

OĐLAK DENEME

TAYFUN ATAY

HAYALLERİMİZİN SEYİR DEFTERİ

KİMLİKLER, İMGELER, TEMSİLLER



Dickens'dan Yaşar Kemal'e, "Karaoğlan"dan "Ceyar"a...

Sözlü-sazlı kültürden yazılı-matbu kültüre ve elektro-dijital kültüre kadar, hayal dünyamızı renklendiren, zenginleştiren ve besleyen tüm kurgusal anlatılarda yukarıda sıralanan strateji hep sürdürüldü. Klasikler bile, örneğin Charles Dickens'ın romanları, ilk nüshaları itibarıyla hep en heyecanlı yerinde kesilecek şekilde haftalık, aylık dergilerde tefrika hâlinde çıkmıştır. Dickens bu konuda, yani okura bir sonraki bölümü ipe çektirecek şekilde en heyecanlı yerinde kesmekte o kadar ustaydı ki *Antikacı Dükkânı*'nın (*The Old Curiosity Shop*) yeni bölümünü yayımlayan dergiyi Britanya'dan Amerika'ya getiren gemi New York limanına yanaştığında, yazarın limanda bekleyen fanatik okurları ve romanın müdavimleri sabırsızlık içinde güvertedekilere doğru çığlık çığlığa bağırarak, "Küçük Nell öldü mü?" diye sormaktan kendilerini alamamışlardır.²⁹ Tıpkı bir yüzyıl sonrasında bizlerin televizyonda Dallas'ın yeni sezonunun yayınlanmasını "Ceyar öldü mü ölmedi mi" merakı içerisinde sabırsızlıkla ve ateşli tartışmalarla bekleyişimize benzer şekilde...

Bizde de romanlar ilk ortaya çıkış dönemlerinden itibaren gazetelerde tefrika hâlinde okura sunulmuşlardır, hatta bu, görece yakın zamanlara kadar da devam etmiştir. Öyle ki 1970'lerde dahi ben Yaşar Kemal'in *Deniz Küstü*'sünü ilkin gazetede tefrika olarak okuduğumu hatırlıyorum. Daha küçükken yine gazetelerde Tarkan, Karaoğlan, Dedektif Nik gibi çizgi romanları da hep en heyecanlı yerinde kesilmiş hâlde "Devamı yarın" ibaresiyle sonlanmış olarak okuduğumu... Elbette radyoda *Arkası Yarım*'larda anlatılan öyküleri, roman-tiyatro uyarlamalarını dinleyip yine kaldığı en heyecanlı yerden takip etmek için ertesi günü ipe çektiğimizi de... Sonrasında benzer şekilde televizyon dizilerinde olduğu gibi...

Yaratıcılığın itici gücü olan hayal ile bilimin itici gücü olan merakı birbirine katık etmiş bu anlatı stratejisinin, insanlığın

tarih-öncesine, sanatsal yaratıcılığın başlangıcı sayılan mağara duvar resimlerine kadar izinin sürülebileceğini düşünenler/kaydedenler dahi var.³⁰ Bir kısmı yan yana, seri hâlde anlam-lanan bu resimleri yapanlar, kim bilir belki de ilk çizgi roman ustaları idiler!..

Demek ki tarihi, mağaradan mağazaya bir yolculuktan ibaret diye özetlenebilecek olan insanlığın hayal ihtiyacı, merak dürtüsü hesaba katılarak ve yaşamsal, geçimlik veya ticari gereksinimler eşliğinde hep aynı yöntem ya da strateji ile karşılanır olmuştur: Hayal ustaları ve tacirleri, hep en heyecanlı yerinde kestiler.

***Binge-watching* ve Gerçek Zamanlı Seyrin Sonu**

Peki, şimdilerde belki tüm bu yazdıklarımızı geçersiz kılacak mahiyette karşımıza çıkan dijital platformları, onların dizileri hiç de en heyecanlı şekilde kesmeksizin, art arda yüklenmiş bölümlerle “bindirme-seyir” (*binge-watching*) alışkanlığına kapı açışını nasıl açıklayacağız?.. Bu yolda önce şu soruyu soralım: Eğer *Binbir Gece Masalları*’nın sökün ettiği dönemde, mesela *Netflix* olsaydı, Şehrazad canından mı olacaktı?! Yani Şehriyar, masalların, hepsini art arda içinde barındıran bir metni ya da kaydı elinin altında bulmuş olsaydı, Şehrazad’la ilk geceyi geçirdikten sonra onu celleda teslim edip kendi kafasına göre mi takılacak, her gece en heyecanlı yerinde kesilecek şekilde anlatılan öykülere merak iştahını anında tatmin edecek geçişlerle hep yeniden, yeniden mi bağlanacaktı?..

Yüzyıllar önce olsaydı herhalde Şehrazad’ı hayli sıkıntıya sokabilecek bu durum, bugün televizyon dünyasını ve onunla karşılıklı bağ içindeki reklam endüstrisini canevinden vurabilecek bir dinamik olarak karşımızda.

1997 yılında mütevazı bir online DVD satış şirketi olarak doğuş bulmuş *Netflix*, daha sonra doğrudan internet üzerinden

abonelik bazında film ve dizi akışı sağlayıp ardından *House of Cards* ile başlayarak orijinal içerik yayınlayıp giderek kendisi de üretir olduğu noktada, televizyon seyir alışkanlığının radikal şekilde değişmesine öncülük etti. Aslına bakılırsa bu daha önce de gizli-saklı (“yasak-korsan”) mahiyette süregelen fiili bir durumdu. *Netflix* sadece bu fiili durumu meşru çerçeveye oturtan ticari bir hamleye imza atmıştır da denilebilir.

