VE İZLEYİCİLERİMİZE EN İYİ İÇERİKLERİ SUNMAYI HEDEFLEDİK.”

Pera: Gör Beni, Bize Bişey Olmaz, Öngörü ve Ansızın gibi yakında yayınlanacak bazı orijinal yapımlarınızı duyurdunuz. Bu içerikler hakkında biraz daha ayrıntılı bilgi verebilir misiniz? Bu yapımlar hangi türlerde, ne zaman yayınlanacak ve bu projeleri seçmenizde hikâyelerin hangi yönleri en çok etkili oldu?

Türkiye'nin içerik yolculuğuna yeniden bağlılık sözü verdik ve daha birçok yapım yolda. Şimdiye kadar evet, *Bize Bişey Olmaz*, *Pera: Gör Beni*, *Ansızın* ve *Öngörü*'yü duyurduk.

MF Yapım tarafından üretilen *Bize Bişey Olmaz*, başrollerinde Mert Ramazan Demir ve Miray Daner'i bir araya getiriyor. Pınar Bulut tarafından yazılan ve Neslihan Yeşilyurt tarafından yönetilen dizi, *Dünyayla Benim Aramda* evreninden esinlenerek, önlerine çıkan tüm engellere rağmen birbirinden kopamayan Lal ve Aktan'ın aşk hikâyesini anlatıyor.

Sema Ergenekon'un senaryosunu yazdığı ve Ali Bilgin'in yönettiği *Öngörü*, kehanet niteliğindeki rüyaları her seferinde gerçek olan yetenekli bir kadın, Selen'in hikâyesini anlatıyor. Hayatını başkalarını kurtarmakla geçiren Selen, kendi ölümünü öngördükten sonra bu öngörüyle bağlantılı olan Kemal'e âşık olur. Kaderini değiştirmek için mücadele ederken her kaçış onu daha karanlık bir dünyaya sürükler. Ay Yapım tarafından üretilen film, "Kaderinle ne kadar süre savaşılabirsin?" sorusunu irdeliyor.

Ansızın; Birce Akalay, Alperen Duymaz, Derya Pınar Ak ve Mehmet Aslanuğ gibi isimlerin başrollerini paylaştığı çok güçlü bir oyuncu kadrosuna sahip. Ay Yapım tarafından üretilen dizi, Banu Kiremitçi Bozkurt tarafından yazıldı ve Burak Müjdecı tarafından yönetildi. Dizi aşk, tutku, ihanet, sadakat ve kişisel dönüşüm temalarını derinlemesine ele alan, merakla beklenen modern bir drama.

OGM Pictures tarafından üretilen, Bahadır Karataş'ın yönettiği ve Başar Başaran'ın senaryosunu yazdığı *Pera: Gör Beni*, spot ışıkları altında yaşayan, hayranlık ve kıskançlık duyulan, sürekli izlenen ünlü influencer Pera'nın (Afra Saraçoğlu) hikâyesini anlatıyor. Tek bir gecede, manipülasyon ve ihanet ağı onu tüm hayatından mahrum bırakır. Pera'nın gerçek hikâyesi, kameralardan uzak, ücra bir köyde yeni bir hayat kurmasıyla başlar ancak hiçbir şey görüldüğü gibi değildir.

Lokal projelerimizin büyük ilgi göreceğine inanıyoruz ve önümüzdeki dönemde yenilerini de duyurmaya devam edeceğiz.

Özellikle sosyal medya yorumlarında, izleyicinin global platformların yerli üretimlerinden yeterince mutlu olmadığı, aynı hikâyeleri ve aynı isimleri görmekten şikâyetçi olduğu izlenimi oluşuyor. İşin mutfağından bir isim olarak siz bu yorumlarla ilgili ne düşünüyorsunuz?

Sosyal medyadaki geribildirimleri elbette önemsiyoruz ama biz zaten ürünlerimizin tüketicideki karşılığını düzenli olarak hem kendi ölçümlerimizle hem piyasa araştırmaları ile yakından izliyoruz. Bu anlamda biz güçlü bir ilgi ve sadık bir kullanıcı havuzu ile birlikte yürümenin gücünü hep hissediyoruz. Eleştirenler ya da beğeni yargısı ile uyumsuzluk hissedilenler elbette olacaktır. Sonuçta yaratıcı endüstrilerin doğasına içkin bir şey bu, beğeniler her zaman yarıdır. Her zaman daha iyisinin yapılabileceği öne sürülebilir ama biz onu gerçekleştiren taraftayız, çok paydaşlı, etkileşimli bir sürecin içinde belirli bir üretim ekosisteminde hareket ediyoruz. Arzular, araçlar, motivasyonlar ve kaynaklar arasında efektif ve realist bir denge gözeterek hareket etmek durumundayız. Ancak üretimden nihai ürünün içeriğine dek, her zaman çeşitliliğe önem veriyoruz ve özgün hikâyelerin peşinden koşuyoruz. Dolayısıyla bu eleştirileri ben biraz da platformlara yönelik ilgi ve beklentinin yüksek bir çıtaya endeksli olduğu şeklinde de algılıyorum. Çeşitlenen beklentileri de karşılamak üzere biz kendi istikametimizde ilerliyoruz.

NOW dizileri Disney+'ta yayınlanıyor, Oscar ödülleri canlı yayınlandı ve Disney+ şimdi de UEFA Kadınlar Şampiyonlar Ligi'nin yayıncısı oldu. Platformlar için nispeten yeni izleyici deneyimleri bunlar. Aynı zamanda reklamlı abonelik modeline de geçildi. Geleneksel yayıncılığın bitmeyeceğini ve platformlarla daha entegre bir yapıya geçtiğini söylemek mümkün mü?

Teknoloji ve hayat algısındaki değişimle birlikte medya sektörü evrim geçiriyor, fakat bu evrim geleneksel yayıncılığın tamamen yok olup dijital yayıncılıkla yer değiştirmesi anlamına gelmiyor. İzleyicilerin içerik ve tüketim alışkanlıkları sürekli değişiyor ve bu değişim, iki alanın entegrasyonunu doğal bir şekilde ortaya çıkarıyor. Dolayısıyla geleneksel medyanın kendini dijital medyaya entegre etmesi gerekliliği olduğunu düşünmüyorum. Karşılıklı etkileşim kaçınılmaz bir gelişimin ve değişimin sonucu.

Geleneksel yayıncılığın kodları ile dijital yayıncılığın kodları hâlâ farklılıklar gösterse de bu iki alan arasında bir geçiş olduğu da bir gerçek. Disney olarak hem geleneksel yayıncılığa hem de dijital yayıncılığa yıllardır hâkim ve tecrübeli bir markayız. Türkiye'de geleneksel yayıncılıkla uzun yıllar süren bir geçmişimiz bulunuyor. Disney+ özelinde ise NOW dizileri veya Oscar yayınlarını izleyicilerimize sunarken amacımız geleneksel yayıncılığın kodlarını dijitalle taşımak değil. Buradaki asıl hedefimiz, üyelerimize eşsiz içerik kataloğumuzu en geniş yelpazede sunabilmek. Bu, dijital ve geleneksel yayıncılığın birlikte var olabileceği bir ortamda sunduğumuz kaliteli deneyimin bir parçası.

Disney+'ta yayınladığımız NOW dizilerinin performansının beklentilerimizi aştığını, izleyicilerin ilgisinden çok memnun olduğumuzu da eklemem lazım.





BİZE Bİ' ŞEY OLMAZ



PERA: GÖR BENİ



ÖNGÖRÜ

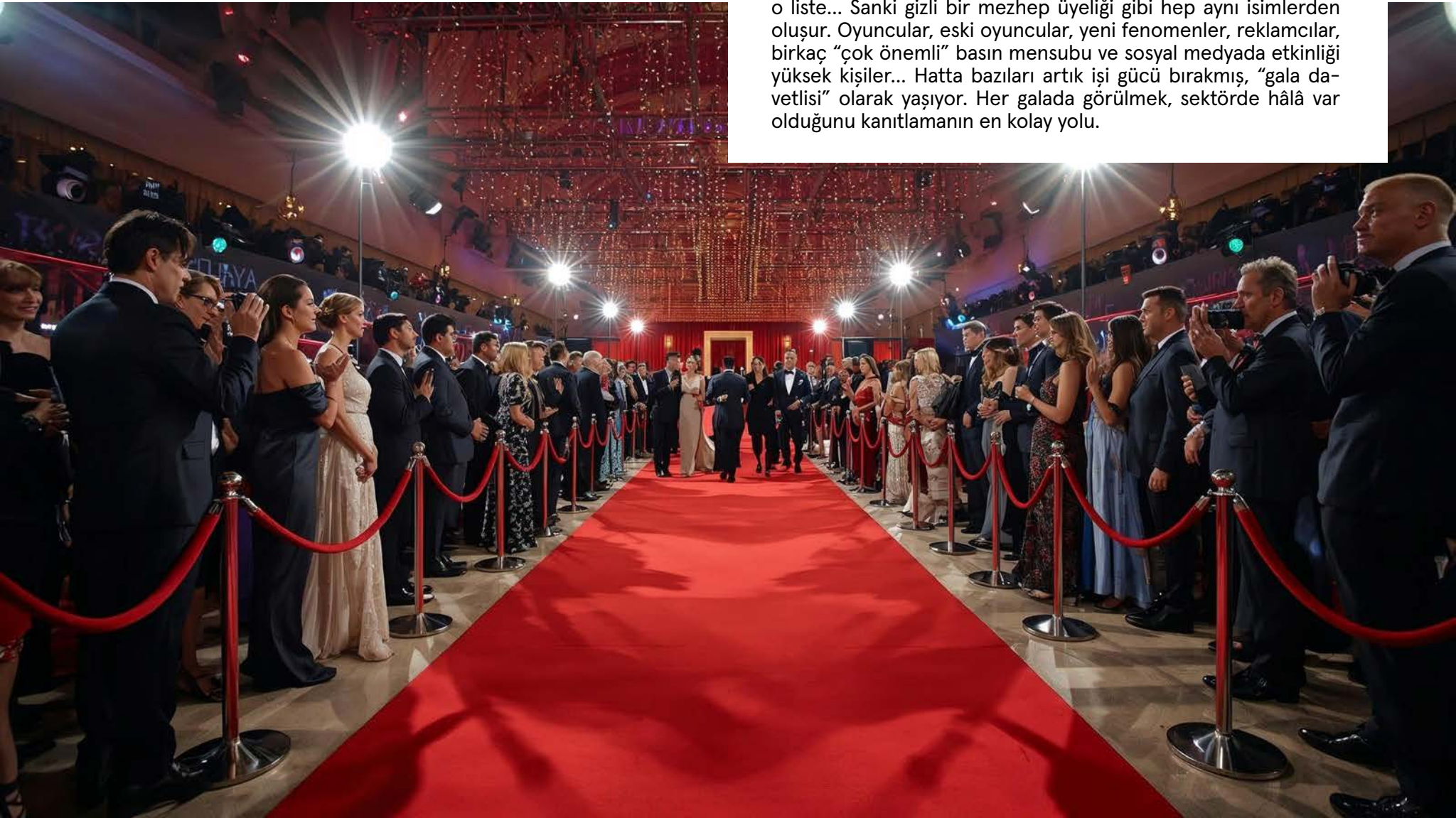
GALA EKONOMİSİ: DAVETLİ LİSTESİNDE HEP AYNI 250 KİŞİ

+YAZI_/_/_YASEMİN ŞEFİK+

M emlekette kişi başına üç gala düşüyor. Dizi, film, tiyatro, dijital platform, YouTube lansmanı... Her hafta bir yerde kırmızı halı seriliyor. Ve nedense o halıya her defasında aynı topuklar basıyor. “Yeni sezon” aslında hep aynı yüzlerin aynı ışıktaki farklı sponsor panolarının önünde sıraya girdiği bir ritüel artık. Türkiye gala kültürünü çoktan fuaye alanlarından alıp lüks otel lobilerine, rooftop barlara ve tarihi binaların restore edilmiş salonlarına taşıdı. Çünkü artık sanat değil, görünürlük konuşuyor.

Eskiden tiyatro galası demek; sahne tozunun, ışık masasının, oyuncuların heyecanla izleyiciye karıştığı bir gecenin sıcaklığıydı. Şimdi ise o sıcaklığı; influencer’ın elindeki iPhone’un ısısı temsil ediyor. Oyun ya da film konuşulmaz, “Kim ne giymiş, hangi marka davetlileri getirmiş, story’de kim kiminle aynı kadrada?” konuşulur. Sanatın yerini PR, PR’ın yerini ise “etkinlik ekonomisi” aldı.

Bu ekonominin döngüsü basit: Bir yapım şirketi yeni işini tanıtır, sponsor marka salonu tutar, PR ajansı davet listesini hazırlar. Ve o liste... Sanki gizli bir mezhep üyeliği gibi hep aynı isimlerden oluşur. Oyuncular, eski oyuncular, yeni fenomenler, reklamcılar, birkaç “çok önemli” basın mensubu ve sosyal medyada etkinliği yüksek kişiler... Hatta bazıları artık işi gücü bırakmış, “gala davetlisi” olarak yaşıyor. Her galada görülmek, sektörde hâlâ var olduğunu kanıtlamanın en kolay yolu.





PSİKOLOJİK AÇIDAN GALA SENDROMU

Bu durumun psikolojik altyapısı da epey tanıdık: “Görünüyorum, öyleyse varım.” Gala aslında toplu bir varlık onay töreni. Kimisi kırmızı halıda yavaş yürüyerek kendi hayatını film sanıyor, kimisi orada selfie çekerken geçmişte kaçırdığı rollerin yasını tutuyor. Bir nevi “ben de buradayım” fısıltısı dolaşıyor ortalıkta. Bu fısıltı, sosyal medyada yankıya dönüştükçe gala bir sanat etkinliğinden çok “statü panayırı”na dönüşüyor. Hatta bazıları için, o akşam kiminle aynı kareye girdiği, oynadığı dizinin reytinginden bile daha önemli hale geliyor.

EKONOMİK BOYUTU: IŞIKLI BİR DÖNME DOLAP

Bu “gala ekonomisi”, PR ajanslarından catering şirketlerine, makyaj sanatçılarından araç kiralama firmalarına kadar minik bir endüstri yaratmış durumda. Bir gecelik görünürlük için harcanan bütçe bazen bir kısa film çekimine eşdeğer. Ama kimse buna itiraz etmiyor çünkü herkes sistemin içinde bir halka. Markalar bu geceleri “prestij yatırımı” olarak görüyor, yapımcılar “algı çalışması” diye savunuyor, davetliler ise “fırsat ağı” diyerek anlam yüklemeye çalışıyor. Halbuki çoğu için o gece, birkaç fotoğraf ve etiketlenmiş bir hikâyeden ibaret.

FUAYEDEN LÜKS OTELLERE EVRİLEN KÜLTÜR

Eskinin fuaye alanları, gerçekten oyun öncesi heyecanla, sanat sohbetiyle dolardı. Şimdi o “fuaye”ler, otel lobilerinde dekor olarak yeniden tasarlanıyor. Her köşede bir “marka fotoğraf alanı”, her masada bir “ürün yerleştirmesi”. Bu dönüşüm aslında kültürel önceliklerimizin de aynası: Anlamdan çok ambalaj, üretimden çok gösterim peşindeyiz.

Ama bu gösterinin de bir sınırı var. Aynı yüzleri aynı ışıkta görmeye alışan seyirci artık sıkılmaya başladı. Sosyal medya üzerinden izlenen bu galalar zamanla “bir tür ekosistem içi yankı odası”na dönüştü. Yani gala, kendi kendine alkış tutan bir sistem haline geldi.

Belki de galalar artık sanatın değil, “varlık kaygısının” sergilendiği sahnelerdir. Çünkü her gala bir gösteri ama çoğu zaman oynanan şey o yapım değil, orada olma halinin kendisi. Kim bilir, belki de bu yüzden artık kimse gala davetinden, “Film nasıldı?” diye çıkmıyor. Onun yerine, “Story’ler güzel oldu mu?” diye soruyor.

Ve evet... Memlekette kişi başına üç gala düşüyor ama sanat hâlâ seyirci arıyor.

Neden mi bu yazıyı yazdım? Biz de geçen ay ekiple belgesel serimiz için bir gala düzenledik. Küçük bir izleme ama büyük bir hazırlık sürecinden geçerken fark ettim. Bu nasıl bir ekonomi? Birçok kolla işbirliği yapmak gerekiyor. Sonra da gittiğim, çektiğim, içerik hazırladığım galaları düşününce konu aklımda yayılmaya başladı. İşin bir de bu tarafına bakalım istedim. Ne yaparsak yapalım en fazla iki hafta (bu süre bile uzun aslında) konuşuluyor. Algıyı o noktada tutmak eskisinden daha da zor. Bir de gala fareleri var, onu sonraki sayıda anlatacağım.





