

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
SİNEMA-TV ANASANAT DALI
Yüksek Lisans Tezi

**2000 SONRASI SİNEMADA ANA KARAKTER OLARAK KENTLERİN
KÜLTÜREL MARKALAŞMASININ İNŞAASI BAĞLAMINDA
ÖRNEK BİR ÇALIŞMA**

Hazırlayan
Osman DİKİCİLER

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Ragıp TARANÇ

İzmir / 2022

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
SİNEMA-TV ANASANAT DALI
Yüksek Lisans Tezi

**2000 SONRASI SİNEMADA ANA KARAKTER OLARAK KENTLERİN
KÜLTÜREL MARKALAŞMASININ İNŞAASI BAĞLAMINDA
ÖRNEK BİR ÇALIŞMA**

Hazırlayan
Osman DİKİCİLER

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Ragıp TARANÇ

İzmir / 2022

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “2000 Sonrası Sinemada Ana Karakter Olarak Kentlerin Kültürel Markalaşmasının İnşası Bağlamında Örnek Bir Çalışma” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih .../.../...
Osman Dikiciler

TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü' nün / / tarih ve sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliğinin..... maddesine göre Sinema-TV Ana Sanat dalı Yüksek Lisans öğrencisi Osman Dikiciler' in “2000 Sonrası Sinemada Ana Karakter Olarak Kentlerin Kültürel Markalaşmasının İnşası Bağlamında Örnek Bir Çalışma” konulu tezi incelenmiş ve aday / / tarihinde, saat’da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır. Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra dakikalık süre içinde gerek tez konusu gerekse tezin dayanağı olan ana sanat dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin olduğuna oyile karar verilmiştir.

BAŞKAN**ÜYE****ÜYE**

ÖZET

Kent ve sinema ilişkisini ele aldığım bu çalışmamda, Kentlerin, kültürel markalaşması sürecinde, bir ana karakter olarak sinema filmlerinde nasıl göründüklerini ve bunun markalaşma sürecine ne kattığını, “Bir Gevrek Bir Boyoz İki de Kumru” filmi ile İzmir özeli ve örnekleme bağlamında incelemeye çalıştım.

Tezin birinci bölümünde marka ve markalaşma kavramları incelenerek, nasıl marka kent olunabileceği tanımlanmaya çalışılmıştır.

İkinci bölümde, dünyadaki diğer örneklerini inceleyerek, kentlerin kültürel markalaşma sürecinde, sinemadan nasıl fayda sağladıklarını ve kentlerin sinemada, bir ana karakter olarak nasıl başrole yükseldikleri incelenmiştir. Bu bölümde, bilhassa Woody Allen’ın kent filmleri bağlamında sinemanın, markalaşma ve kent algısı oluşturma sürecine katkılarının neler olabileceğine dair, kimi tespitlere ulaşılmaya çalışılmıştır.

Üçüncü ve son bölümde ise, “Bir Gevrek Bir Boyoz İki de Kumru” isimli uzun metrajlı sinema filmi örneği üzerinden, İzmir kentinin marka kent olma arzu ve motivasyonuna sinemanın katkılarının neler olabileceği tartışılmaya çalışılmıştır.

İzmir kentinin markalaşma çalışmaları sürecinde ortaya çıkan “Sinema Ofisi” kavramının, kentin kültürel envanterinin çıkarılarak, İzmir kentinde çekilecek projelerin desteklenmesi yoluyla, kentin sinema filmlerinde görünürlüğünün artırılmasını nasıl sağlandığı ve kent imajının oluşturulmasına nasıl bir katkı sunduğu da bir tespit olarak ortaya konulmaya çalışılmıştır.

ANAHTAR SