



Söyleşi

Yapımcı Mı Üretici Mi? Yapımcılık Mesleği Üzerine Ezel Akay ile Söyleşi

Başvuru Tarihi: 23.12.2020
Yayın Kabul Tarihi: 23.12.2020
Yayınlanma Tarihi: 30.12.2020



Kaynağından
Okumak için
Kodu Taratın

Nursena Şatana¹

Ege Üniversitesi

nursenasatana@gmail.com

ORCID: 0000-0003-2935-8818

Sinemanın doğuşuyla beraber ortaya çıkan yapımcılık mesleği, Türkiye’de geçmişten bugüne görev içeriği olarak değişim gösterirken bugün dünya standartlarına erişmiş, çok yönlü bir meslek olarak icra edilmektedir. Özellikle Yeşilçam döneminde bono sistemi ile işleyen yapımcılık faaliyetleri sonucunda benzer nitelik ve içerikte, formüleleştirilmiş senaryolar ve bölgelerin isteklerine özel, sipariş ile çekilmiş filmler ortaya çıkmıştır. Kısa vadede Yeşilçam sinemasına canlılık katan bu yapım biçimi, uzun vadede Türk sineması için neredeyse gelişimi engelleyen bir niteliğe dönüşmüştür. Bugün yerel sinemada değişen yapımcılık tanımları ile birlikte görev içeriği ve film yapım aşamaları ciddi bir değişim geçirmiştir. Genç Sinemacılar Kuşağı ile 90’lı yıllarda sağlanan bu değişim sonucunda Türkiye, fon, kredi ve sponsorluk gibi yeni finansman modelleri ile tanışmış, bunun yanında sektör içinde yapımcı-yönetmen artışı yaşanmıştır (Tunç, 2012, s. 168). Özgün sinema içeriklerinin yeşermekte olduğu bu dönem ile birlikte bono sistemi ve formüleleştirilmiş senaryolar üzerinden yürütülen yapımcılık anlayışından uzaklaşmış, yapımların daha bireysel olduğu yeni bir döneme kapı açılmıştır. Bugün Kültür Bakanlığı fonları, Eurimages, ortak yapımlar, bağımsız yapımlar ve reklam çalışmaları ile olabildiğince geniş bir çalışma alanı olan yapımcılık mesleği, Yeşilçam anlayışından oldukça uzaktadır.

Mesleğin geçirmiş olduğu tüm bu değişim aşamalarına rağmen maalesef ki *yapımcı* hâlâ kimi çevrelerde “para veren kişi” olarak görülürken, esasında film üretim süreçlerinin temel ve etkin yürütücüsü konumundadır. Bu nedenle filmin prodüksiyon öncesi, sırası ve sonrasında kilit rol oynayan yapımcıların Türkiye içerisindeki güncel meslek tanımını doğru bir biçimde aktarmak ve bilgi kirliliğini yok etmek önem arz etmektedir. Yapımcı, yönetmen ve oyuncu olan Ezel Akay ile yapılan bu söyleşi; sinemanın temel unsuru olan yaratıcı yapımcılığın film yapım sürecindeki konumunu ve gereklilikleri, bu noktaya kadar ki süreçte Türkiye’de geçirmiş olduğu aşamaları, farklı yapım teknikleri ve fonlama süreçlerini, bağımsız film yapımını, yapımcı meslek grupları ve filmlerin tanıtım süreçlerini daha iyi anlamamıza bir kapı açmayı hedeflemektedir.