MULTİTALENT ÇAĞI: SADECE OYNAYAN DEĞİL, SÖYLEYEN OYUNCULAR

ARTIK MESELE "OYUNCU ŞARKI SÖYLEMİŞ" DEMEK DEĞİL. ASIL KONU, SAHNEYLE MİKROFON ARASINDAKİ DUVARIN ORTADAN KALKMASI. ZAMANIN RUHU BUNU GEREKTİRİYOR. ÇÜNKÜ YENİ İZLEYİCİ, YETENEĞİ TEK BİR KUTUYA SIĞDIRMAK İSTEMİYOR. AYNI EKRANDAN HEM KARAKTERİ İZLEMELİK HEM DE ONUN KALBİNDEN ÇIKAN SESİ DUYMAK İSTİYOR.

+YAZI_/_/_SİNEM VURAL+





Bir dönem oyuncuların rolleri için şarkı söylemesi “sürpriz” sayılırdı. Artık oyuncular sadece oynamıyor; söylüyor, anlatıyor, hissediyor. Ekranla sahne, karakterle şarkı arasındaki çizgi siliniyor. Geçtiğimiz sezonda Serenay Sarıkaya’nın *Aile* dizisinde “Yaramızda Kalsın” performansı, Demet Özdemir’in *Eşref Rüya* dizisinde seslendirdiği “Ah Yar”... Bunlar sadece soundtrack değil; oyuncunun hikâyeye bir katman daha eklediği, kendi sesini sahnenin parçası haline getirdiği anlar.

Gökçe Bahadır, Aslı Enver, Farah Zeynep Abdullah, Elçin Sangu, Barış Arduç, Şebnem Bozoklu, Erkan Kolçak Köstendil, Kubilay Aka, Demet Evgar... Liste uzayıp gidiyor. Ekranlar ve dijital platformlar, oyunculara artık şarkıyı da hikâyeyi de sahiplenme şansı veriyor.

Demet Özdemir’in son dizisi için seslendirdiği şarkı sadece jenerikte kalmadı; dijitalde single olarak yayınlandı, milyonlarca kez dinlendi. Bu durum, eskiden “yan proje” diye görülen film müziklerinin bugün bir kariyer yoluna dönüşebileceğini gösteriyor. Demet Özdemir’in seslendirdiği, Mustafa Ceceli’nin prodüksiyonunu üstlendiği “Ah Yar” Spotify’da 2 milyon dinlenmeyi aştı bile.

Artık mesele “oyuncu şarkı söylemiş” demek değil. Asıl konu, sahneyle mikrofon arasındaki duvarın ortadan kalkması. Zamanın ruhu bunu gerektiriyor. Çünkü yeni izleyici, yeteneği tek bir kutuya sığdırmak istemiyor. Aynı ekrandan hem karakteri izlemek hem de onun kalbinden çıkan sesi duymak istiyor.

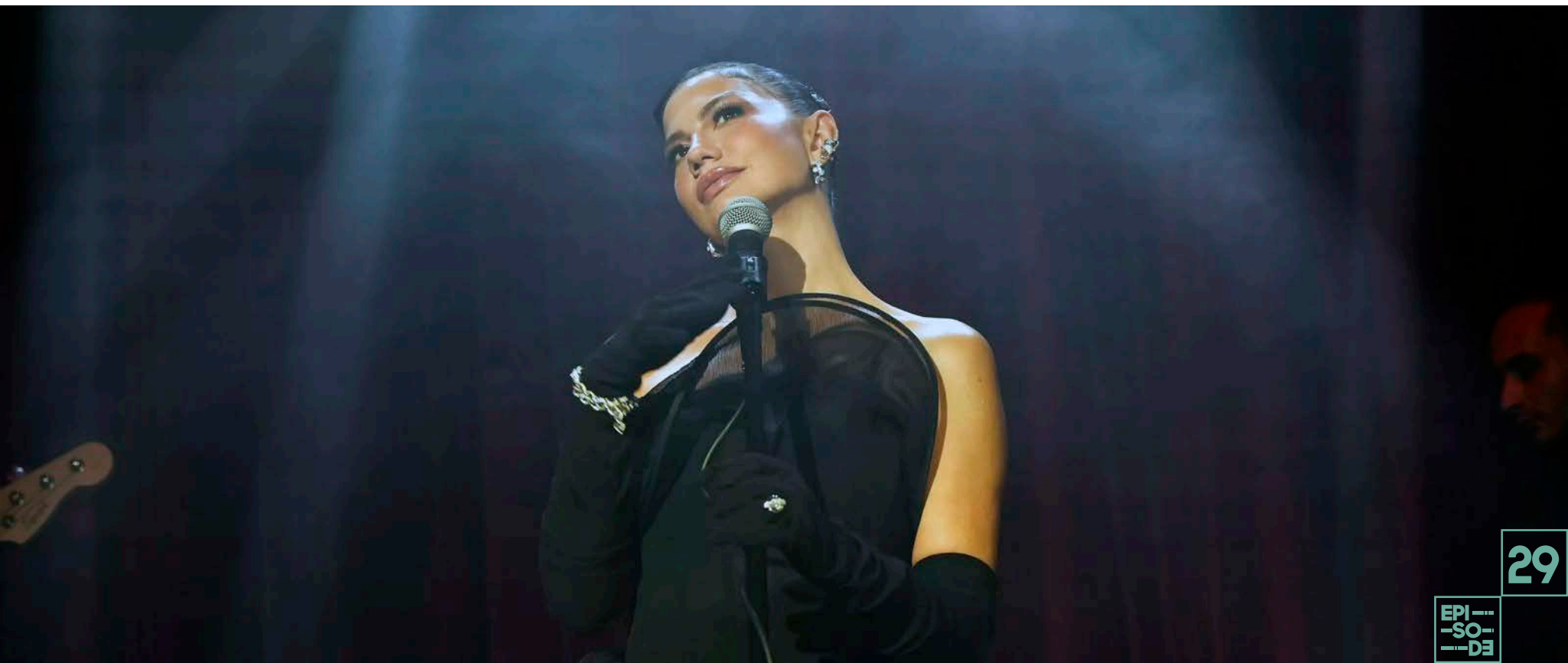
Müzik yapımcıları ve platformlar da bu değişimi fark etti. Artık bir dizi ya da film projesi hazırlanırken, “Şarkıyı kim söyleyecek?” sorusu yalnızca soundtrack’ten ibaret değil. Oyuncunun sesi, hikâyenin pazarlama stratejisinin de merkezine yerleşiyor.

Netflix, Disney+, HBO Max gibi platformlar, karakterlerin sesini soundtrack olarak yayımlamayı yeni nesil etkileşim aracı olarak kullanıyor. Bu, eski Hollywood’un “star system” modelinin çağdaş bir versiyonu gibi: Sadece görünmek değil, duyulmak da var artık.

Bir şarkı ya da performans artık sadece bir yan ürün değil; oyuncunun sanat kimliğinin tamamlayıcısı. Son olarak Sezen Aksu imzalı “Çek Tetiği” şarkısını Ozan Akbaba seslendirdi. Öyle hakkını verdi ki eseri seslendiren Berdan Mardini de beğenisini dile getirdi.

Yazıyı kaleme alırken *Halef* dizisindeki Akif karakteriyle beğeni toplayan Onur Bilge, dizinin 7. bölümünde sahnede şarkı söylerken görülüyor. 7 yaşından bu yana bağlama çalan, bu yeteneğini santur, ney ve Amerikan flüt ile devam ettirdiğini açıklayan Bilge’nin yeteneklerini, yer aldığı dizi çerçevesinde göstermesi ise akılcı bir hamle.

Bugünün oyuncuları belki de sadece karakter oynamıyor; izleyicinin görmeye yetinmediği, duymak istediği sesi de temsil ediyorlar.



EPI
-SO-
DE

dímelo bajito



RÖPORTAJ



GENÇLİK DRAMALARININ YENİ GÖZDELERİ 'DÍMELO BAJITO'TA BULUŞTU

+ RÖPORTAJ: OBEN BUDAK +



spanyol yazar Mercedes Ron'un "Dímelo" üçlemesinin ilk kitabı *Dímelo Bajito*, Prime Video'nun genç yetişkin (YA) türündeki iddialı projesi olarak ekranda. Ağır bir aile draması ve cinselliğin keşfi etrafında şekillenen bu yapım, Ron'un Prime Video ile yaptığı ve on kitaplık uyarlamayı kapsayan büyük anlaşmasının bir parçası.

Filmin başrollerinde, karanlık geçmişi olan abiyi, Thiago Di Bianco'yu canlandıran **Fernando Lindez** ve iyi kalpli kardeşi Taylor Di Bianco'yu oynayan **Diego Vidales** yer alıyor. Lindez, dünya çapında büyük bir hayran kitlesine sahip olduğu *Elite* dizisindeki rolüyle zaten genç yetişkin izleyicilerin favorisi. Ünlü aktörün son olarak *VMAN* dergisi kapağını süslemesi de sosyal medyada geniş yankı uyandırmıştı.

Biz de bu iki yetenekli genç oyuncuyla popüler bir kitabın hayran beklentilerini karşılamak, karakterlerinin karmaşık dinamikleri ve setin perde arkası hakkında konuştuk. İşte, *Dímelo Bajito*'nun yıldızlarından özel açıklamalar...

Mercedes Ron'un kitabından uyarlanan bu kadar popüler bir hikâyeyi ekrana taşımaya nasıl yaklaştınız?

DIEGO VIDALES: Kitap, karakterlere girmemiz, duygularını anlamamız ve motivasyonu yakalamamız için gerçekten çok yardımcı oldu. Evet, karakterleri inşa etmek ve çekimleri planlamaya başlamak için bir ay prova süremiz oldu. Tüm bunlar gerçekten yardımcı oldu.

Karakterlerinizi ve hikâyede göreceğimiz ilişki dinamiklerini biraz anlatır mısınız?

DIEGO VIDALES: Ben Taylor DiBianco'yu oynuyorum. O, tatlı, çekici, iyi çocuk. O, ailesini geçmişten gelen karanlık, kötü ve travmatik durumlardan uzaklaştırarak ileri götüren bir karakter.

FERNANDO LINDEZ: Ben Thiago Di Bianco'yu oynuyorum, en büyük kardeş. Gençken yaşadığı travmatik bir durumu unutamayan biri. Sadece büyük bir acı çekiyor, kötü biri değil. Sadece çok fazla öfkesi var.

Hayranlar hakkında ne düşünüyorsunuz? Mercedes Ron'un kitaplarının hayranlarının karakterlerle güçlü bir duygusal bağı var. Bu beklentileri karşılamak için herhangi bir baskı hissettiniz mi?

FERNANDO LINDEZ: Hayır, sanmıyorum. Geçen yıl filmi çekerken yaptığımız işten gerçekten memnunuz. Ve evet, en başından itibaren bize çok fazla sevgi gösterdiler. Biz de tüm bu sevgiyi gerçekten iyi bir hikâyeye geri vermek istiyoruz.

İkiniz tanışıyor muydunuz? Filmde cidden kardeş gibi duruyorsunuz.

FERNANDO LINDEZ: Hayır, ilk kez film için bir araya geldik. Ama çok kısa sürede yakın arkadaş olduk. Aramızdaki bu sıcak tavır filme de yansdıysa ne mutlu.

Birlikte sette çalışmak nasıldı?

FERNANDO LINDEZ: Harikaydı, harikaydı! Gerçekten harika zaman geçirdik. Evet, bu projede tanıştık. Alicia ile de seçmelerde tanıştık aslında. Gerçekten iyi bir kimyamız ve aramızda güzel bir ilişki var.

İzleyicinin filmi izledikten sonra ne hissetmesini veya ne almasını umuyorsunuz?

FERNANDO LINDEZ: Sanırım birçok insanın bu karakterlerle bağ kurabileceği bir hikâye. Ve bence hikâyenin birçok katmanı var ve tipik bir hikâye değil, birçok yönden derin. Duygusal açıdan birçok kalbe ve birçok insana dokunacağını düşünüyorum. Karakterlerle gerçekten empati kuracaklar.



“BENCE HİKÂYENİN
BİRÇOK KATMANI
VAR VE TİPİK BİR
HİKÂYE DEĞİL,
BİRÇOK YÖNDEN
DERİN. DUYGUSAL
AÇIDAN BİRÇOK
KALBE VE
BİRÇOK İNSANA
DOKUNACAĞINI
DÜŞÜNÜYORUM.
KARAKTERLERLE
GERÇEKTEN EMPATİ
KURACAKLAR.”

MTV'NİN KAPANMASI, WARNER BROS. DISCOVERY'NİN SATIŞA ÇIKMASI, İNTERNETİN ÖLÜMÜ VE BEYİN ÇÜRÜMESİ

+ YAZI //_ ORÇUN ONAT DEMİRÖZ +

2025'in sonuna yaklaşırken TV dünyasında önemli gelişmeler yaşanıyor. Bunların başında 1981'de yayın hayatına başlayan ve bir dönemin popüler kültürüne, moda akımlarına damga vuran MTV'nin 44 yıl sonra kapanacak olması geliyor. The Buggles'dan "Video Killed the Radio Star" parçasının klibiyle yayınlarına başlayan MTV, bir kehanet sunmuş ve müziğin dönüşümünde kritik bir rol üstlenmişti. Elbette bu dönüşümün ardında ana akım stratejiler, dönemin ruhuna uygun iletişim tasarımları, beyaz Amerika temsilleri ve altkültürün evcilleştirilmesine dair uygulamalar vardı. 1980'li ve 1990'lı yılları domine eden MTV kültürü, sosyal medya, algoritma ve yapay zekâ çağıyla birlikte bir nostalji ögesine dönüştü. Bir nostalji ögesine dönüşmesiyle birlikte de kapanması kaçınılmaz oldu. Öte yandan Hollywood'un en köklü stüdyolarından ve medya devlerinden biri olan Warner Bros. Discovery (WBD) satışa çıkarıldı. 2022'de Discovery Inc. ile birleşen ve geçtiğimiz aylarda yeniden yapılanma sürecine giren WBD, ikiye bölünme kararı almıştı. Bu doğrultuda da dijital içerik üretimi ile merkezi yayınları keskin bir şekilde ayırmaya karar vermişti.

Fakat yapılan son açıklamalara göre şirketin satışa açık olduğu bildirildi. Bununla birlikte Paramount Skydance, Comcast gibi başka medya devleri WBD'yi satın almak için harekete geçti. Çıkan son haberlere göre Netflix de bu yarışa katıldı. Ancak dijital platform savaşlarının en büyük kazananı konumundaki Netflix'in durumu biraz daha farklı.



Netflix'in WBD'nin sadece "stüdyo" ve "streaming" birimini satın almak için aktif olarak araştırma yaptığı biliniyor. Hatta Netflix'in bu süreç için bir finansal danışman tuttuğu ve gerekli finansal bilgilere erişim sağlamak için de yatırım bankası Moelis & Co ile anlaştığı bildiriliyor. Netflix'in bu ilgisinin arkasında piramidin tepesindeki yerini sağlamlaştırma isteği olduğu belli. Kurulduğundan beri eski medya ağlarından kaçan Netflix'in pazardaki payını artırmak ve diğer dijital platformlarla aradaki farkı daha da açmak için WBD çatısı altındaki HBO, HBO Max, Warner Bros. Television, DC Comics ve Harry Potter gibi markalara göz diktiği de aşîkâr. Gelin, hem MTV'nin kapanma sürecine hem de yapay zekâ araçlarının gelişmesiyle birlikte dijital içerik üretiminin gittiği yere biraz daha yakından bakalım.

KARŞIT KÜLTÜRE VERİLEN ZARAR VE DEĞİŞEN İZLEME, DİNLEME ALIŞKANLIKLARI

Paramount Global, 31 Aralık 2025 itibarıyla MTV Music, MTV 80s, MTV 90s, Club MTV ve MTV Live kanallarını kapatacak. Ekonomik kriz döneminde maliyet düşürme önlemlerinin bir parçası olarak alınan bu karar, bir yanıyla finansal gerçekliğe işaret ediyor. Fakat bu karar asıl olarak geleneksel medyanın ve TV ağlarının çöküşünü de anlatıyor. Artık TV kanalları eskiyi temsil ediyor ve dijital platformlarla rekabet edemiyor. Ancak MTV özelinde konuyu başa sardığımızda karşımıza farklı bir okuma çıkıyor. 24 saat müzik yayını fikriyle yola çıkan MTV, çok kısa bir sürede dünyaya yayıldı ve popüler kültürü inşa etmeye başladı. Doğrusu o dönem için hayli yenilikçi olan MTV, yarattığı video klip estetiği ile radyoların yerini aldı. Özellikle Michael Jackson'ın "Thriller" ya da Madonna'nın





ÖZELLİKLE YAPAY
ZEKÂ ARAÇLARININ
KULLANIMIYLA
ÖNE ÇIKAN BEYİN
ÇÜRÜTEN İÇERİKLER,
ALGORİTMA
TUZAKLARI OLARAK
DİKKAT ÇEKİYOR.
DEZENFORMASYON
VE MANİPÜLASYON
İLE YAYILAN BU
İÇERİKLER, İNTERNET
KULLANICILARININ
FARKINDA
OLMADAN
SAATLERCE
TÜKETTİKLERİ BİR
YİĞİNE DÖNÜŞÜYOR.