İnternet ortamı bugün işitsel-görsel her tür içeriği istediğimiz şekil ve hızda izleme, tüketme imkânını bize vermekte. Dizileri istediğiniz yerde durdurup seyretmeyi kesebiliyor, sonra tekrar kaldığınız yerden devam edebiliyorsunuz. Ama yine isterseniz onları en heyecanlı yerinde kesildiği yerden, hiç beklemeksizin diğer bölüme geçerek üst üste birkaç bölüm, hatta bir sezonu tümüyle, gözleriniz kan çanağına döne döne de olsa izleyebiliyorsunuz. Böylesi “bindirme” (ya da obez) seyrin keyfiyle olduğu kadar zararlarıyla da önünü açmış bir dijital-teknolojik dünya var bugün...

Sonuçta yazılı, sözlü, görsel her tür içeriğin bir yasal kontrol ya da takibata da elvermeyecek hızda, âdeta boşluğa püskürtülürcesine siberuzaya aktarımı, bildiğimiz televizyon seyrini radikal biçimde etkiledi, değişikliğe uğrattı. Televizyon seyri, internet dolayımıyla kişiselleşti ve mobilleşti. Seyirci topluluğu atomize oldu. “Gerçek-zamanlı” televizyon seyri zorunluluk olmaktan çıktı. Bu zorunluluk kalkınca, bir kurgusal içeriği haftalar boyu hep en heyecanlı yerinde, herkesi merakta bırakacak noktada kesmenin ne anlamı ne gereği ne de cazibesi var artık. Bir diziyi birkaç ay sabredip sonra topluca, hiç en heyecanlı yerinde kesilmeksizin sezonluk izlemenin hazzı daha ağır basar oldu. Zaten her biri ayrı zaman aralıklarında karşımıza çıkan yapımlarla sürekli akış arz eden dizi endüstrisi, seyircinin kendine özgü bir izleme planıyla, ürünleri anında değil, geriden, ama “bindirme” yaparak izleme tercihini gayet işlevsel kıldı, yaygınlaştırdı.

Süreç elbette gerçek-zamanlı seyre dayanan lineer televizyon yayıncılığını ve onu hem besleyen hem de ondan beslenen reklam endüstrisini kritik bir noktaya getirdi. İçerik ne kadar çekici olursa olsun, seyirciyi haftalarca “hatta tutacak”, dolayısıyla reklam çekecek merak-heyecan kancaları (*cliffhangers*) atmanın önemi azaldı. Böylece tefrika roman dönemi nasıl kapandıysa, tefrika dizi dönemi de kapanma sürecine girmiş görünüyor. Televizyoncusu da reklamcısı da dizi yapımcısı, senaristi de bu duruma, yani “dijital yeni normal”e göre hareket etmek zorunda artık.

Tabii bu söylenenler daha çok 30 ile 60 dakikalık sürelerle yayında olan ve ağırlıklı olarak yabancı diziler açısından söz konusu. Türkiye televizyonlarındaki 150 dakikaya varan yerli dizilerin elbette “bindirme” seyre oturtulabilecek bir yanı yok. Ama giderek dijital platformlarda, üstelik sadece ulusal bazda değil, küresel bazda izleyici kitlesine hitap eden yerli dizilerin ve sinema filmlerinin hayli yaygınlaştığı da bir gerçek ki, kitabımızdaki pek çok dizi analizi de bu platformlarda yer alan yapımlara ilişkin.

“Devamı Var” Çağı’ndan “Sırada Ne Var” Çağı’na...

Tekno-ekonomik-kültürel dönüşüm, günümüz insanını hıza endeksli bir yaşam akışı içine soktuğu ölçüde artık bir düşsel-kurgusal ürünü, değil bir hafta, bir gün bile bekleme sabrını seyirciden istemek zorlaştı. Üstelik hem dizi üretiminin alabildiğine artışı hem de yeni medya teknolojilerinin eşliğinde gelen “dijital yeni normal”in avantajı, izlerkitleyi alabildiğine bol seçenek içerisinde başına buyruk şekilde davranmaya sevk etti. Bir dizinin yeni bölümünü gerçek-zamanlı olarak merakla beklemektense, her hafta bir ya da birkaç diziyi “bindirme-seyir”le topluca izleyip diğer dizileri de sonraki haftalarda bölümleri tamamlanmış “tüketme”yi tercih eder hâle getirdi.

Sonuç olarak, ister tane tane, ister “bindirme” şekilde olsun, hayallerimizin seyrinde 19. yüzyıl romanın, 20. yüzyıl sinemanın olduğu gibi, 21. yüzyıl da dizilerin olacak gibi görünüyor.

Şimdi dönelim tekrar o kritik soruya: Şehrazad’ın zamanında dijital platformlar olsaydı ve Şehrazad hikâyelerini “bindirme” şekilde ve hep en heyecanlı yerinde kesmeden bütün bütün anlatmak durumunda kalsaydı ne olurdu; celladın eline düşmekten nasıl kurtulurdu?..

Elbette bir gecede en heyecanlı yerinde kesilmek yerine tamamına eren hikâyeden sonra aynı lezzette, çekicilikte, kalitede bir yeni hikâyeyi ertesi gece için vadederek!..

Ve halk hikâyelerinde de çizgi romanlarda da radyodaki *Arkası Yarım*’larda da televizyondaki dizilerde de son nokta konulmadan önce hep karşımıza çıkagelmiş *To be continued...* (“Devamı var”) mesajı yerine, Şehriyar’ın zihninde ve kalbinde şu soru-mesajın belirmesine yol açarak: *What’s next*; yani, sırada ne var?!..