– **Yapımcılık mesleğinden biri olarak, yapımcılığı nasıl tanımlarsınız? Film yapım sürecinde görevleriniz neyi kapsar?**

– Yapımcılık yüz yıllık bir sanattır. Bu sanatı aşama aşama icra edenler ve bu sanat ile ilişkili bütün

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi. Ege Üniversitesi.





kavramlar zaman içinde değişti. Yapımcılığın kendisi, araçları, insanlar üzerindeki etkisi ve teknikleri değişiyor. Yeşilçam'da prodüktör olarak kullanılan yapımcılık kelimesi aslında Türkçe 'ye transfer edilmiş bir kelimedir. Prodüktör üretici demekken, yapımcı bir şeyi yapan kişi anlamına geliyor ve dolayısıyla durumu açıklamıyor. Yapımcılık yapılandan çok üretilen bir şey aslında. Yapımcı temelde bir hikâye üretiyor, bir anlatı üretiyor ve bunun için de para sağlıyor. Bu para kendi parası olabilir, yatırımcısının parası olabilir, borç alabilir ya da daha önce satışlarda elde ettiği paralar olabilir.

– Film denilen şey aslında bir üretim alanı ve bunun da şef yöneticisi filmin yönetmeni değil yapımcısıdır. Yönetmen bir yapımcı gereksinimi hisseder, tabii ki yapımcı kendisi de olabilir fakat yapımcının ona sağlayacağı teknik ve artistik donanımına ayrıca ihtiyaç duyar. Yönetmen ya da senarist gibi yapımcı da birer hikâye anlatıcısıdır. Çünkü yapımcı konuyu seçer, bu konuyu kime anlattıracağını seçer, onu hangi tekniklerle uyarlayacağını düşünür, yönetmeni bulur, onları örgütleyip farklı yaratıcılarla bir araya getirir ve kaynakları sağlar. Bugün dünyadaki bütün iyi yapımcıları sektör zaten iyi hikâye anlatıcı olarak tanımlıyor.

– **Geçmişten günümüze yapımcı sadece finansal destek sağlayan kişi olarak biliniyor, böyle bilinmesinin temel nedeni sizce nedir?**

– Bütün dünyada yapımcı bizde bilinenin ya da daha az ilgili olan insanların aksine parayı koyan kişi değil, tam tersine parayı yöneten kişidir. Riskleri azaltmak için bütçenin bütün parçalarını çeşitli finansörlere finanse ettiren, kimi zaman yatırımcı, bazen ise ortak yapımcı bulan kişidir. Dolayısıyla ortadaki bütçeyi örgütleyen, riskleri azaltan, taviz veren, kar paylarını dağıtan kişi dolayısıyla bu paranın da yöneticisi olan kişi yapımcıdır.

– **Sektör içinde sizce bu mesleğe film yapım sürecine katılan yönetmen, kurgu sorumlusu vb. kişiler tarafından gereken önem veriliyor mu?**

– Verilmiyor olmasına imkân, ihtimal yok. Bugün hangi yönetmene, yazara, kurgucuya, ışıkçıya giderseniz gidin “Siz kimlerle film yapıyorsunuz?” dediğinizde önce size yapımcının adını söyleyeceklerdir. Yapımcının önemi çok büyüktür, giderek artmaktadır ve giderek yapım firmalarının isimleri ayrıca önem kazanmıştır.

– **Ülkemizde yapımcılık sizce ilk zamanlarına göre yol kat etti mi?**

– Çok yol kat etti fakat hâlâ gerçek iş tanımlarıyla donatılmış bir iş ağına sahip değil. Bunun yanında bir endüstrinin de birdenbire toparlanmasına imkân yok. Ne olursa olsun Yeşilçam sinemasının yapımcılık ve dağıtım yöntemleri bugün için çok ilkel kalıyor. 1974'e kadar Türkiye sineması dediğimiz şey yılda 200-300 film üreten, herkesin yılda iki kere sinemaya gittiği bir dönemdi. Şimdi ise oran henüz eskisi kadar yükselmedi, seyirci yılda bir kere sinemaya gidiyor. Şu an daha yılda 300 milyon bilet satılmıyor ama 70 milyon bilet de satılıyor. Şimdilerde Yeşilçam'a kıyasla gerçekten sanatsal değeri gayet yerinde olan birçok film üretili.

– Son on yılda reklam yapımları Türkiye'ye muazzam bir teknoloji girmesini sağladı, televizyon dizileri tekrar kendi hikayesini arayan Türkiye seyircisinin hikayelere alışmasını ve oyuncularını yönetmenleri tanımasını sağladı. Sinema ise aynı anda genç yönetmenler, eski yönetmenler ve





sinema salonlarının yaygınlaşması, az da olsa bakanlık desteğinin makul hale gelmesiyle bütünüyle değişti ve ilerlemeye başladı. Aksaklıklar devam etse de hepimiz aynı iş tanımlarını kullanıyorsak endüstrileşmeden bahsedebiliriz. Burada artık teknolojisi yüksek, yaratıcılığı giderek artan, zanaatkârları tecrübe kazanmış bir sektörden söz ediyoruz.

– Sinemamızda ortak yapımlar oldukça önemli. Sizce ortak yapımların artı ve eksileri nelerdir?

– Bu tabii organizasyonu ve kişi başına düşen iş miktarını darmadağın eden bir yapı olmakla beraber farklı bir çalışma yapısı da getiriyor. Ortak yapımlar ayrı ayrı işin dağıtım tarafını, lokasyon tarafını, yapımın devletle ilişkisini, bankalarla kredi ilişkisini düzenleyen, çeşitli kaynakları ortak bir havuza getiren, artistik ve teknik veya finansal faydalar sağlayan konsorsiyumlardır. Ortak yapım deyince iki şey anlıyoruz; biri lokal bir sinema için, örneğin Türkiye için yapılan filmler, diğeri de uluslararası ortak yapımlardır. İki tane prodüktör, iki tane zihin, iki tane birikim, iki tane imkanlar paketi var ve bunlar bir film için bir araya getiriliyor. Ortak yapım paraya bağımlı bir ürün olduğu için, ortak yapımcılık finansal riskleri azalttığı için büyük önem taşıyor ve karşılıklı anlamda çok ciddi bir tecrübe akışı doğuyor. Uluslararası anlamda ortak yapım yapmak lokal yapımlara göre daha büyük zorluk içeriyor çünkü filmin hangi markete yapıldığı belirsiz. Bu da ayrı bir zorluk oluşturuyor.

– Eurimages desteğinin son dönem sinemamıza katkısını nasıl yorumlarsınız? Film üretim sürecindeki desteğini nasıl değerlendirebilirsiniz?

– Eurimages siyasi nedenlerle ya da sistemin aşırı sömürülmesiyle sürekli olarak bir problem alanı gibi duruyor fakat prensip olarak çok iyi bir yöntem. Orada ince eleyip sık dokuma yöntemi var, iyi dosyalar hazırlamak, iyi finansal yapılanmalar yapmak gerekiyor ve bu aslında Türkiye'deki yapımcılara da çok iyi bir eğitim oldu. Bir proje nasıl finanse ediliyor, uygulama nasıl yapılıyor, hangi ülkenin yapımcısı nasıl katkıda bulunuyor, hangi artistik ekipler olayın içine katılıyor, Avrupa'nın her yerine yeteri kadar dokunan bir proje oluyor mu gibi değerlendirme sorularını modellerin temelinde oturarak formasyon yaratma açısından çok faydalı gördüğüm bir girişim. Şimdilerde filmlerin bütçesi de arttığı için Eurimages peşinde koşmak süreyi çok uzatıyor. Filme katılan ortakların neredeyse hiçbiri bir yatırımcıdan para alarak girmiyor. Bugünlerde fonla film yapma yöntemi olarak Eurimage başvururken aynı zamanda aynı film için kendi ülkesinin fonlarından da para alıyorlar. Fakat fonla film yapma yöntemi yapımcıların, yönetmenlerin seyirci ilişkisini hiç önemsememesine neden oluyor. Fonun sağladığı paralarla, film para kazansın ya da kazanmasın, bir sinemacı olarak yaşamaya devam etmek, geçinmek ve üretim yapmak mümkün. Hiçbir zaman yatırım yapılamayacak çok kaliteli filmlerin çıkması açısından onlardan başka çare yok, dolayısıyla bu desteklerin yaşaması lazım, büyümesi lazım, portföyünü, finansal yapısını da büyütmesi lazım.