"Like a Prayer" klipleri MTV çılgınlığını dünyaya taşıyan ve tabuları yıkan görsel araçlardı. Akabinde ise Nirvana'nın "Smells Like Teen Spirit", R.E.M.'in "Losing My Religion", Guns N' Roses'in "November Rain", The Cranberries'in "Zombie" ve No Doubt'ın "Don't Speak" klipleri MTV ile özdeşleşen ikonik klipler oldu.

Bir yandan da Samuel Bayer gibi yönetmenler yaptıkları artistik kliplerle dönemin tonunu, renklerini ve estetik algılarını belirledi. İşler öyle bir hal aldı ki bir müzisyenin ya da grubun dünya çapında kitleselleşebilmesi için MTV kapısından içeri girebilmesi gerekiyordu. MTV bu dalgayı da türlere ayrılmış programlarla ve Grammy'ye rakip olarak yarattığı VMA (Video Music Awards) ile taçlandırdı.

Yalnız bu uygulamalar sistematik biçimde müziği etiketleyen, polarize eden ve karşıt kültüre zarar veren uygulamalardı. MTV; moda trendlerini ve popüler kültürü tanımlayan bir simgeye dönüşmüştü dönüşmesine ama başı da sansürle, ırkçılıkla ya da homo/transfobi ile dertteydi. Neticede beyaz Amerika'yı temsil etmeyen ve ana akım kodlara uymayan hiçbir şey MTV ekranlarında yayınlanmıyordu.

Sosyal medya çağının başlangıcı, dijital platformların yükselişi ve streaming hizmetlerinin gelişimiyle izleme/dinleme alışkanlıkları keskin bir biçimde değişti. Öyle ki yeni neslin en önemli müzik keşfetme aracı artık TikTok. Dolayısıyla konvansiyoneli temsil eden MTV gibi TV ağları dijital dünyanın çok gerisinde kaldı ve tarih olmaktan kaçamadı.

ALGORİTMALAR VE YAPAY ZEKÂ ÇAĞINDA İÇERİK KAVRAMI

"Brain rot" ya da "beyin çürümesi" günümüzün en sık kullanılan kavramlarından biri konumunda. Oxford Sözlüğü tarafından 2024'ün kelimesi olarak seçilen "brain rot", dijital dünyaya aşırı maruz kalmanın zihnimizde yarattığı psikolojik ve bilişsel etkileri ifade ediyor.

Dijital dünyadaki enformasyon bombardımanı, zihinlerimizi sürekli uyandırıyor ve tükenmişliğe, geride kalma hissine yol açıyor. Ancak bundan daha önemlisi düşük kaliteli, "çöp" olarak tanımlayabileceğimiz internet içeriklerinin üzerimizde yarattığı hasar. Özellikle yapay zekâ araçlarının kullanımıyla öne çıkan beyin çürüten içerikler, algoritma tuzakları olarak dikkat çekiyor. Dezenformasyon ve manipülasyon ile yayılan bu içerikler, internet kullanıcılarının farkında olmadan saatlerce tükettikleri bir yığına dönüşüyor.

Buradan dijital platformlara geçerse bu algoritmalara dayalı içerik dönüşümü elbette her türlü sanatsal üretimi etkiliyor. Bu içerik dönüşümünü en iyi gören dijital platformların başında ise Netflix geliyor. Hatta öyle ki Netflix CEO'su Ted Sarandos'un geliştirdiği algoritma modelleri bulunuyor.

Bu modellerle izleyicilerin hangi programları, serileri, filmleri izlemek isteyeceği, üretimden çok önce tahmin ediliyor. Tabii bir yandan da sürekli güncellenen metrik verileriyle abonelerin izleme davranışını belirliyorlar.

Artık tüketicinin ihtiyaç ve isteklerinin önceliklendirildiği bir anlayış var. Akışa odaklanan bu anlayış kolay, hızlı ve unutmaya dayalı tüketimi de çığ gibi büyütüyor. Dijital platformların aboneliklerine baktığımızda da Netflix'in hâlâ büyüme aşamasında olduğunu görüyoruz. 2025 verilerine göre Netflix'in abone sayısı 301 milyonu aşmış durumda. En yakın takipçisi Prime Video'nun 128 milyon, Disney+'ın 127 milyon, HBO Max'in ise 125 milyon civarında abonesi bulunuyor.

Yani Netflix'in dijital platformlar nezdinde tartışmasız bir dominasyonu mevcut. Ayrıca bu verilerde öne çıkan bir başka unsur da Netflix kullanıcılarının çoğunluğunu Y ve Z kuşağının oluşturması. Dolayısıyla genç kuşakları elinde tutan Netflix, reklam gelirlerini de her geçen gün artırıyor. Durum böyleyken bir de Netflix'in WBD'nin "stüdyo" ve "streaming" birimini satın aldığını düşünün. Yaşanılan küresel ekonomik krizin getirisi ve piyasa şartlarından ötürü dev medya şirketleri bu tür birleşmelerle ayakta kalabiliyor ya da batmaktan kurtulabiliyor. Tabii bu durum da tekelleşmenin önünü açıyor.

Sonuçta mecralar ve mesajlar değişiyor, yenileniyor ama olan yine kurulan egemenliğin karşısında durmaya çalışan karşıt kültürler oluyor. Efsane iletişim kuramcısı Marshall McLuhan'ın da belirttiği üzere, "Araç sadece mesajın taşıyıcısı rolünü üstlenmez. O belki de mesajdan daha çok insanların düşünce yapılarını ve algılayışlarını değiştirir. Algımızı şekillendirir ve belki de algımızı başka formlara sokar."

SOSYAL MEDYA ÇAĞININ
BAŞLANGICI, DİJİTAL
PLATFORMLARIN YÜKSELİŞİ VE
STREAMING HİZMETLERİNİN
GELİŞİMİYLE İZLEME/
DİNLEME ALIŞKANLIKLARI
KESKİN BİR BİÇİMDE DEĞİŞTİ.
ÖYLE Kİ YENİ NESLİN EN
ÖNEMLİ MÜZİK KEŞFETME
ARACI ARTIK TIKTOK.



EKRANDAKİ TÜRKİYE: DİZİLERİN MİMARİ HAFIZASI

YAZI_/_CENGİZHAN ÖZCAN - MİMAR, SANATÇI VE KREATİF DİREKTÖR. MİMARLIK VE SANATI
BİR ARADA ELE ALARAK, MEKÂNIN İNSAN RUHUyla KURDUĞU İLİŞKİYİ ARAŞTIRIYOR.



Televizyon ekranı, uzun zamandır bu ülkenin aynası. Ama o aynada gördüğümüz Türkiye, her zaman yaşadığımız ülke değil. Diziler yalnızca karakterlerin hikâyesini anlatmaz; aynı zamanda mekanlar aracılığıyla bir kimlik inşa eder. Bir mimar olarak dizilere baktığımda her duvarın, her koltuğun hatta bir pencerenin açıldığı manzaranın bile hikâyenin duygusal tonunu belirlediğini görürüm. Mimari, dizilerin sessiz ama en güçlü oyuncusudur.

BETON, CAM VE RÜYA

Son yıllarda Türk dizilerinde sıkça gördüğümüz yalılara, loft dairelere, devasa villalara bakınca Türkiye'nin gerçek sosyolojisinden çok bir "ideal yaşam fantezisi"yle karşılaşırız. Kamera, Boğaz kıyısındaki bir terasta gezinirken hikâye çoğu zaman içindekilerden çok o evin kendisine hayranlıkla bakmamızı ister. Modern mimarinin temiz çizgileri, genellikle duygusal karmaşayı gizlemek için kullanılır. Bu sahnelerde Türkiye, artık "kendini anlatan" değil, "kendini kanıtlamaya çalışan" bir ülke gibidir. *Yalı Çapkını* dizisindeki ağır Barok süslemeler ya da *Aile* dizisindeki koyu renkli, minimal ve modern iç mekânlar, iki uç arasında salınan aynı ruh halini taşır: Gösteriş ve korunma iç içe geçmiştir. Mekân, karakterin statüsünü değil, yalnızlığını anlatır. Bazen bu gösterişli dekorların içinde sıkışmış oyunculara bakarken mimar gözüyle düşünürüm: Bu evlerde yankılanan boşluk sesi, aslında bir ülkenin hızla dönüşen kimliğinin sesidir.

KAYBOLAN MAHALLELER, KAPANAN KAPILAR

Oysa bir zamanlar Türk dizilerinin ruhu sokaktaydı. Taş duvarlı evler, açık kapılı avlular, merdiven altına gizlenmiş tabureler... *İkinci Bahar*, *Ekmek Teknesi* ya da *Yeditepe İstanbul* gibi dizilerde mimari, sıcaklığın, dayanışmanın ve kimliğin taşıyıcısıydı. Evler birbirine yaslanır, karakterler birbirine benzerdi. Mekân, izleyiciyi içine alan bir duygusal topografyaydı. Bugün o mahalleler çoktan yıkıldı; yerlerinde çoğu zaman "her yerde olabilecek" beton bloklar var. Ve bu durum yalnızca şehirlerin değil, hikâyelerin de kimliğini dönüştürdü. Artık kameralar, yaşanmışlıktan çok tasarıma odaklanıyor. Bir zamanlar dizilerde duyulan kapı gıcirtısı bile samimiyetin sesi sayılırdı. Şimdi o kapılar kapandı; yerini sessiz, sık ama kimliksiz otomatik kapılar aldı. Bu sessizlik, modern Türkiye'nin iç dünyasının da göstergesi: Ne geçmişi tamamen ait, ne bugünü tam anlamıyla benimsemiş.

DİJİTAL DÖNEMİN MEKÂNI: HER YERDE, HİÇBİR YERDE

Dijital platform dizileriyle birlikte mekân dili de küreselleşti. Cam yüzeyli ofisler, siyah mermer mutfaklar, endüstriyel loft'lar... Bu yapılar artık yalnızca İstanbul'u değil, Londra'yı, Berlin'i, Seul'ü de anımsatıyor. Mekân, evrensel bir estetikte çözülüyor. Bu yönüyle dizilerdeki mimari artık Türkiye'yi "yansıtmıyor"; daha çok Türki-



ye'nin dünyaya göstermek istediği yüzü kurguluyor. Bir anlamda, setlerdeki yapılar birer "sahte kimlik belgesi"ne dönüşüyor. *Bir Başkadır* gibi yapımlar ise bu döngüyü kıran nadir örneklerden biri oldu. Oradaki sade daireler, dar koridorlar, yer yer bozuk sıvalar ve solgun renkler izleyicide yabancılaşma değil, tanıdıklık hissi yarattı. Mekân, kusurlarıyla gerçektir. Bu tür diziler, mimarinin sadece bir fon değil, bir karakter olduğunu hatırlatıyor. Türkiye'nin "parlak yüzü" kadar, gölgede kalmış katmanlarını da gösterebilen yapımlar, mimariyi estetikten çok hakikat meselesi haline getiriyor.

MEKÂNIN DUYGUSU

Sanatçı gözüyle baktığımdaysa bu değişim sadece estetik bir dönüşüm değil, ruhsal bir gösterge. Dizilerdeki mekân, karakterin iç dünyasının heykeli gibidir. Bir villanın yüksek tavanları kadar bir gecekondunun dar koridorları da karakterin psikolojisini anlatır. Belki de Türk dizilerinin gerçek mimarisi, bu zıtlıkların arasında saklı: Bir yanda gösterişli yalnızlıklar, diğer yanda samimi yoksulluklar. Bu iki uç arasında salınan ülkenin hikâyesini, duvarlar sessizce anlatır. Kimi zaman bir pencerenin dışındaki gri şehir, karakterin ruh halini tamamlar. Kimi zaman bir mutfakın içinde görünen masa, kaybolmuş bir aile bağını temsil eder. Diziler, farkında olmadan bir mimarlık arşivi yaratıyor: duyguların mekânları. Bir tasarımcı olarak bunu izlemek bazen bir projeyi analiz etmekten daha öğretici hale geliyor.

SONUÇ YERİNE: GÖRÜNMEYEN MİMARLAR

Diziler aslında Türkiye'nin duygusal mimarisini kuruyor. Senaryo kadar güçlü bir dil, bazen yalnızca bir merdiven boşluğunda, bir pencere pervazında gizli. Biz ekranlarda evleri izlerken aslında kim olduğumuzu tartışıyoruz: Yıkılmış mahalleleri mi yoksa cam duvarlı rüyaları mı özlüyoruz? Belki de ikisini birden. Bu yüzden her yeni diziye mimar gözüyle bakarken kendime hep aynı soruyu sorarım: Bu hikâye nerede geçiyor ve biz gerçekten orada mıyız?





AVRUPA'NIN DİJİTAL ZAFERİ: PRIME VIDEO'NUN GENÇLİK İÇERİKLERİ STRATEJİSİ

+RÖPORTAJ: OBEN BUDAK+

D

ijital yayın platformlarının küresel rekabetinde Avrupa yapımı orijinal içerikler giderek daha fazla öne çıkıyor. Özellikle Prime Video, yerel hikâyelere yaptığı büyük yatırımlarla Amerika merkezli prodüksiyonların hâkim olduğu pazarda güçlü bir dengeleyici rol üstleniyor ve gençlik (Young Adult) içeriklerinde çığır açıyor. Bu stratejik başarı, Avrupa'nın hem yaratıcılıkta hem de izleyici bağlılığında küresel düzeyde iddialı olduğunun kanıtı.

Biz de genç yetişkin içeriklerinin dinamiklerini öğrenmek için İbi-za'da yapılan basın toplantısında Prime Video'nun Kuzey Avrupa Orijinal İçerikler Başkanı Tara Erer ve Güney Avrupa Orijinal İçerikler Başkanı Nicole Morganti ile platformun kitap adaptasyonları ve genç yetişkin (YA) içeriğine olan güveninin ardındaki stratejik sırları konuştuk.



**“KİTAP
UYARLAMALARIYLA
YAKALADIĞIMIZ
ŞEY, HİKÂYELERİ
YERELLEŞTİRMEMİZ.
YAPTIĞIMIZ HER
ŞEY ÖNCELİKLE
YEREL İZLEYİCİ İÇİN.
ANCAK GÖRDÜK
Kİ, TEMALAR
VE DUYGULAR
EVRENSEL OLDUĞU
İÇİN ULUSLARARASI
ALANDA DA
KARŞILIK BULUYOR.”
TARA ERER**

Kitap uyarlamaları Prime Video’da giderek popüler hale geliyor. Hangi kitapları uyarlayacağınıza nasıl karar veriyorsunuz, kriterlerinizden bahseder misiniz?

TARA ERER: Bence seçtiğimiz kitapların büyük bir takipçi kitlesine sahip olması çok önemli. Ve bunun temelinde gerçekten dinamik karakterler, eğlenceli hikâyeler arıyoruz. Ve tabii ki izleyicinin bağ kurabileceği hikâyeler ve karakterler istiyoruz. Yaşanan tüm bu duygulara, tüm bu kalp kırıklıklarına empati duyabilmelerini arzuluyoruz. Bu hissi hikâyenizde yakalayabilerseniz çok geniş bir kitleye ulaşırsınız, çünkü duygular ve temalar evrenseldir, seyahat eder. Bu yüzden tüm bunları yakalayan bir hikâye arıyoruz. Ayrıca yazarın da işbirliğine, paylaşıma istekli olması gerekiyor.

Bir kitabın potansiyelini belirlemekten adaptasyonuna yeşil ışık yakmaya kadar giden karar verme sürecini bize kısaca anlatır mısınız?

NICOLE MORGANTI: Evet, bu uzun bir yolculuk. Biz pürüzsüzleştirmeye çalışsak da uzun bir süreç. Öncelikle tamamen kitabı okumak ve kitabın hangi kısmını uyarlayacağınızı anlamakla ilgili çünkü bu kitaplar bazen çok uzun olabiliyor. Özellikle Wattpad’deki içerikler bazen 800 sayfayı buluyor. Bu yüzden ekrana aktaracağımız kısmı belirlememiz gerekiyor.

Burada önemli olan, yazarla gerçekten işbirliği yapmak ve yazarla çalışabilecek doğru senarist odalarını kurmak. Böylece kitabın hangi sahnelerinin kesileceğini veya hangi detayların atlanabileceğini anlayabiliyoruz. Ardından iyi bir senaryoya ulaştığınızda ki bu bazen uzun sürebilir, o zaman yönetmen devreye giriyor, senaryoyu parlatıyor, müzik ve mekânları düşünmeye başlıyor.

Sonra oyuncu seçimi (casting) aşaması var. Oyuncu kadrosu saf kimya olmalı. Herkesi bir araya getirip doğru kimyanın nerede olduğunu anlamak çok önemli. Oyuncu kadrosunu sosyal medyada yayınlıyoruz ve hayranların tepkisini izliyoruz. Bu bağlantıyı kurmak, onları dinlemek ve okumak, yolculuğun başından itibaren onlarla bir ortaklık yaratmak bizim için çok önemli.



“OYUNCU KADROSU SAF KİMYA OLMALI. HERKESİ BİR ARAYA GETİRİP DOĞRU KİMYANIN NEREDE OLDUĞUNU ANLAMAK ÇOK ÖNEMLİ. OYUNCU KADROSUNU SOSYAL MEDYADA YAYINLIYORUZ VE HAYRANLARIN TEPKİSİNİ İZLİYORUZ. BU BAĞLANTIYI KURMAK, ONLARI DİNLEMEK VE OKUMAK, YOLCULUĞUN BAŞINDAN İTİBAREN ONLARLA BİR ORTAKLIK YARATMAK BİZİM İÇİN ÇOK ÖNEMLİ.” NICOLE MORGANTI

Her iki bölgede de genç yetişkin uyarlamalarına ve orijinal hikâyelere büyük bir yatırım görüyoruz. Bu yüksek güvenin arkasındaki stratejik gerekçe nedir?

TARA ERER: Prime Video kurulduğunda, şovlar sayesinde çok sadık, yaşça büyük izleyici kitlemiz vardı. Bizim için bu kitleyi büyütme devam etmek ve yaş ortalamasını gençlere doğru kaydırmak çok doğal bir adımdı.

Bu kitap uyarlamalarıyla yakaladığımız şey, hikâyeleri yerelleştirmemiz. Yaptığımız her şey öncelikle yerel izleyici için. Ancak gördük ki, temalar ve duygular evrensel olduğundan uluslararası alanda da karşılık buluyor. Bu kitleyi nasıl getireceğimize dair stratejik bir kaymaydı çünkü bildiğiniz gibi genç izleyiciler oldukça değişkendirler. Sürekli değiştiğimiz için genç kitleye yatırım yaptık. Her ay yeni bir şey yayınlamak inanılmaz bir şey. Hayranlarla TikTok ve diğer sosyal kanallar üzerinden, bu tarz etkinlikler aracılığıyla kurduğumuz etkileşim, sanırım başka hiçbir içeriğin izin vermediği şekilde onlara yakınlaşmamızı sağlıyor.

NICOLE MORGANTI: Ayrıca şunu da söyleyebilirim ki, tüm bu deneyim harika. Örneğin *Culpa Tuya* (Your Fault) filminin galası bir konsere gitmek gibiydi. Bir arenada 4.000 kişi filmi hep birlikte izledi. Benim için inanılmaz bir deneyimdi çünkü ekranda filmi izlerken, 4.000 kişinin her diyaloga ve sahneye oyuncularla birlikte tepki verdiğini görüyorsunuz. Gerçekten harika bir deneyimdi ve gerçek bir bağlantı anıydı.

Prime Video’da izleyicilerin dört gözle bekleyebileceği heyecan verici ve yakında çıkacak sürpriz kitap uyarlamaları var mı?

TARA ERER: Çok şey oluyor, hepsini söyleyemeyiz ama şunu söyleyebilirim ki, elbette *Your Fault* (Sizin Suçunuz), *Our Fault* (Bizim Suçumuz) geliyor. *Maxon Hall 2* geliyor. Ayrıca Almanya’da, Tamara Lush tarafından yazılmış, motor sporları dünyasında geçen, romantizmin yoğun olduğu bir Wattpad kitabı olan *Drive*’ın uyarlaması var. Bu çok havalı olacak. Çok duygusal bir aşk hikâyesi olmasına rağmen biraz keskin ve yüksek tempolu.

NICOLE MORGANTI: Benim bölgemden (Güney Avrupa) ise daha önce duyurulan *The House of Ron* var. Ardından *Dímelo Bajito* ve çekimlerini çoktan tamamladığımız *Enfrentados* geliyor. Fransa’dan üç yapım geliyor: *Storm*, *Campus Driver* ve *2 Plus 1*. İtalya’dan ise iki yapım var: Wattpad uyarlaması *Love Me, Love Me* ve şu an Nicole Wallace ile çekimlerini yaptığımız *A Poster From Italy*.



EPI- SO- DE	menajerlik
	≡
	KÖŞEYAZISI



MENAJERLİK MÜESSESESİ ÜZERİNE BİR ŞEYLER SERİSİ

+YAZI_/_YASEMİN ŞEFİK+

Son yıllarda sektörün kimyası değişti. Eskiden her sette bir “akış dramı” olurdu, şimdi “iletişim krizi” başrolü kimseye kaptırmıyor. Ama asıl gözden kaçan karakter, kamera arkasının görünmez kahramanı değil, o karakter: Menajer. Evet, artık oyuncular kadar, hatta bazen onlardan da fazla “duygusal yatırım” yapan yeni bir türümüz var. Bir menajerle çalışmak bazen sanat yönetmeniyle aşk yaşamak gibi. Çok estetik başlıyor, sonra herkesin beklentisi farklı bir tonda ilerliyor. “Bizim oyuncuya uygun bir şey yok mu?” cümlesi sanki, “Bizi artık sevmiyor musun?” gibi duyuluyor.

Bense sadece kahvemi içip yeni bir yazı için kurgu denemesi yapıyorum: “Bu oyuncu şu rolle nasıl olurdu?”, “Şu sahnede kim hangi enerjiyi getirir?”, “Bu ikiliyi bir talk show’da eşleştirsem kim önce kaçamak yapar?”

Kısacası, oyun oynuyorum. Ama bazen, o oyuna dışarıdan gelen bir not ilâştiriliyor: “Bizimkine partner olarak onu düşündüğünü gördük ama o tür rollerle anılmak istemiyor.”

Oysa ben anılsın diye değil, gülümsesin diye seçiyorum.

SEKTÖRÜN EN YENİ DRAM TÜRÜ: TEMSİLİ GURUR

Bir zamanlar “oyuncuların egosu” diye bir mit vardı. Şimdi o ego, menajerlerin elinde daha modern bir hal aldı: Hassasiyet yönetimi. Kimse alınmıyor ama herkes “yanlış anlaşılma ihtimaline karşı” gardını alıyor.



Her şaka, her alternatif cast önerisi içeren eğlenceli kurgu yazım (ya da bu tarz yazan, anlatanlar) bir basın bülteni kadar dikkatle inceleniyor. Sanki hepimiz dev bir "duygusal PR ajansında" çalışıyoruz.

Bir talk show'da biraz fazla eğlensem, bir podcast'te fazla dürüst konuşsam ertesi gün telefon çalıyor:

"Bizim oyuncunun ismini geçirmişsin?"

"Yok canım, sadece o tipten bahsettik."

"Ha, o zaman ben yine de bir açıklama yazayım da yanlış anlaşılmasın."

İşte burada kopuyorum. Çünkü yanlış anlaşılmasın diye yapılan açıklamalar genelde daha çok yanlış anlaşılıyor.

HOLLYWOOD HAYALİYLE ARAMIZDAKİ GERÇEK FARK

Biz hâlâ, "Hollywood'da olsa kimse bozulmazdı" cümlesini kurmayı seviyoruz. Oysa orada da herkes bozuluyor, sadece daha pasif agresif bir profesyonellik yapıyorlar. Orada menajer, "We'll pass, thanks," der. Buradaki versiyonu ise "Biz öyle şeylere girmiyoruz."

İkisi de aynı anlama geliyor, sadece biri telefon konuşması rahatlığıyla, diğeri Instagram story'sine uygun tonla söyleniyor.

Fakat itiraf edeyim; Hollywood'daki mizah, bizdeki kadar riskli değil. Burada şaka yaptığında sadece konuk değil, onun menajeri, PR'ı, markası, bazen kuzeni bile devreye girebiliyor. Bir anda kendini mini bir kriz masasının ortasında buluyorsun. Kriz de komik değil üstelik, çünkü herkes ciddi.

CAST DENEMELERİ, EGO TESTLERİ

Bana göre oyunculuk sadece yetenek değil, bir frekans işi. İki insanın enerjisi çarpışıyorsa orada bir hikâye doğar. Hatta hikâyenin canlanması coşuyor. Ama bazen o enerjiyi ölçmeye çalıştığında

menajer araya girip voltajı düşürüyor: "Bizimki onunla olmaz, markaları farklı."

Yani oyuncular artık sadece karakter değil, algı setiyle cast ediliyor. Bu noktada mizahın işi zorlaşıyor, çünkü her şey temsil sorumluluğu altında eziliyor. Bende de, "Acaba partner seçimini noter huzurunda mı yapsalar?" gibi bir fikir oluşuyor.

SEKTÖREL İRONİ: OYUNCU DEĞİL, İMAJ YÖNETİMİ OYNUYOR

Eskiden "yönetmen-yapımcı" derdi yazan çizenler, şimdi "imaj yönetimi" diye bir tür çıktı. Menajer, oyuncunun kariyerini değil, duygusal dengesini korumakla da yükümlü artık. Bir yandan PR, bir yandan psikoloji, biraz da kriz iletişimi... Sonuç: Herkes çok iyi niyetli ama kimse eğlenmiyor.

Şimdi herkes, "Yanlış mı söyledim? Birine dokundum mu?" diye kendini tartıyor. Ve o kadar tartıyoruz ki, sonunda herkesin içi çekilmiş bir mizah kalıyor elimizde.

FİNAL SAHNESİ: KIRILMADAN DA ANLAŞABİLİRİZ

Menajerler belki farkında değil ama biz onların işini yazılarla, anlattıklarımızla, sahnedeki şakalarla... romantikleştiriyoruz. Onlar "sözleşme takipçisi" değil, "duygusal tercüman." Ama bazen bu çeviri fazla ciddiye alınıyor. Halbuki bazı şakalar sadece şakadır, bazı kurgular sadece oyundur.

Hepimiz biraz gevşesek belki o eski keyif geri gelir. Belki de bir talk show'da biri biriyle gerçekten flört eder, kimse "imaj zedelenmesi" diye düşünmez.

Çünkü hayatta da, sette de, sahnede de bir şey kesin: Düşündüğün kadar önemli değil! Bozulacak bir şey yok aslında.



STANISLAVSKİ KOD YAZSAYDI

NETFLIX

ONU İŞE ALIR MIYDI?

YAZI //_RU!

Bu konuya nereden geldik demeyin. Madem algoritmalar hayatımızın gerçeği, olaya bir de buradan bakalım.

Stanislavski kod yazsaydı muhtemelen hâlâ duyguların neden hata verdiğini *debug* ediyordu. Bir sahne çökerdi, o da "exception: human emotion not found" yazardı. Yine de iyi olurdu... Çünkü en azından artık oyuncuların ağlaması için prova değil, pil gerekirdi.

Büyük ihtimalle de işe alınmazdı. Çünkü Stanislavski veri analizine değil, "kalp kırıklığına" inanıyordu. Netflix'te ise kalp kırıklığı ancak ikinci sezon onayı alırsa değerli sayılıyor. Bir algoritma "izleyici duygusal bağ kurdu" diyene kadar ağlamak bile ticari risk.

Stanislavski sahnede gerçeği arardı, Netflix ise izlenebilir gerçeği. Aradaki fark mı? Biri insanı oynatırdı, diğeri autoplay tuşuna basıyor. Yo... yo... yo... Netflix'i eleştirmiyoruz, yeni dünya düzeninden bahsediyoruz.

"KOD PROVA ALMIYOR AMA FENA DA OYNAMIYOR"
Tiyatroda her şey bir duyguyla başlar. Bir karakterin içine girmek, onun korkusunu, sevgisini, kaybını hissetmek...Stanislavski için mesele buydu: "Gerçekmiş gibi oyna değil, gerçek ol." Ama bugün işler biraz değişti. Artık sahnedeki ışığı ayarlayan bir ışıkçı değil, veritabanı.

Yapay zekâ, bir oyuncunun göz kırpma süresini, yüz kası hareketini, hatta sahnedeki sessizliğin "etkileşim değerini" bile ölçüyor. Eskiden bir yönetmen "Daha içten söyle," derdi; şimdi "Sentiment analizi %68 çıktı, biraz daha duygu ekleyelim!" deniyor.

Netflix'in veri ekipleri hangi duygunun ne kadar süre izlenmeye değer olduğunu zaten biliyor. *Black Mirror*'ın bir bölümünü izlerken hissettiğin o "garip rahatsızlık" var ya, o da ölçülüyor. Bir karakterin ağlaması artık "sahici" olduğu için değil, "ortalama izlenme süresini 37 saniye uzattığı" için var.

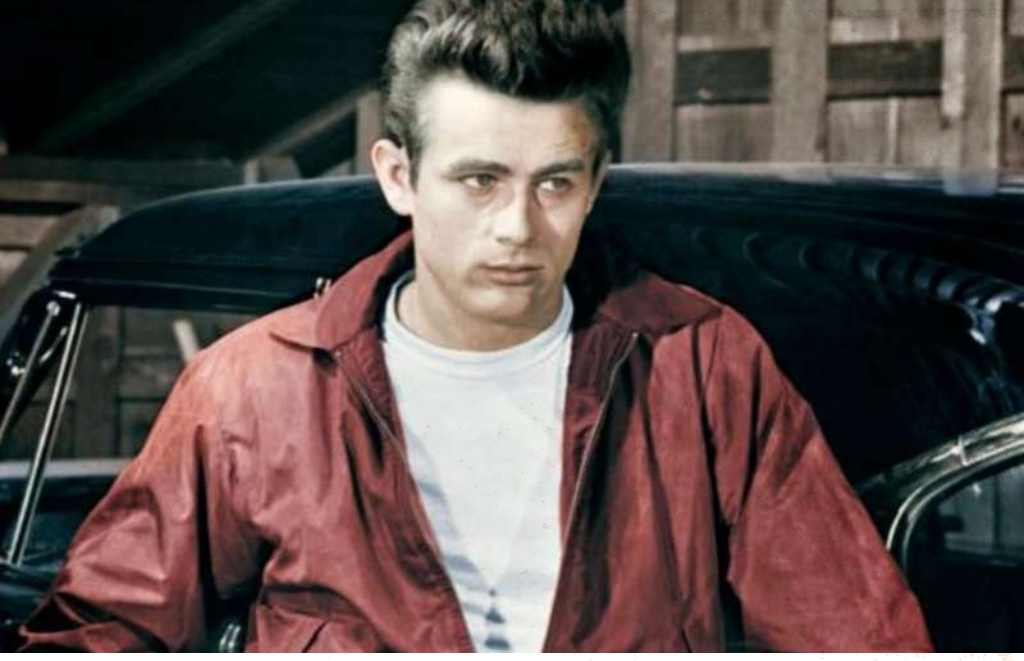
Hollywood'da işler daha da ileri gitti. James Dean, 65 yıl sonra CGI'la başrol aldı; ABBA, kendi hologramlarıyla tıklanma rekoru kırdı. Disney, Harrison Ford'un yüzünü "gençleştirme" için saatlerce duygusal performans değil, GPU gücü kullandı. Yani sahiciliğin yerini yüksek çözünürlük aldı. Stanislavski'nin "içsel dürtü" dediği şey, bugünün jargonuyla "kullanıcı davranışı" olarak geçiyor. Bir zamanlar oyuncular, "Bu sahne çok duygusal oldu," derdi. Şimdi "Bu sahne iyi performans aldı," diyorlar. Ve belki de fark etmeden hepimiz aynı sahnedeyiz: Duygularımızı prova ediyor, hislerimizi algoritmaya uygun oynuyoruz. Ama olsun... En azından ışık ayarı artık mükemmel.

HİSSİZ AMA HD...
Yapay zekâ artık kamera arkasında değil, sahnenin tam ortasında. Hollywood bu işe bir isim bile buldu: AI-actor. Veriyle eğitilmiş, yüz ifadeleri kopyalanmış, insan duygularını piksel piksel yeniden inşa eden dijital oyuncular. Ve işin komiği, gayet başarılılar. Hiç yemek molası istemiyorlar, asla kostümden şikâyet etmiyorlar, PR krizine girmiyorlar.

Yalnız küçük bir sorun var: Duygu. Stanislavski bir oyuncuya, "Hisset!" derdi. Yapay zekâ için bu komut biraz fazla duygusal kalıyor. O daha çok "hissetmeyi simüle etmek" konusunda iyi. Bir duyguyu yaşamıyor ama ortalama bir insanın hissettiğinden çok daha düzgün *render* ediyor. Yani "ağlamıyor" ama "ağlama efekti 4K çözünürlükte." Gençler hep beraber sağa kaydırıyoruz :)

Bana göre bu, oyunculuğu teknik olarak mükemmelleştiriyor ama insan olmanın bütün o tatlı karmaşasını da törpülüyor. Hata yok, duraklama yok, yanlış tonlama yok... Yani tam anlamıyla ruhsuz bir harikalık.

Yapay zekâ inandırıcı bir sahne yaratabilir, pek tabii. Ama hâlâ inanç yaratamaz. Çünkü o, sahneye çıkarken kalbi değil, işlemcisi ısınıyor. Ve biz, bütün o mükemmel sahnede, en çok insan hatasını özlüyoruz. İçimizdeki romantik serseri ölmedi...





"YÖNETMEN ARANIYOR: DUYGUSAL SAHNELERE KOD YAZABİLENLER TERCİH SEBEBİ"

Bir zamanlar hikâyeyi senarist yazardı; şimdi veriler yazıyor. Eskiden bir yönetmen "böyle hissettim" derdi, şimdi platform "böyle izlendi" diyor. Anlıyorum tabi, ki yüksek bütçeler, sermaye döngüsü izlenebilir şeyleri garanti altına alıyor. Amaa... Koca bir ama işte tam da burada bağımsızlar için kalbimizi çarptırıyor.