– Bağımsız filmler başlığı altında değerlendirebileceğimiz filmlerin, festivaller dışında, vizyonda diğer gişe filmleri kadar yer bulamaması hakkında ne söylersiniz?

– Bu bir mücadele alanı ve bu alandaki filmleri yapan kişilerin de buna çok istekli olması, beraberinde de alternatif dağıtım kanallarının doğması gerekiyor. Hakikaten çok güzel filmler çekmiş genç yönetmen-yapımcılar var ve bu kişiler dağıtımçılarla uğraşmak, onların taleplerini yerine getirmek, sinemalara sokmak için gerekli masrafların altına girmek gibi imkanları olmayan insanlar. Dolayısıyla ellerindeki ile yetiniyorlar aslında, zorlamıyorlar çok fazla. Türkiye'de hem





seyirci sayısı hem bilet gelirleri hem sinema filmi sayısının sürekli olarak artmasına rağmen sinema salonu sayısı altı senedir hiç artmadı. Dağıtımcının da elinde bu anlamda bir imkân yok, ellerindeki salon sayısı kısıtlı olduğu için ister istemez filmleri seçmek zorunda kalıyorlar. Bağımsız sinemanın yayılamamasının en büyük nedeni alternatif dağıtım kanalları yaratılmıyor olması; ev, küçük salon sinemacıları, böyle şeyler yaratmak için yeni kooperatifler, iş birlikleri oluşturulması yarar sağlayacaktır. Biz korkutulmuş insanların ülkesiyiz ve en büyük problemimiz örgütlenme.

– Sektörümüz ancak bu problemleri örgütlenerek aşabilir. Sinema salonu denilen şey çok pahalı bir yapı olarak biliniyor, halbuki artık değil. Başka modellere geçmek lazım. Yatırımcı çok riskli olması nedeniyle güvenemediği için sinema salonlarına yatırım yapmıyor. Türkiye’de yeterli kadar seyirci var mı bilemiyorum. Beş yıl öncesine kadar gidişat böyle değildi, sinema salonlarının artacağını düşünüyorduk. Yatırımcılar da böyle görüyordu ama sonrasında bir siyasi-sosyal çalkantıya girdik, bu nedenle zaten riskli olan sinema sektörü için yapılan yatırımlar durdu.

– **Bir projeyi desteklerken esas aldığınız nokta nedir?**

– Bir stratejiniz, bir beğeni skalanız ve bir hedefiniz var. Ben prensip olarak şu an Türkiye’de çekilmekte olan filmlerin hiçbirini yaratıcı bulmuyorum. Değeri verilmeyen bir iki tane film de var bunlara ek olarak. Fransız Yeni Dalgası yapmış, Kuzey İskandinav Sineması yapmış, Amerikan Bağımsızları yapmış ve bu filmlerin benzerinin, benzerinin, benzerlerini sinemalarda görüyorum. Daha cesur fikirler, daha sapkın -yani herkesin gittiği yoldan ayrılan demek istiyorum- konular arıyorum, bu bir pazarlama stratejisi aynı zamanda. Ana yol tarafında bir şey yapabilirim ama hem o tezgâha girmem lazım hem de o taraflarda başka kişiler de olduğu için herkes bu yönde atılacak ve böylece herkesin riski artacak.