Netflix ve Prime Video gibi platformlar artık duygularla değil, tablolarla çalışıyor.

Hangi tür hangi sahnede daha çok izleniyor, hangi karakter ne kadar süre ekranda kalmalı? Hepsini matematiksel olarak belirleniyor. Romantik komedilerin ortalama öpüşme süresi bile artık "kullanıcı etkileşim oranıyla" optimize ediliyor. Yani uzun bakışmalı, dudakların titrediği sahneler kahramanımızın heyecanından kaynaklanmıyor. Bu, hikâyenin özünü değiştiriyor. Eskiden -farkındayım biraz old school konuşuyorum- sanat biraz rastlantısal bir mucize değil miydi?

Bir yönetmen bir sahneyi "öyle hissettiği" için çekerti. Bugün o sahne "öyle tıklandığı" için çekiliyor. Ama tabii ki kalbi hâlâ öngörüle-meyende atan yönetmenler var.

Chloé Zhao, *Nomadland*'de doğayı ve insanın kırılganlığını öyle sahici yakaladı ki kamera sanki rüzgârla nefes aldı. Greta Gerwig, *Lady Bird* ve *Barbie* arasında duygusal zekâyı gişe verisiyle barıştırdı. Ruben Östlund, *Triangle of Sadness*'te toplum eleştirisini öyle soğukkanlı bir mizahla sundu ki seyirci hem güldü hem utandı. Xavier Dolan, kamerayı bir aynaya çevirdi; sinemayı terapiye dönüştürdü. Ve elbette Nuri Bilge Ceylan hâlâ ışığı sabırla bekleyen, oyuncunun suskunluğunda roman yazan adam. Buraya bir de gururla arkadaş kıyağını da ekleyeceğim: Yuşa Ebrar Dursunoğlu. Yuşa setlerdeki kablolardan daha enerjik bir yönetmen.

Bir gün Erzurum'da bir sahne çeker, ertesi gün İstanbul'da bir kısa film kurgular ve her seferinde o meşhur "yapmasak da olur ama çok iyi olur" sahnesini mutlaka çeker. Gözcü ve *Watchman*'in festival başarılarını da bir zahmet stalklayın isterim.

Sonuç: Hikâyeler daha güvenli, daha öngörülebilir, daha test edilmiş ama çok daha az canlı. Hiçbir karakter düşmüyor, kimse hata yapmıyor, herkes tam zamanında ağlıyor. Mükemmel... Ama çok sıkıcı be, Olric. Bir anlamda algoritmalar sinemayı mükemmelleştirdi ve o mükemmellik, hikâyeyi biraz öldürdü. Çünkü bazen bir filmin en iyi sahnesi, yönetmenin kahvesinin soğuduğu andır.

"CASTING: CTRL+C, CTRL+V"

Bugünün oyuncusu sadece metni değil, teknolojiyi de ezberlemek zorunda.

Green screen, motion capture, dijital yüz tarama, sanal gerçeklik setleri... Daha oralara gelmeden günlüğümüze yazdığımız bazı sorunlardan da bahsetmek isterim. Aynı hikâyeyi üç farklı platformda aynı beş oyuncuyla izliyoruz. Birinde âşık, öbüründe kardeşler, üçüncüsünde birbirinin avukatları. Senaryolar değişiyor ama yüzler sabit: Bir nevi "Türk sineması 2.0 - güncelleme var ama cast aynı."

Artık oyunculuk "karakter çalışması" değil, dizi evreni rotasyonu. Bir sezon ağlayan adam, öbür sezon aynı ağlama efektiyle mafya babası. Bir oyuncunun duygusal sahnesi viral olunca yapımcı hemen spin-off çıkarıyor: "Bu kez aynı sahne, farklı ışıkla."

Bu tekrarın arasında bir şey eksiliyor: Keşif. Eskiden bir film hiç tanımadığımız bir yüzle başlar, o yüzün duygusuna inanırdık. Bugün o duyguyu tahmin ediyoruz çünkü oyuncuyu zaten üç ayrı diziden biliyoruz. Yeni yüzler değil, tanıdık mimikler izliyoruz.

Oysa bazen tek bir yeni yüz, bir sektörün dengesini değiştirir. Mesela *Bir Başkadır*'daki Öykü Karayel'in o "sessiz patlaması", hikâyeyi gerçekliğe yaklaştırdı çünkü izleyici o ifadeyi önceden ezberlememişti. Ya da MUBİ'nin genç yönetmenleri kendi hikâyelerini anlatırken "rol kesmiyor," gerçekten yaşıyorlar. Netflix'in Polonya'dan çıkardığı genç sinemacılar gibi, Türkiye'de de "görünmeyen mahalleleri" anlatan yeni hikâyeciler sahneyi tekrar insana çevirdi. Sen seversin sevmezsin ama bu örneğim *Nemlizade*'ye gidiyor. Yine de umut var.

Her yeni yüz, sistemin küçük bir hatası gibi başlıyor ama sonra o hata, hikâyeyi kurtarıyor. Bazen gerçek duygu, sektördeki en güzel "glitch"tir.

İNSAN HÂLÂ EN İYİ HİKÂYE

Bütün bu teknolojik devrimin ortasında, insan hâlâ en karmaşık veri seti. Bir sahnede gözyaşı döküldüğünde algoritma o anı ölçebilir ama neden döküldüğünü hâlâ anlayamaz. Duyguyu tanıyabilir ama hissedemez. İyi haber işte bu yüzden, tiyatro hâlâ bize ait.

Çünkü tiyatrodaki hata yapmak bile bir sanattır. Oyuncu, repliği unuttur, ışık yanlış açılır, seyirci öksürür ama sahne yaşar. Yapay zekâ ise böyle şeylere tahammül edemez; onun için "doğaçlama", sistem hatası demek. Tutarsız, öngörülmez, irrasyonel ama canlı.

Yapay zekâ, sanatın sahnesini yeniden kuruyor olabilir ama duygunun prototipi hâlâ biziz. Stanislavski yaşısaydı belki kod yazmazdı ama kodun da bir ruhu olabileceğini anlatırdı.

Belki o zaman algoritmalar da anırlardı ki: Sanat asla tamamen öğrenilemez çünkü hissedilmeden var olamaz. Yani rahat olun... Henüz kimse "kalbi" kopyalayamadı.



“CASTLE WALLS” İLE GELENEKSEL DUVARLAR YIKILIYOR MU?

YAPAY ZEKÂ ÇAĞINDA HİKÂYE ANLATICILIĞI

ZEYNEP GÜRER_Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü
MERT GÜRER_Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü

Ay Yapım'ın yeni şirketi AI Yapım tarafından yapay zekâ teknolojisi ile üretilen ilk dizi olan *Castle Wall*'un tanıtımının yayınlanmasıyla dizi ve film endüstrisinde yeni bir dönemin başlayacağını da sinyalleri verildi. Alamut Kalesi'ni merkeze alan hikâyesiyle dizinin 15'er dakikalık 3 bölümden oluşması planlanıyor. Kerem Deren ile Çisil Hazal Tenim'in senaryosunu yazdığı dizinin tanıtımından anlaşılacağı üzere, mekân ve karakter tasarımları yaratılmak istenen evrenin dokusuna uygun olarak yapay zekâ (YZ) araçları ile görselleştirildi. Anadolu Ajansı'nın haberine göre, “bu mini dizi insan hayal gücü ile yapay zekâ üretkenliğini bir araya getirerek modern zaman hikâye anlatıcılığını farklı bir boyuta taşıyacaktır.” Bu örnekten hareketle yapay zekâ tabanlı üretkenliğin dizi ve film ekosisteminde nasıl bir dönüşüm yarattığını; sektör açısından ortaya çıkan avantajlar ve potansiyel sorunlar bağlamında tartışmak anlamlı olacaktır.

Yapay zekâ uygulamalarıyla üretilen veya desteklenen televizyon dizileri, geleneksel yöntemlerle üretilen yapımlardan belirgin biçimde ayrılıyor. Bu fark, YZ'nin üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerine entegrasyonu ile birlikte daha da görünür hale geliyor. YZ'nin film ve televizyon endüstrisinde kullanılması, yeni bir yayıncılık dönemine geçişe işaret ediyor. Geleneksel yöntemlerle üretilen içeriklerde film stüdyoları, izleyici kitlesini anlamak için kamuoyu araştırmaları ve geleneksel ölçüm tekniklerinden yararlanırken YZ tabanlı yazılımlar, bir film veya dizinin başarı olasılığını, hangi oyuncuların tercih edilmesi gerektiğini, hangi tür ve konuların öne çıkarılacağını, hatta hedef kitlenin nasıl belirleneceğini geçmiş verilerden yararlanarak tahmin edebiliyor. Bu algoritmalar, risk hesaplamasında yapımcılara yardımcı olurken başarılı olma potansiyeli yüksek fikirleri diğerlerinden ayırmada da kullanılıyor. YZ, araştırma ve planlama süreçlerini önemli ölçüde hızlandırıp kolaylaştırıyor.





Pelikül döneminde bir filmin senaryosundan kurgusuna kadar her aşama titiz bir hazırlık ve uzun bir yapım süreci gerektirirken YZ'nin yazdığı senaryolar, mevcut teknolojik sınırlılıkları gözler önüne seriyor; kimi zaman garip, mantıksız veya anlamsal bütünlükten uzak ifadeler içerebiliyor. Bununla birlikte teknik ilerlemeler sayesinde YZ, içerik üretimini daha hızlı ve basit hale getiriyor. Geleneksel televizyon yayıncılığı; sınırlı süre kullanımı, sabit program akışı ve tek yönlü, etkileşimsiz bir yayın anlayışına sahipti. Buna karşın dijital platformlar YZ algoritmaları kullanarak kişiselleştirilmiş içerik önerileri sunuyor. Bu sistemler, kullanıcının izleme geçmişi, tür tercihleri, oyuncular ve süre gibi verileri analiz ederek kişiye özel öneriler oluşturuyor. Böylece seyir kültürü, toplu izleme alışkanlığından bireysel deneyime doğru evriliyor.

YZ tabanlı yazılım uygulamaları, film ve dizi endüstrisine büyük kolaylıklar ve zaman tasarrufu sağlıyor. YZ, geniş veri setlerini analiz ederek geleceğe yönelik tahminlerde bulunabilir ve karar alma süreçlerine destek olabilir. Bu durum, yapımcıların stratejik karar alma süreçleri üzerinde önemli bir etki yaratıyor. İçerik üretiminin otomatikleştirilmesi YZ sayesinde çok daha hızlı hale geliyor. Büyük bütçelerin harcadığı bu endüstride YZ'nin gişe başarısını önceden tahmin edebilmesi, stüdyolar için önemli bir avantaj sağlıyor. İzleyici kitlesini derinlemesine anlamak ticari getirisi belirsiz projelere yapılacak yatırımlardaki risk faktörünü en aza indiriyor. Ayrıca YZ, görüntüleme teknolojilerini geliştirerek çekim süreçlerini iyileştiriyor; örneğin gerçek zamanlı nesne tanıma ve netleme hassasiyeti gibi teknik ilerlemeler, insanın fiziksel sınırlarını aşan biçimsel çekimleri mümkün kılıyor.

Yapay zekâ tabanlı teknolojilerin gelişimi, dizi ve film endüstrisindeki üretim biçimlerini ve içeriklerini etkilerken izleyicinin dijital medya kullanımıyla şekillenen izleme pratiğindeki değişiklikler de YZ ile üretilen dizi ve film içeriklerine yönelik ilgiyi artıracak gibi görünüyor. Yeni nesil izleyicilerin dijital platformlardaki kısa video tüketimleri arttıkça odaklanma süreleri düşerken hızlı izleme opsiyonları ile içerik tüketim süreleri kısalıyor. Kısa olan ve hızlı akan içerikler sayesinde izleyici çok fazla türde video tüketebiliyor. Yeni medya ekosistemi izleyicinin sınırlı olan dikkatini çekebilmek için mikro içerikler (görsel hikâyeleri meme'ler vb.) üretilip onların bu yöndeki beklentisini tatmin ediyor. Değişen izleme alışkanlığı geleneksel yöntemlerle üretilmiş dizi ve filmlerin de hızlandırılarak seyredilmesine yol açıyor. Dolayısıyla izleyicideki bu dönüşümün farkına varan dizi ve film endüstrisi YZ tabanlı içerik üretimlerini revize edecektir.



YZ, emek yoğun süreçleri sistematik hale getirerek yapımcılar için kolaylık sağlarken, birçok kişinin işini kaybetme riskini de beraberinde getirmektedir. Ayrıca, YZ algoritmalarının gişede başarılı olmuş içeriklerden ürettiği veriler, hikâyelerin birbirine benzemesine yol açabilir. Bu durum, tür ve tema bakımından kalıplaşmış yapımların çoğalmasına, özgün ve yenilikçi içeriklere ise daha az alan kalmasına neden olabilmektedir.

Bununla birlikte YZ uygulamalarının film ve dizi endüstrisinde yaygınlaşması, sektör çalışanları açısından olumsuz sonuçlar doğurabileceği yönünde endişeler yaratıyor. YZ, emek yoğun süreçleri sistematik hale getirerek yapımcılar için kolaylık sağlarken birçok kişinin işini kaybetme riskini de beraberinde getiriyor. Ayrıca YZ algoritmalarının gişede başarılı olmuş içeriklerden ürettiği veriler, hikâyelerin birbirine benzemesine yol açabilir. Bu durum, tür ve tema bakımından kalıplaşmış yapımların çoğalmasına, özgün ve yenilikçi içeriklere ise daha az alan kalmasına neden olabilir. Böylece yüksek teknolojiye dayalı üretim biçimleri bireysel yaratıcılığı zayıflatan bir etki yaratabilir.

YZ'nin kullandığı tahmine dayalı analitik modeller (cinsiyet, ırk veya yaş faktörleri), insan kaynaklı önyargıları kalıcı klişelere dönüştürebilir. Ayrıca YZ tarafından üretilen senaryo, görsel materyal veya sanal kişiliklerin ortaya çıkardığı telif hakkı ve sorumluluk konularında hukuki altyapılar henüz netleşmedi. YZ'nin kötü niyetli kişiler tarafından manipüle edilme olasılığı ise ciddi etik kaygılar yaratıyor.

Sonuç olarak, yapay zekânın dizi ve film ekosistemine entegrasyonu, hem yaratıcı özgürlüklerin genişlemesine hem de etik ve estetik sınırların yeniden tanımlanmasına neden oluyor. Bu dönüşüm, teknolojinin sadece üretim aracı değil, aynı zamanda anlatının biçimini, temposunu ve duygusal etkisini dönüştüren bir yaratıcı güç olarak konumlandığını gösteriyor. Önümüzdeki dönemde, insan yaratıcılığı ile yapay zekâ üretkenliği arasındaki denge, yeni hikâyeye anlatıcılığı çağının yönünü belirleyecektir. *Castle Walls* örneği, yapay zekâ teknolojilerinin dizi ve film üretim süreçlerinde yalnızca bir araç değil, aynı zamanda yeni bir yaratıcı ortak haline geldiğini gösteriyor. Yapay zekâ, üretim aşamalarını hızlandırarak maliyetleri düşürürken, hedef kitle analizlerini derinleştirerek stratejik karar alma süreçlerine katkı sağlıyor. Bu durum, küresel içerik üretiminde verimlilik, kişiselleştirme ve erişilebilirlik açısından önemli fırsatlar sunuyor.



YASEMİN ŞEFİK:

ŞEHİRLERİN KAYIP MELODİSİNİN PEŞİNDE

"BAZEN BİR ANLATICI OLARAK KONUŞMAK DEĞİL, SUSMAK GEREKİYOR."

RADYONUN GÜÇLÜ SESİ, SAHNELERİN YÜKSEK VOLTAJLI ENERJİSİ YASEMİN ŞEFİK, MİZAHİ BİR KENARA BIRAKIP REHBER OLUYOR. TOD'DA YAYINLANAN *DUYULAN ŞEHİRLER* BELGESELİYLE GÖRSEL BOMBARDIMANA KULAK TIKIYOR. TÜRKİYE'DE BİR İLKE İMZA ATARAK ŞEHİRLERİN SES HAFIZASINI BİR ŞARKI OLARAK SUNUYOR.

ROPORTAJ: OBEN BUDAK

Sahneye çıktığında herkesi kahkahalara boğan, radyo programlarıyla milyonların yol arkadaşı olan ve Epi-sode dergisinde yazılarıyla keskin zekâsını konuşturan Yasemin Şefik, bu kez alıştığımız o yüksek enerjiyi geri çekiyor. Çünkü önümüzde, kariyerinde "en güzel dönüşümlerden biri" olarak adlandırdığı çok özel bir proje var: TOD'da yayınlanan belgesel serisi *Duyulan Şehirler*.

Dijital dünyanın görsel ağırlığına karşı bir manifesto niteliği taşıyan bu belgesel, bir şehri sadece izlemek değil, gerçekten "duymak" üzerine kurulu. Şefik, bu projede neşeli bir yorumcu olmaktan çıkıp şehirlerin kaybolmaya yüz tutmuş ses belleğini kayda alan alçakgönüllü bir rehber rolünü üstleniyor. Zira ona göre, büyük şehirlerde en hızlı kaybolan şey, sesin kalitesi. Artvin'in rüzgârla çarpışan tulum sesiyle kişisel bağ kurmaktan Bolu'nun doğa tarafından korunan ses karakterine kadar... Yasemin Şefik ile *Duyulan Şehirler* projesini, radyoculuk deneyiminin bu benzersiz "ses avcılığı" sürecine nasıl dönüştüğünü ve anlatıcılığın bazen susmaktan geçtiğini konuştuk.



“BURADA BEN DEĞİL, ŞEHİR KONUŞUYOR. BEN SADECE O SESİ GÖRÜNÜR KILAN BİR REHBERİM. YANI BU PROJEDE ‘YASEMİN ŞEFİK ANLATIYOR’ DEĞİL, ‘YASEMİN ŞEFİK DİNLIYOR’ HALİ VAR. MİZAHİ GERİ ÇEKİP DAHA SAKİN, DAHA DERİN BİR ANLATICI OLMAM GEREKTİ. ÇÜNKÜ ŞEHİRLERİN SESİYLE DALGA GEÇİLMEZ; ORADA BİR HAFIZA, BİR EMEK, BİR GEÇMİŞ VAR.”

Duyulan Şehirler’de sesleri ana tema yaparak dünyada bir ilke imza attınız. Bir şehri sadece görüntüsüyle değil, sesleriyle anlatma fikri nasıl doğdu?

Dijital dünyada her şey görsel ağırlıklı ilerlerken biz ters yönden yürümek istedik. Bir şehri sadece izlemek değil, gerçekten “duymak”... O ses belleğini kayda almak. Çünkü bir şehri asıl benzersiz yapan, görünmeyen ama çok güçlü olan ses dokusudur. Fatih Ahmet Kaya yönetmenimizin beni arayıp, “Elimde bir proje var,” deyince heyecanlanmamın ardından -beni de bilenler her şeyi her açıdan kurcalarım- tüm ekip (editöründen yapım ekibine kadar) içeriği şekillendirdik. *Duyulan Şehirler* aslında şehirlerin kayıp melodisini ortaya çıkarma çabası ve şehirlerin ses hafızasını bir şarkı olarak sunmayı amaçlayan bir belgesel serisi.

Belgeselin sonunda, toplanan seslerden o şehre ait bir şarkı oluşturulması fikri gerçekten çok etkileyici. Bu “ses arama” ve “şarkı üretme” sürecini biraz anlatır mısınız? Aynı zamanda bir radyo programcısı olarak, şehirlerin seslerinin bir ritme dönüşmesi sana neler hissettirdi?

Topladığımız her ses birer veri gibiydi ama duygusal bir hafıza da taşıyordu. Önce şehirdeki doğal, kültürel ve mekânsal sesleri kaydettik; ardından stüdyoda bu seslerin frekans yapıları incelendi. Her sesin bir görevi vardı: Kimi ritim oluşturdu, kimi melodiye dönüştü, kimi sadece atmosfer kattı. Her şehrin bir nabızı var. Kalp atışı gibi ve bu nabız, bpm ölçeğini de bize veriyor. Radyoculuk geçmişim de bu süreçte büyük bir avantaj sağladı; çünkü yıllardır sesin duygu yaratma gücünü biliyorum. Bir şehrin tüm seslerinin bir müziğe dönüşmesini izlemek benim için çok değerliydi; aslında duyduğumuz her şeyin bir hikâyesi olduğunu yeniden hatırladım.

Gezdiğin 10 şehir arasından, ses hafızasıyla seni en çok şaşırtan veya kişisel olarak en derin bağı kurduğun şehir hangisi oldu? O şehrin kimliğini yansıtan, senin için unutulmaz bir ses anı var mı?

Artvin beni ses hafızasıyla gerçekten şaşırtan şehirlerden biri oldu. Çünkü Artvin’in sesi sadece doğadan gelmiyor; insanla, rüzgârla, suyla birlikte yaşayan çokkatmanlı bir hafıza. Orada duyduğum en unutulmaz an, Çoruh Nehri’nin sesiyle bir tulumun yankısının çarpıştığı andı. “Bir nehir bu kadar güçlü akarken bir enstrüman ona bu kadar nazikçe eşlik edebilir mi?” diye düşündüm. O ses beni durdurdu. Çünkü Artvin’de her şey hareket halinde ama bir o kadar da ritim halinde. O an, şehrin kimliği kulağıma fısıldandı diyebilirim.

Belgeselde hem çok iyi bir sinematografi hem de müthiş bir kurgu izliyoruz. Yönetmen Fatih Ahmet Kaya ile bu özgün ses temalı projede çalışmak nasıldı? Görsel (görüntü) ve işitsel (ses) anlatımı kusursuz bir uyumla birleştirmek için ne tür zorlukların üstesinden geldiniz?







Fatih Ahmet Kaya'yla çalışmak bu proje için büyük bir avantajdı çünkü o görüntüyü sadece kaydetmiyor, adeta duygusunu da çekiyor. Ben sesin peşindeydim; o ise şehrin nefesini görüntüde yakalıyordu. İki farklı disiplin gibi görünse de aslında aynı hikâyenin iki dilini konuşturduk.

Zorlayıcı olan taraf şuydu: Ses ve görüntü aynı anda aynı şeyleri söylemek zorunda değil. Bazen ses çok güçlü geliyor ama kamera o anı yakalayamıyor; bazen de görüntü kusursuz ama ses istediğimiz duyguyu vermiyor. Bizim yaptığımız şey, bu iki karakteri birbirine âşik etmekti. Biri geri planda kalmasın, diğeri öne fırlamasın... Tam bir uyum yakalamak için sürekli birbirimizi dinledik, bekledik, dedik.

Fatih'in sinematografisi çok rafine ve hisli. Ben de topladığım seslerle o kadralların altını doldurdum diyebilirim. Sonunda ortaya çıkan şey aslında tam da hedeflediğimizdi: Şehrin hem görünen ruhunu hem de duyulan ruhunu aynı anda anlatmak.

Türkiye radyo dünyasının en güçlü seslerinden biri olarak tanınıyorsun. Radyoda milyonlara seslenmek ile bir belgeselde "ses rehberliği" yapmak arasında nasıl bir fark var? Bu yeni rol, sana anlatıcılık konusunda neler kattı?

Radyoda milyonlara seslenirken aslında çok gizli bir ortaklık kuruyorsunuz: İnsanlar sizi duyar ama siz onları görmezsiniz. O yüzden bağ daha içsel, daha hayal gücü üzerinden ilerler. Radyoda ses, her şeydir; duyguyu, atmosferi, ritmi tamamen ben yaratırım. Belgeselde ise ben sesin kendisine rehberlik ediyorum. Yani bu kez başrolde benim sesim değil, şehrin sesi var. Ben sadece o sesin doğru yerden doğru duyguya akmasını sağlıyorum. Bu yüzden çok daha alçakgönüllü, daha dikkatli bir anlatıcılık gerektiriyor.

Bu proje bana şunu çok net öğretti:

Bir anlatıcı olarak bazen konuşmak değil, susmak da gerekiyor. Şehrin nefesini, dalgasını, ustanın çekicini öne çıkarmak için geri çekilmeyi; sesi yönetmek yerine ona eşlik etmeyi öğrendim. Radyoda insanlara yol gösterirken bu belgeselde şehirlere kulak vermeyi öğrendim. Bence bu, kariyerimdeki en güzel dönüşümlerden biri.

Radyo programları, sahne performansları, dijital içerikler ve Episode dergisine yazdığın köşeyazıları... Tüm bu alanlarda bu kadar üretken olmak ve her zaman o neşeli, yüksek enerjiyi korumak nasıl mümkün oluyor? Zamanını nasıl yönetiyorsun?

Dışarıdan bakınca çok enerjik ve sürekli üreten biri gibi görünüyorum ama işin sırrı aslında enerjiyi yükseltmek değil, onu doğru yere akıtmak. Yıllarca radyoda çalışınca insan bir ritim disiplini kazanıyor: Ne zaman hızlanacağını, ne zaman duracağını, ne zaman susup dinleyeceğini öğreniyorsun. Bu da tüm işlere yansıyor. Benim için üretim çok doğal bir ihtiyaç. Sahne, radyo, dijital içerik, yazı... Hepsi aslında aynı şeyin farklı anlatım biçimleri: Hikâye anlatmak. Bir yerde tıkanınca diğeri alan beni besliyor. Bu yüzden enerjim bitmiyor; sadece kanal değiştiriyorum.

Zaman yönetimi konusunda da çok sihirli bir formülüm yok: Kendime küçük çalışma adaları yaratıyorum. Bir saatte ne yapabiliyorsam



“GÜNÜMÜZ ŞEHİRLERİNDE EN HIZLI KAYBOLAN ŞEY GÖRÜNTÜ DEĞİL, SESİN KALİTESİ. GÖRÜNTÜ BİR ŞEKİLDE KORUNUYOR; ARŞİVLENİYOR, RESTORE EDİLİYOR, DİJİTALLEŞİYOR... AMA SES ÇOK DAHA KIRILGAN. BİR USTANIN ÇALIŞMA RİTMİ, BİR PAZAR YERİNİN DOĞAL UĞULTUSU, BİR AKARSUYUN SESİ... KENTSEL DÖNÜŞÜMÜN İLK SESSİZ KAYIPLARI ONLAR OLUYOR.”

onu yapıyorum, yetismeyene de yüklenmiyorum. Sürekli mükemmel olma baskısını bıraktığımdan beri çok daha üretken oldum.

Bir de neşeli olmak... O aslında benim savunma mekanizmam değil, kafamın çalışma biçimi. Mizah, enerjiyi düşüren şeyleri taşımamı kolaylaştırıyor. Hayat zor ama ben işimi eğlenceye dönüştürünce daha çok çalışabiliyorum. Belki de bütün mesele bu.

Uyduruk Sonlar ya da Mevzu Aşk gibi diğer projelerinde de anlatıcılık ve mizah ön planda. Bu projelerdeki amacın, Duyulan Şehirler'deki ciddi "rehberlik" rolünden nasıl ayrışıyor?

Benim yaptığım her işte anlatıcılık var ama her anlatıcılık aynı duyguya hizmet etmiyor. *Uyduruk Sonlar* ya da *Mevzu Aşk* gibi projelerde amaç, insanın duygusal dağınıklığını mizahla toplamak. Orada ben hem yorumcuym hem provokatörüm; hikâyeyi esnetip eğip bükebilirim, dalga geçebilirim. Mizah benim özgürlük alanım.

Duyulan Şehirler ise çok farklı bir yerden akıyor. Burada ben değil, şehir konuşuyor.

Ben sadece o sesi görünür kılan bir rehberim. Yani bu projede "Yasemin Şefik anlatıyor" değil, "Yasemin Şefik dinliyor" hali var. Mizahı geri çekip daha sakin, daha derin bir anlatıcı olmam gerekti. Çünkü şehirlerin sesiyle dalga geçilmez; orada bir hafıza, bir emek, bir geçmiş var.

Belgesel projesi, günümüz şehirlerindeki ses kalitesi veya ses kirliliği hakkında neler düşündürdü? Sesini korumakta en başarılı olan şehir hangisiydi?

Günümüz şehirlerinde en hızlı kaybolan şey görüntü değil, sesin kalitesi. Görüntü bir şekilde korunuyor; arşivleniyor, restore ediliyor, dijitalleşiyor... Ama ses çok daha kırılgan. Bir ustanın çalışma ritmi, bir pazar yerinin doğal uğultusu, bir akarsuyun sesi... Kentsel dönüşümün ilk sessiz kayıpları onlar oluyor.

Gezerken fark ettiğim şey şu oldu: Büyük şehirlerin ses hafızası ciddi şekilde bozulmuş durumda. Trafik, inşaat, yoğunluk... Hepsi aynı tonda bağırıyor için şehirler birbirine benzemeye başlıyor. Gürültü, bir süre sonra tek ortak dil haline geliyor.

Sesini korumakta en başarılı (on şehirlik ilk sezonda) şehir ise Bolu oldu.

Çünkü Bolu'da doğa hâlâ ana yönetmen gibi duruyor. Ormanın sesi, gölün sakinliği, yürüyen insanların ayak ritmi... Hepsi kendi yerinde duruyor. Bolu'da rüzgâr bile şehrin ses karakterine uyumlu esiyor. Ses orada baskılanmamış, doğasıyla birlikte nefes alıyor. Bakalım ikinci sezonda bu hangi şehir olacak?

OTOMOTİV PAZARLAMASINDA YENİ VİTES

ULUSLARARASI OTOMOTİV MARKALARI ARTIK SADECE DÜNYADA DEĞİL
TÜRKİYE'DE DE HIZLA DUYGUSAL BAĞ KURMAYI VE İTİBAR TRANSFERİNİ
HEDEFLEYEN STRATEJİLERE YÖNELMEYE BAŞLADI. ARTIK BİR ARACIN
YÜZÜ OLMAK, SADECE POPÜLERLİK DEĞİL, MARKANIN DNA'SIYLA
BİREBİR UYUMU GEREKTİREN ZORLU BİR STRATEJİ İŞİ.

+YAZI_/_/_ EMRE ÖZPEYNİRCİ +





Türkiye otomotiv pazarı, artık sadece beygir gücü, 0-100 km/s hızlanması veya tasarım çizimleri üzerinden iletişim kurmuyor. Geleneksel reklam kanalları (gazete, TV) yerine dijitalde duygusal bağ kurmayı ve toplumsal etki yaratmayı hedefleyen, çok daha sofistike pazarlama stratejileri öne çıkıyor. Bu yeni dönemin en kritik aktörleri ise popüler ve itibarlı ünlüler. Peki, dev otomotiv markaları bu isimleri seçerken hangi kriterleri esas alıyor ve bu işbirlikleri bize pazarın yönü hakkında neler anlatıyor?

ÜNLÜ SEÇİMİNDE YENİ KRİTERLER

Marka temsilcilerinin aktardığına göre, ünlü seçimi artık yalnızca sosyal medya takipçi sayısına bakılarak yapılmıyor. Takipçi sayısının yüksekliliği bir gereklilik olsa da nitelik, niceliğin çok ötesine geçmiş durumda. Bu stratejik seçimde öne çıkan temel kriterler şunlar:

Hedef kitle uyumu: Ünlünün takipçi kitlesi, markanın ulaşmak istediği nihai müşteri profiliyle birebir örtüşmeli. Genç bir kitleye hitap eden marka, doğal olarak o kitlenin benimsediği isimleri tercih ediyor.

İtibar ve duruş: Seçilen isim, rol model olabilecek, başarılı işleriyle takdir gören ve saygın bir çizgiye sahip olmalı. Yanlış bir adım, tüm markayı zedeleyebilir.

Nitelik, niceliğin önünde: Yüksek takipçi sayısı tek başına yeterli değil. Önemli olan, kitlenin markayla kurduğu bağın kalitesi ve ilgisi. Markalar artık sadece erişime değil, erişimin kalitesine odaklanıyor.

Etkileşim oranı: Sahte etkileşimler eleniyor; takipçilerin içerikle kurduğu organik bağ ve samimiyet mercek altına alınıyor. Markalar, gerçek ve canlı bir kitleye ulaşmayı hedefliyor.

Değer ve mesaj uyumu: Ünlünün kişisel değerleri, yaşam tarzı ve iletişim tarzı, markanın DNA'sıyla tam bir uyum içinde olmalı. Marka, ünlünün kişisel hikâyesini kullanarak kendi değerlerini pekiştiriyor.

TÜRKİYE'DE MARKALAR VE STRATEJİK EŞLEŞMELERİ

Bazı markaların tercih ettiği isimler, hedeflenen kitle ve imaj hakkında çok net ipuçları veriyor:

MERCEDES-BENZ: Elçin Sangu, İbrahim Çelikkol, Mert Yazıcıoğlu, Şükrü Özyıldız ve Melis İşiten gibi popüler isimlerle çalışırken tasarımcı Bünyamin Aydın (Les Benjamins) gibi isimlerle de moda ve trend yaratıcılığına odaklanıyor. Amaç, genç, dinamik ama aynı zamanda lüks ve premium kitleye hitap eden çok yönlü bir strateji izlemek.

OPEL: Çağla Şikel ve Çağlar Ertuğrul gibi hem televizyon hem de dijitalde geniş kitlelere ulaşan isimlerle çalışarak modern, enerjik ve ulaşılabilir bir aile imajını desteklemek istiyor.

CITROEN: Enis Arıkan ve Nilperi Şahinkaya ile özellikle genç kitleye ve mizah diline yakın, samimi ve eğlenceli bir iletişim kuruyor.

PEUGEOT: Uraz Kaygıaroğlu ve Yasemin Allen ile hem popüler kültürde geniş kitlelere ulaşmayı hem de markanın prestij algısını güçlendirmeyi hedefliyor.