– Halbuki hiçbirine benzemeyen bir film yaparsan anlaşılma riskin var ama çok özel bir yer edinme şansın da var. O şans da insana belki de çok yeni kapılar açacak. Ya felsefi değeri olan ya da müthiş bir eğlencesi olan şeyler benim ilgimi çekiyor. Bir diğer kriterim de mutlaka popüler olacak filmlerle ilgilenmek ya da popüler olması için uğraşılacak filmlerle ilgileniyorum, popülist değil yanlış anlaşılmasın. Bir folklor bu, halk sanatı sinema ve hedefi daha fazla seyirci, yoksa bir manası olmuyor hem mali açıdan manası olmuyor hem de artistik açıdan manası olmuyor. Çok fazla insan tarafından seyredilmeyi sağlamak lazım, orada bir sınır var, bunu biraz fazla zorlarsanız seyircinin sadece suyuna gitmiş ve sadece popülizme düşmüş oluyunuz. Tam dengesini bulmak lazım, benim reçetem şöyle; acı bir ilacı şekerle kaplamak lazım.

– **Bir projenin yapım öncesi, sırası ve sonrasında yapımcı tarafından kontrol mekanizması ne kadar işliyor? Filmin çekim sürecinde yapımcı olarak ne kadar etkin olabiliyorsunuz?**

– İşletemeyen kötü yapımcı, işletebilen ise iyi yapımcıdır. Çalışanlar açısından da böyle, yapımcı film üretiminde başından sonuna kadar her alanını, kontrol eden, denetleyen ve bilen bir pozisyonda olmalıdır. Bunu yapamıyorsa kötü yapımcıdır, dolayısıyla ekip de onu kötü yapımcı olarak görür. Aman kontrol etmesin demez kimse, tam tersi kontrol ediyor olması lazım birinin. Kontrol edilsin ki set çalışanları sabah kalktığında film çekebilsin, ekibin karnı doysun, günde 16 saat çalışsınlar 12 saat çalışsınlar ve bu süreçler iyi planlasın. Bunlar olmadığı zaman film yok demektir ortada bir ıstırap ve işkence demektir. Her aşama yapımcının bilgisi dahilinde olması gerekir.





– Ülkemizde yapımcılar belli bir çatı altında toplanıyor mu? Böyle bir oluşum varsa eğer bu oluşum sağlıklı işliyor mu?

– Türkiye’de dört tane yapımcı birliği var. SİYAP, SEYAP ve MESAM adında meslek birlikleri, bir de bunların yanında yapımcı birlikleri var. Bu oluşumlar giderek güçleniyorlar, bir etkileri oluyor. Meslek birlikleri dünyadaki bütün sinema endüstrileri için çok önemli. Çünkü onlar teliflerin toplanmasında, mesleki kriterlerin konmasında eski loncalar gibi çalışıyorlar, bir tür sendika gibiler. Bir iş yapıldığında birinin ahlaksızca mı davrandığı, yoksa mesleki kriterler içinde mi davrandığını nasıl anlayacaksınız? Bunlar için bir kriter oluşturulması lazım, bu kriterler konusunda uzlaşılan yer ise meslek birlikleridir. Yapımcı birlikleri diğer birliklere göre şimdilerde daha etkili ama bir meslek birliği olarak henüz MESAM gibi etkili, yaygın ve yerleşik değiller.

– Diğer ülkelere kıyasla ülkemizde yapımcılığın artıları ve eksileri nelerdir? Sizce gelişmesi için neler yapılabilir?