LEXUS: Hadise, Salih Bademci, Melih Sezen ve Özge Özacar gibi iddialı ve lüks imajıyla uyumlu ünlü simalarla ortaklık kuruyor. Lexus'un hedefi, statü sahibi, yüksek profilli isimlerle marka algısını en üst seviyeye taşımak.

TOGG: Türkiye'nin yerli ve milli markası Togg, lansmanından bu yana en çok konuşulan markalardan biri. Togg, modellerinin tanıtımında ve marka yüzü olarak sektörün en popüler ve itibarlı isimlerinden biri olan Kenan İmirzalıoğlu ile çalışıyor. İmirzalıoğlu'nun duruşu ve güvenilir imajı, markanın ulusal sahiplenme ve kalite algısını güçlendirmeyi hedefliyor.

HAYAT TARZI VE MALİYET ETKİNLİĞİ

Bu strateji, otomotiv markaları için sadece bir reklam yüzü tercihi olmanın ötesinde kültürel bir yönlendirme gibi. Markalar artık yalnızca "satın alınacak bir ürün" değil, o ürünle birlikte gelen "hayat tarzını" ve "kimliği" satmak istiyor. Ünlüler ise bu hayat tarzı hikâyesini güçlendiren, inandırıcı kılan ana karakterler. Bu işbirliklerinin maliyet yapısı da bir o kadar stratejiktir. Çoğu zaman markalar işbirliklerini büyük bir para transferi yerine modellerini bu ünlülerin kullanımına vererek gerçekleştirir. Böylece marka, yüksek etkileşimli bir mecraya düşük operasyonel maliyetle erişim sağlar. Ünlü, en yeni modeli günlük hayatında kullandıkça model doğal bir şekilde hedef kitlenin zihninde konumlandırılmış olur.

Kısacası otomotiv sektöründe ünlü işbirlikleri artık sadece bir "gösteriş" aracı değil, büyük bir "strateji" haline geldi. Yanlış isim seçimi markanın itibarını zedeleyebilirken doğru isim seçimi markaya yepyeni bir sadık kullanıcı kitlesi kazandırabiliyor. Otomobil seçimleri kadar, bu işin arka planındaki ünlü seçimleri de büyük bir dikkat ve analizle yapılmak zorunda. Yani Türkiye otomotiv pazarlamasında yeni dönem, duygusal zekâ ve stratejik analizle şekilleniyor.



EPI-
-SO-
-DE

kıskanmak

NOW

KÖŞEYAZISI



YÜZÜN ANLATTIĞI HİKÂYE: “KISKANMAK”TA MAKYAJIN SESSİZ DİLİ

+ YAZI_/_YASİN ŞEFİK - MAKE-UP ARTIST +





Görsel sanatların büyüünde makyaj çoğu zaman sadece bir “güzelleştirme” aracı olarak görülür. Oysa bir yüz, sadece tenin değil, karakterin, duygunun ve hikâyenin taşıyıcısıdır. Fotoğraf karelerinde ya da moda podiumlarında ışıkla oynayan bu sanat, kamera karşısında –özellikle de bir dizinin ya da filmin içinde– bambaşka bir anlatım gücü kazanır. Çünkü ekrandaki her yüz, bir hikâye anlatır; kimi zaman pişmanlığı, kimi zaman bastırılmış öfkeyi, kimi zaman da toplumun kadına biçtiği rolleri... Benim işim, tam da bu görünmeyi görünür kılmak.

Yıllardır moda çekimlerinden uzun metraj setlerine uzanan bir yolculuğun içindeyim. Fırçalarım, renk paletlerim ve dokunuşlarım, oyuncuların duygularına sessizce eşlik ediyor. Bir karakter ağlarken maskarası akmasın diye değil, o gözyaşının ne kadar samimi olduğunu gösterebilmek için oradayım. Çünkü iyi makyaj, fark edilmeyen ama hissedilen makyajdır.

Bu ay sizlerle *Kıskanmak* dizisine makyaj sanatının penceresinden bakmak istedim. Dizi sadece dramatik yapısıyla değil, karakterlerinin yüzlerine sinen o derin anlamlarla da izleyiciyi yakalıyor.

SENİHA PAŞAZADE: GÖLGENİN KADINI

Özgü Namlı'nın canlandığı Seniha, hikâyenin duygusal merkezinde. Güzelliğiyle değil, hep o güzelliğin gölgesinde kalışıyla hatırlanan bir kadın. Onun makyajı neredeyse yok gibi... “No makeup makeup” estetiğinin ardında, yıllarca bastırılmış bir özgüven eksikliği yatıyor. Kaşlar belirgin ama iddiasız, dudaklar soluk ama gururlu. Bu sadelik, Seniha'nın içe dönük yaşamını ve kendi görünmezliğini kabullenmiş halini anlatıyor. O kadar sade ki, yüzündeki her çizgi, “Ben buradayım ama kimse fark etmiyor,” diyor.

MÜKERREM: GÜZELLİĞİN GÜCÜ VE TEHLİKESİ

Bir diğer karakter Mükerrerem; Hafsanur Sancaktutan'ın ustalıkla canlandığı o parlak, genç, biraz da tehlikeli kadın. Onun yüzü, dönemin “gösterişli kadın” algısını yansıtıyor. Allığı bol, dudakları belirgin, bakışları ışıltılı... Çünkü Mükerrerem'in varoluşu bu: Görünmek, fark edilmek, beğenilmek. Bu yoğun allık sosyal medyada çok konuşuldu. Ama bana göre bu, tam da yerinde bir sanatsal dokunuş. Çünkü o pembelik sadece bir renk değil; içindeki çocuk ruhuyla olgunluk arasında sıkışmış bir kadının karmaşası. Güzelliğini silah gibi kullanan birinin yüzündeki fazla allık, onun en dürüst itirafı. “Ben buradayım, beni gör,” diyor.

NALAN ŞEVKET: ZARAFETİN SESSİZLİĞİ

Beril Pozam'ın canlandığı Nalan, aklın ve zarafetin temsilcisi. Mükerrerem'in parıltısının yanında daha sade ama bir o kadar güçlü. Nalan'ın makyajı mat tonlarda, sade, klasik... Çünkü o, iç güzelliğiyle var olan bir kadın. Gözlerinde derinlik, dudaklarında dingin bir zarafet. Kahverengi ve gri tonlarla yapılan göz makyajı, onun duygusal olgunluğunu ve ölçülülüğünü tamamlıyor.

Bu karakterde makyaj, statüyü değil asaleti anlatıyor. Nalan, her zaman ölçülü kalmak zorunda olan bir kadının portresi. Ne bir gram fazla ne bir ton eksik... Tıpkı onun kişiliği gibi.

KISKANMAK'IN RENKLERİ, KADINLARIN RUH HALİ

Kıskanmak'ta makyaj, karakterlerin iç dünyalarını açık eden en güçlü araçlardan biri. Seniha'nın gölgesi, Mükerrerem'in parıltısı, Nalan'ın zarafeti... Her biri sadece bir yüz değil; toplumun kadına biçtiği üç ayrı rolün temsili. Bu yüzden dizinin makyaj tasarımı “güzel” olmanın ötesinde bir şey yapıyor; hikâyeyi anlatıyor. Her fırça darbesiyle dönemin ahlaki baskısını, kadınlar arasındaki görünmez rekabeti ve “görünme” arzusu ile “görünmezlik” korkusu arasındaki gelgitleri resmediyor.

Evet, makyaj bazen sadece bir detay gibi görünür. Ama iyi bakıldığında o detay, bir ruh halini, bir dönemi, hatta bir hayatı anlatabilir. İşte ben bu yüzden makyajı sadece renklerle değil, duygularla yaparım. Çünkü yüz, bir karakterin en sessiz ama en dürüst hikâye anlatıcısıdır.



EPI— —SO— —DE	plur1bus
	APPLE TV
	KÖŞEYAZISI

PLUR1BUS:

“BİRÇOK”TAN GELEN HİKÂYE

YAZI_//_YASEMİN ŞEFİK

VINCE GILLIGAN’IN YENİ DİZİSİ VE MURAT EVGİN’İN KÜRESEL NOTALARI ÜZERİNE

Latince “çokluk” anlamına gelen Pluribus, insanlığın kolektif doğasını, bireyin yalnızlığıyla çarpıştıran güçlü bir kelime. Bir arada olmanın ağırlığını, farklılıkların içinde kaybolmayı anlatır. Bu sözcük şimdi, televizyonun dâhi anlatıcısı Vince Gilligan’ın yeni dizisinin merkezinde yeniden hayat buluyor.

BREAKING BAD’İN YARATICISINDAN BEKLENEN DÖNÜŞ!

Breaking Bad ve *Better Call Saul* gibi modern klasiklerle televizyon tarihine yön veren Gilligan, uzun süredir üzerinde çalıştığı yeni projesiyle bu kez suçun değil, mutluluğun karanlık yüzünün peşinde. *Pluribus*, yakın gelecekte geçen, insanlığın “mutluluk” kavramını tehdit eden gizemli bir olayı konu alıyor.

Başrolde yine *Better Call Saul*’dan tanıdığımız Rhea Seehorn var. Ancak bu kez karakteri, adaletin değil, huzurun izini sürüyor. Dizi boyunca “Dünyanın en mutsuz insanı, dünyayı mutluluktan kurtarmak zorunda” mottosu yankılanıyor. Gilligan, alışılmış suç-ahlak ikiliğini bırakıp izleyiciyi duyguların, toplumsal baskının ve bireysel yıkımın labirentine sokuyor.





PLURIBUS

"Nobody Told Me" by Murat Evgin



Kamera dili tanıdık: Uzun planlar, sessizlikler, detaylarda gizli metaforlar... Bir donut kutusundan çıkan el, yavaşça "help yourself" yazılı bir notu gösteriyor. Bu, *Pluribus*'un hem ironisini hem de tehlikesini özetliyor: Kendine yardım et, çünkü başka kimse edemeyecek.

BİLİMKURGU, PSİKOLOJİ VE TOPLUMSAL ELEŞTİRİ BİR ARADA

Pluribus sıradan bir bilimkurgu değil. Bir "mutluluk salgını" fikri üzerinden modern toplumun duygusal dengesini sorguluyor. Bireylerin içsel çatışmaları, mutluluğun zorunlu hale geldiği bir dünyada daha da derinleşiyor. Gilligan'ın anlatısı bir kez daha şunu hatırlatıyor: İnsan iyi olmak zorunda kaldığında, içindeki karanlık büyür.

MURAT EVGİN: TÜRK EZGİLERİYLE HOLLYWOOD'A DOKUNMAK

Dizinin görsel atmosferi kadar dikkat çeken bir diğer unsur da müzikleri. Çünkü bu kez *Pluribus*'un ses evreninde bir Türk imzası var. Dizinin müzik süpervizörü, *Breaking Bad* ve *Better Call Saul*'un da müziklerini yöneten Thomas Golubić, Türk müzisyen Murat Evgin'le işbirliği yaptı. Ve Episode olarak Murat Evgin'e bu sürecin nasıl ilerlediğini sorduk, bakın neler anlattı:

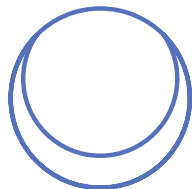
"Thomas Golubić ile online bir toplantı yapma fırsatım oldu. Türk dizileri için yaptığım müzikleri ve seslendirdiğim şarkıları dinledi, beğendi. Laf lafı açtı ve konu, üzerinde çalıştığı diziye geldi. Dizinin ismi o dönemde gizli tutuluyordu. Bu dizi için düşündükleri bazı şarkıların yabancı dillerde yapılmış cover versiyonlarına ihtiyaçları vardı. Elindeki şarkı listesinden ben John Lennon şarkısı "Nobody Told Me"yi seçtim. Sözleri Türkçeye çevirdim ve şarkıyı aranje ettim. Şarkının orijinal versiyonuna sadık kalarak şarkıya kanun, cümbüş, darbuka, def gibi etnik sazlar ve Türk ezgileri ekledim."





EŞREF RÜYA'NIN YILDIZ HARİTASI AÇILDI: KİM TUTKULU, KİM TEHLİKELİ, KİM GERÇEKTEN ÂŞIK?

Her karakter bir hikâye anlatır; ama bazı hikâyeler gökyüzünde yazılır. *Eşref Rüya* dizisindeki karakterler yalnızca replikleriyle değil, doğalarıyla da dikkat çekiyor. Güneş, Ay ve yükselen burçları; onların sahnedeki duruşlarını, içsel çatışmalarını ve aşk biçimlerini ele veriyor. Kimi adalet arıyor, kimi özgürlüğün peşinde; kimiye duygularını stratejiyle saklıyor. İşte *Eşref Rüya* karakterlerinin astrolojik portreleri...





EŞREF TEK / ÇAĞATAY ULUSOY
GÜNEŞ TERAZİ | YÜKSELEN AKREP | AY OĞLAK
 Güç ve zarafetin birleşimi. Yüzünde yaşadığı hayatın izleri var; içinde fırtınalar kopuyor. Terazi Güneş ona adalet ve ölçülülük kazandırıyor. Akrep yükselen sezgilerini keskinleştirirken derinlerde kalanı çözmek ister. Ay Oğlak ise duygularını soğukkanlılıkla yönetmesini, her konuda kontrol ve garanti arayışını belirginleştiriyor. Eşref sevse de temkinli sever; her şey planlı, her duygu ölçülüdür.



NİSAN AKYOL / DEMET ÖZDEMİR
GÜNEŞ BALIK | YÜKSELEN YENGEÇ | AY TERAZİ
 Ruhunun pusulası duygularında gizli. Balık Güneş onu geçmişe bağlarken Yengeç yükselen köklerine tutunma ihtiyacını büyütür. Ev, aile ve aidiyet duygusu hayatının merkezinde. Ay Terazi ona zarafet ve denge katar; sevdiğinde "ben" değil "biz" der, kırıldığında ise sessizce kabuğuna çekilir.



ÇİĞDEM SERİM / BÜŞRA DEVELİ
GÜNEŞ ASLAN | YÜKSELEN KOÇ | AY AKREP
 Işığın, sahnenin ve liderliğin burcu Aslan. Çiğdem dikkat çekmeyi, yönetmeyi ve önde olmayı sever. Koç yükselen ona hız ve cesaret kazandırır; sabırsızdır ama güçlüdür. Ay Akrep ise tutkularını derinleştirir; sevdiğinde sınır tanımaz, gerekirse tehlikeye yürür. Gücünü gösterirken incinmeyi asla kabul etmez.



KADİR YANIK / GÖRKSEM SEVİNDİK
GÜNEŞ ASLAN | YÜKSELEN KOÇ | AY İKİZLER
 Sahne onun doğal alanı. Aslan Güneş'le ışığını gizlemez; Koç yükselen mücadeleden kaçmaz. Hızlı düşünen, rekabeti seven bir karakterdir. Ay İkizler ise duygularında dalgalanmalara neden olur. Bir anda gülerken bir anda içe dönebilir. Parlak zekâsının ardında gizli bir yalnızlık taşır.

Eşref Rüya'nın karakterleri sadece senaryoya değil, yıldızların gizli diliyle de yazılmış gibi. Kimi kalbiyle yönetiyor, kimi mantığıyla. Ama hepsi bir şekilde gökyüzünün kader planında buluşuyor.



**GÜRDAL BOZOK / NECİP MEMİLİ
GÜNEŞ OĞLAK | YÜKSELEN AKREP |
AY BOĞA**

Disiplin, kararlılık ve güven onun üç temel direği. Oğlak Güneş başarıya ve hedefe odaklı yapısını belirler. Akrep yükselen sezgisel gücünü artırır; kolay kolay unutmaz. Ay Boğa ise sadakat ve istikrarla örülü duygusal bir yapı sunar. Gürdal için güven en kıymetli şeydir; duygular bile garantili olmalı.



**AFRA AKYOL / EBRAR KARABAKAN
GÜNEŞ İKİZLER | YÜKSELEN YAY |
AY KOÇ**

Zeki, enerjik ve değişken. İkizler Güneş merakını ve hızını besler. Yay yükselen özgürlük arzusunu büyütür; hiçbir kalıba sığmak istemez. Ay Koç ise ani kararlar ve ateşli duygular getirir. Başladığı kadar hızlı tüketir ama heyecanı hiç bitmez.



**MÜSLÜM ÇERMİK / TOLGA TEKİN
GÜNEŞ İKİZLER | YÜKSELEN
TERAZİ | AY YAY**

Zekâ, mizah ve iletişim onun parlayan yönleri. İkizler Güneş kıvrak zekâsını öne çıkarır. Terazî yükselen uyumlu ve diplomatik bir duruş kazandırır. Ay Yay ise özgürlük ve keşif duygusunu büyütür. Ailesine bağlı ama ruhen bağımsız bir karakterdir; sadıktır fakat sınır çizilmesini sevmez.



**FARUK SEZERİ / AHMET RIFAT
ŞUNGAR
GÜNEŞ BAŞAK | YÜKSELEN BOĞA |
AY KOVA**

Gerçekçi, detaycı ve analitik. Başak Güneş titizliğini ve çalışkanlığını anlatır. Boğa yükselen, sabır ve güven arayışını beslerken Ay Kova duygularına mesafe koyar. Mantıklı kalp arasında bir köprü kurmak onun hayat boyu sınavıdır.



**YAKUP KARAHAN / MACİT KOPER
GÜNEŞ KOVA | YÜKSELEN AKREP |
AY YENGEÇ**

Toplumsal bilinci yüksek, planlı ve sezgisel bir karakter. Kova Güneş vizyoner yanını, Akrep yükselen stratejik zekâsını öne çıkarır. Ay Yengeç, ailesine ve geçmişine bağlı duygusal yanını açığa çıkarır. Korumacı ama kincidir; iyiliği de kötülüğü de unutmaz.

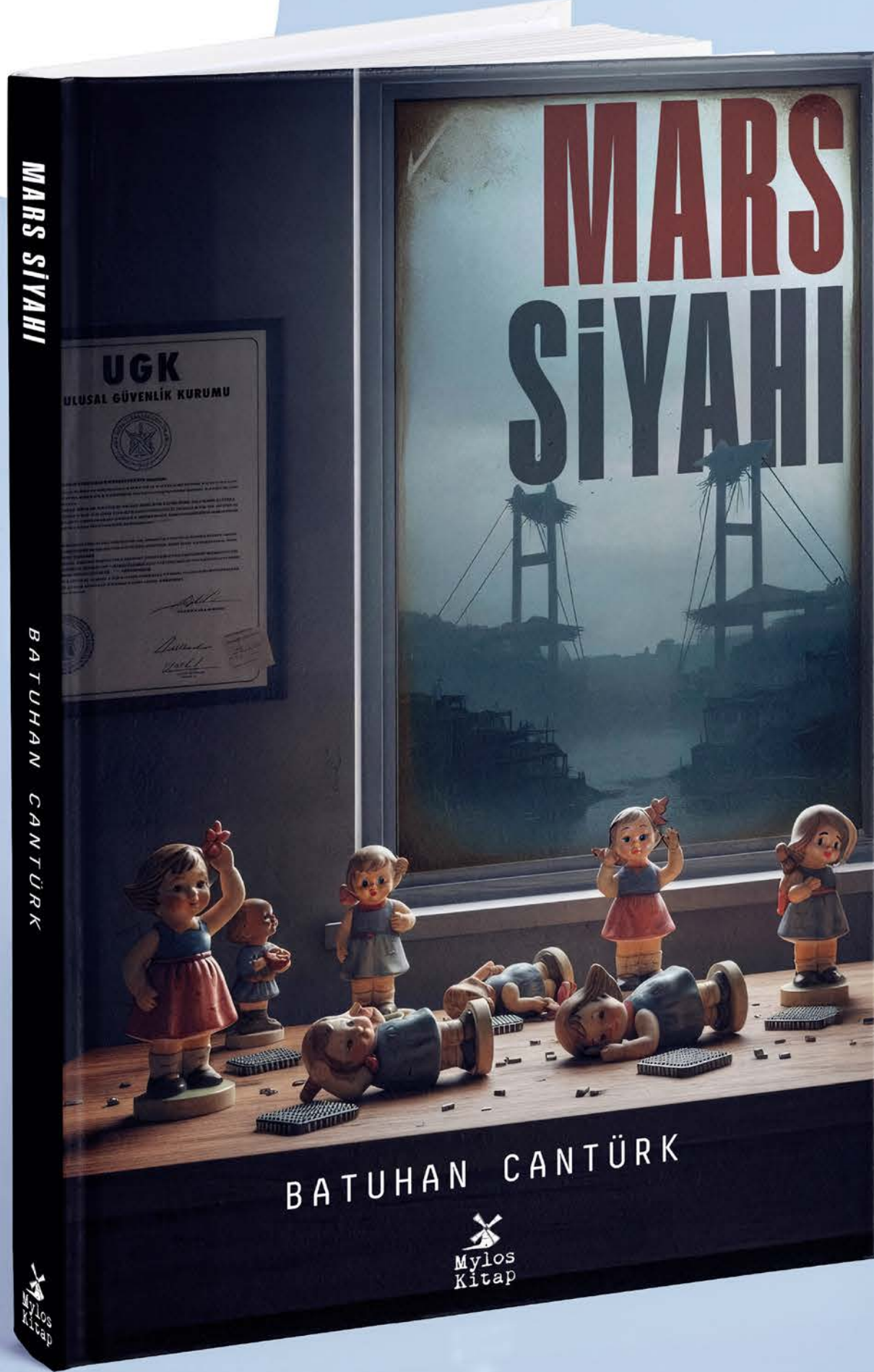


**IRMAK BOZOK / CEREN
BENDERLİOĞLU
GÜNEŞ KOVA | YÜKSELEN AKREP |
AY ASLAN**

Özgürlükle kontrol arasında gidip gelen bir ruh. Kova Güneş idealist yanını belirlerken Akrep yükselen geçmişin gölgelerini güç kaynağına dönüştürür. Ay Aslan duygularında bile sahneye çıkmak ister; kalbini güvenli bir yere bırakma arzusuysa onun en insani yanı.

MARS SİYAHİ, ZEKÂyla ÖRÜLMÜŞ BİR
POLİSİYE OLMANIN ÖTESİNDE GİZLİ KALAN
TRAYMALARIN, POLİTİK ÇÜRÜMENİN VE
ADALETİN SINIRLARININ ROMANI.

RAFLARDA



NEJAT İŞLER OLMAK ÜZERİNE:
RAHATLIĞIN BEDELİ

YAZI //_ YASEMİN ŞEFİK

Nejat İşler olmak... Cümlelerin başı bile hafif alaycı bir tınıyla geliyor kulağa, değil mi? Çünkü kimse tam olarak Nejat İşler gibi olamıyor. Oysa her erkek biraz o olmak istiyor; her kadın da biraz onu anlamak. Ama olmuyor çünkü o "Nejatlık" öyle taklit edilecek bir durum değil, bir hal, bir yaşam temposu.

Nejat İşler dediğin, bir dizide "adam sadece susuyor" dediğimizde bile hikâyeyi taşıyan adam. Oyunculukta o suskunluk, bizde "bakarak oynamak" diye övülür ama o işin öyle olmadığını, yüzünün gölgesinde bin tane karakter taşıdığını bir tek o biliyor. Öyle bir tip ki, rol yapmadığında bile kamera arkasına çevriliyor çünkü "orada da bir şey var."

Kitaplarını okuyunca o "rahat adam"ın içinin aslında nasıl karışık olduğunu görüyorsun. Satır aralarındaki küfürler, öfke değil; savunma mekanizması. Düşünsene, bu kadar çok hissedip bu kadar az konuşmak ne büyük mesai. Yani Nejat İşler dediğin adam, aslında içinin gürültüsünü dışına asgari seviyede sızdıran bir minimalist sanat.

Ve işte o samimiyet... Onunla aynı programa çıktığında, göz göze geldiğin o anda fark ediyorsun: Hiçbir şey "rol" değil. Nejat, stüdyoda da sahnede de kuliste de aynı tonda. Bir sıcaklık, bir mesafe, bir hakikat dengesi var. Müdanasız bir doğallık bu; kimseye yaranmak, kimseyi memnun etmek gibi bir ajandası yok. O yüzden onun bulunduğu masada sessizlik bile samimi.

Tarzına gelirsek... Gömleği yarı açık, gözlük var mı bilmiyoruz ama sigara illa var. Bir de o meşhur "umursamazlık." Fakat dikkatli bak: O umursamazlık aslında çok şey ummanın kendini yakmaması için aldığı tatlı bir önlem. Çünkü umursamaz gibi duran herkesin içinde azıcık yangın var. Onunki biraz daha Bodrum kokulu bir yangın.

Nejat İşler olmak, "kendin gibi olmanın özgürlüğü" cümlesinin canlı hali. Ama o özgürlük öyle Instagram bio'suna yazılacak kadar kolay bir şey değil. Nejat olmak, bazen yalnız kalmayı seçmek, bazen kendi karanlığında kibrit aramak. Ve o, kibriti bulduğunda bile "yanmanın" diye saklayanlardan.

Kısacası Nejat İşler bir "cool" değil. O, "cool olma zorunluluğundan" kurtulmuş bir insan. Rahatlığının altında bir yorgunluk, alaycılığının arkasında bir hassasiyet, özgürlüğünün içinde bir mesafe var. Ve belki de tam bu yüzden özenilesi.

Not: Nejat İşler'in yeni kitabı *Miras*'ı okumanızı tavsiye ederim.



“HİKÂYENİ BAŞTAN YAZMAK” İÇİN UMUT DOLU 8 FİLM

+YAZI_//_SU KARACAN+

Hayata yeniden başlamanın bir zamanı yoktur. Okul yıllarımız boyunca her sene, hayata yeniden başladığımızı düşünür ve “Bu sene daha iyisini yapacağım” umuduyla yol alırız. Mezun olduğumuzda ise hayata kaldığımız yerden devam eder, yine bir başlangıç hayali kurarız. Oysa ne zaman istersek tekrardan başlayabiliriz; bunun ne mevsimi vardır ne de yaşı. İşte bu yazımda size “başlamak için asla geç olmadığını” en güzel şekilde gösteren filmleri derledim.



JERRY MAGUIRE (1996)

Başarılı bir spor menajeri olan Jerry, dürüstlük ve insan ilişkileri üzerine bir manifesto yazınca işini kaybeder. Yanında sadece bir sporcu ve asistanı kalır ve sıfırdan bir hayat kurmaya çalışır. Aslında *Jerry Maguire* gibi filmler, iş hayatının parlak dünyasının ardında yatan yalnızlığı çok iyi gösteriyor. Başarı, para ve şöhret uğruna insan ilişkilerini feda etmenin ne kadar boş olduğunu hatırlatıyor. Bir anda her şeyini kaybedip sıfırdan başlaması, aslında kendine dürüst olmanın en büyük devrim olduğunu söyleyebilirim.

Film bize, “yeni başlangıç”ların çoğu zaman kayıpla geldiğini hatırlatıyor. Spor ve menajerlik dünyasının maskelerini düşürürken aşkın ve dostluğun hayattaki en kalıcı yatırımlar olduğunu gösteriyor. Eğlenceli, romantik ve düşündürücü bir denge kurarak hem kalbe hem zihne doku- nuyor. Jerry’nin hikâyesi sadece kariyer değil, insan olmanın yeniden keşfi de aslında.



JULIE & JULIA (2009)

Julie, hayatında bir boşluk hisseder ve Julia Child’ın yemek tariflerini bir yıl boyunca uygular. Bu süreçte hem kendini bulur hem de tutkularını keşfeder.

Julie & Julia, yemek yapmayı bir terapi, kaçış ve aynı zamanda yeniden doğuş olarak ele alıyor. Bir yandan Julia Child’ın yemek aşkı, bir yandan Julie’nin günlük hayat- tan sıyrılıp kendini bulma çabası iç içe geçiyor. “Yemek sadece yemek midir yoksa kendini ifade etmenin bir yolu mudur?” diye sorduran bir film.

Mutfağı, kimlik arayışının ve tutkunun sembolü haline gelirken iki kadının farklı zamanlarda yaşadıkları ama aynı tutkuda buluştukları yolculuk, ilham verici bir bağ kuruyor. İzleyici “küçük bir adım at, tutkunun peşinden git” cesaretini ekrandan bile hissedebilir.

Aslında film, hayatı değiştirmek için çok büyük şeylere gerek olmadığını söylüyor bize. Bazen sadece bir tarif defteri bile yepyeni bir hayat başlatabilir.

THE INTERN (2015)

70 yaşındaki Ben, emeklilikten sonra genç bir start-up şirketinde staj yapar. Nesiller arası farkları aşarak hem iş hayatına hem de kişisel hayatına yeni bir yön verir. *The Intern*, aslında en ilham verici filmlerden biri bu konuda. Yaş ve deneyimin modern iş hayatında hâlâ değerli olabileceğini çok tatlı bir şekilde gösteriyor. Film, nesiller arasında köprü kurarken dostluk ve anlayışın gücünü gösteriyor. Çalışma hayatının hızına kapılmış genç girişimcilere "denge"yi öğreten bir yapım. Yeni başlangıç bazen gençlikte değil, yaşlılıkta da olabilir diyor. Sonunda ise yeniden başlamak için hiçbir zaman geç olmadığını kanıtıyor.

**THE INTERNSHIP (2013)**

İşlerini kaybeden iki arkadaş, Google'da staj yapmaya karar verir. Teknoloji çağında kendilerini yeniden kanıtlamaya ve uyum sağlamaya çalışırlar. Dijital dünyayla geleneksel yöntemler arasındaki çatışmayı komediyle harmanlayan film, "yeni başlangıç"ın aslında öğrenmeye açık olmak ve uyum sağlamak anlamına geldiğini de hatırlatıyor seyircisine. Eski kafalı gibi görünen insanların bile yeni çağın bir parçası olabileceğini, takım çalışmasının önemini vurgularken rekabetin yanında dostluğun da değerini görüyoruz. Eğlenceli, hafif ve motivasyon verici bir film olarak kendini izletiyor.





A MAN CALLED OTTO (2015)

Kayıplar nedeniyle hayata küsmüş Otto, komşuluk ilişkileri sayesinde yeniden yaşam sevincini bulur. İnsanlarla kurduğu bağlar onun yeniden başlamasını sağlar. Film, ikinci şans ve topluluk bağları üzerine. Otto'nun katı, sert ve soğuk duruşunun altında büyük bir kırgınlık yatıyor. Yeni başlangıç, bazen sadece başka insanlara kapı açmakla mümkün oluyor. Film, kayıpların ardından bile yeniden bağ kurmanın gücünü gösteriyor. Dramatik ama sıcak anlatımıyla insan ilişkilerinin iyileştirici yanını hissettiriyor. Komşuluk, yardımseverlik ve topluluk bilinci yeniden değer kazanıyor. Aslında herkes kendi yaralarını başkalarıyla paylaşarak sarabilir. Kalbe dokunan, hüznü ama umutlu bir hikâye.

THE PURSUIT OF HAPPYNESS (2006)

Chris Gardner, mali sıkıntılar ve evsizlikle mücadele ederken oğluna daha iyi bir hayat sağlamak için çalışır. Azmi ve kararlılığı sayesinde hayatını yeniden kurar.

The Pursuit of Happyness, sıfırın altına düşmüş bir adamın pes etmeyerek verdiği mücadelenin gerçek bir hikâyesi. Baba-oğul ilişkisinin kalbindeki sevgi, filmin en güçlü yönü. Her şeye rağmen gülümsemek ve umut taşımak filmin merkezinde. Seyirciye "en zor anlar, yeni bir hayatın başlangıcı olabilir" mesajını verirken yoksulluk, başarısızlık ve yalnızlık arasında bile kararlılıkla ayakta kalmayı anlatıyor. Sıfırdan başlamanın acılarını da güzelliklerini de hatırlayıp devam etmeliyiz. İlham verici ve duygusal yönüyle klasikleşmiş kült bir yapım.



**EAT PRAY LOVE (2010)**

Boşanma sonrası Liz, kendini bulmak için İtalya, Hindistan ve Bali'ye yolculuk eder. Yemek, dua ve aşk aracılığıyla hayatını yeniden keşfeder. Film, İtalya'da yemek, Hindistan'da dua ve Bali'de aşk üçlemesiyle ilerliyor ve kişisel gelişimi sinemasal bir yolculuk haline getiriyor. Bazen yeni başlangıç, uzaklara gitmek değil, içe dönmek anlamına geliyor. Sonuçta insan kendisinden kaçamaz değil mi? İzleyiciye hem egzotik bir gezi hem de içsel keşif sunuyor. Özellikle kadın özgürlüğü ve kendi yolunu seçme hakkı üzerine cesur bir bakış getiriyor. Hayatın dengesi, kendini sevmek ve tutkuyu takip etmek üzerinden işleniyor. Aslında film, yeni başlangıçların çoğunun önce "kendinle barışmak"tan geçtiğini anlatıyor bize.

**ERIN BROCKOVICH (2000)**

Erin, işsiz ve zor durumdayken çevre kirliliği davasında adalet için mücadele eder. Mücadelesi sayesinde hem kariyer hem de kişisel hayatında yeni bir sayfa açar. İş hayatında şans bulamamışken çevre kirliliği davasıyla adalet için savaşan bir kahramana dönüşen Erin'in gerçek hikâyesi bu. Film, "yeni başlangıç"ı cesaret, direnç ve adalet arayışında buluyor. Tek başına ayakta durabilen güçlü bir kadın karakter sunması açısından da ilham verici. Toplumsal meseleyi kişisel bir dönüşüm hikâyesiyle iç içe geçiriyor. İzleyiciye "hiçbir şeyin imkânsız olmadığını" kanıtlıyor. Kadının direncinin çok güçlü bir örneği. Başarıya giden yolun her zaman düz olmadığını unutma. Ve belki de en güzeli, küçük bir insanın büyük bir fark yaratabileceğini göstermesi...

EPISODE

EXPLORING THE WORLD OF CONTENT
FROM TÜRKİYE TO THE GLOBE



Subscribe to our newsletter: episodemag.com

episodemag.com ___ [f](#) [t](#) [@](#) ___episodedergi