– Kapitalist ekonomilerde akış doğal bir şekilde cereyan ediyor. Bu ekonomilerde sistem arz-talep olarak işliyor, eğer bir talep varsa arz artıyor, sonrasında talep kendini örgütlüyor ve para geldiği için kendine biraz daha yatırım yapıyor. Bu sistem Türkiye’de de hızla geliyor. Yavaş yavaş stüdyo mantığında örgütlenen yapımcılar oluşmaya başladı. Bağımsız yapımcılar aslında stüdyo yapımcılarıdır. Stüdyo yapımcılığının şöyle bir avantajı var, eğer bir tane filme yatırım yaparsanız batma riski var, bu risk yüksek. Fakat on tane filme yatırım yaparsanız, aynı anda bunların da bir tanesinin diğerlerinin tamamının batmasını engelleyecek para kazanması ihtimali de yüksek. Stüdyo zaten bu demek, aynı anda mümkünse beşten fazla filme yatırım yapabilmek ve bu sayede finansal bir rahatlık sağlayabilmek. Bu yolla da filmlerin üretilmesinde ana fona ihtiyaç duymayan, kendi fonunu kendi üretiminden sağlayan yapılar oluşur. Bu yüzden stüdyo yapımcılığını normal yapımcılıktan farklı düşünmeliyiz. Bunun sonuçları olumlu olsun olmasın bu model geliyor, üretim artıyor ve kaliteleniyor çünkü eserler belli bir elden, aynı mantıktan çıkıyor. Küçük küçük de olsa kaliteyi artırıcı yatırımlar yapılıyor.

– Sinema dağıtım ağlarındaki tekelleşme ve belli gösterim şirketlerinin aynı zamanda yapımcılık da yapması konusunda ne düşünüyorsunuz?

– Tekelleşme konusunda yalnızca dağıtım şirketlerinin kötülüğünü görmüyorum, bir de bu kadar sinema salonu varken dağıtım zaten bir problem haline geliyor. Bütün dünyada dağıtım ile ilgili sorun var. Tekeller, büyük firmalar, büyük zincirler oraya kendilerinin filmlerini -çünkü onlar gişe yapacak filmler- çekip koyuyorlar. Ama dünyada gişe filmi olmayan filmler de kendilerine sinema salonlarında yer bulabiliyor. Bu bir kapitalist mücadele. Yalnızca paranın hükmettiği bir alandan söz ediyoruz burada. Ya bu sistemin dışında bir şey yapmaya çalışacaksın ya da bu sistemin çeperlerinde bir şey yapmaya çalışacaksın, dışarıda olmak istiyorsan eğer kendi kendine para kazanabilen bir zincir oluşturmayı deneyeceksin.

– Reklam ve satış ajanslarının pazarlamadaki önemi nedir? Ülkemizdeki gelişmişlik düzeyi nedir?

– Ülkemizde reklam ve pazarlama alanı dünyanın sayılı versiyonlarından biri işletiliyor. Büyük bir tecrübe yatan bu alan çok gelişmiş, çok yeterli ve içinde müthiş kreatif insanlar var. Bir sinema





film sahibi “Filmimi pazarla!” diyebiliyorsa hiçbir problem yoktur. Onun nasıl pazarlanacağı, ne kadar para harcanacağı, nerelerde görüleceği, ne kadar seyirci getireceği neredeyse istatistiki olarak bellidir. Ama ülke içinde buna verilecek para yok. Zaten Türkiye içerisinde filmlerin en büyük problemleri pazarlanamıyor olmaları. Esas parayı filmin tanıtımına harcamak lazım, Amerika’da bu bir gelenek, neredeyse filmin bütçesi kadar reklam gideri ayrılıyor, bu parayı koymadığınız zaman iş tamamen şansa kalıyor. Bu süreç için illa para da gerekmiyor, bir sürü numara var, sosyal medya gibi çok önemli bir şey var ve sosyal medya takipçileri şu anda halihazırda gerçek sinema izleyicileri zaten. Bir ürünü pazarlamak aynı zamanda o ürünle seyircisi arasında bir iletişim kurmak demektir, o iletişimi kurmazsan kaybolursun.

KAYNAKÇA

Şatana, N. (Mart, 2018). Ezel Akay ile Yapımcılık Üzerine Söyleşi. Bakırköy, İstanbul

Tunç, E. (2012). Türk Sinemasının Ekonomik Yapısı. Doruk Yayınları: İstanbul

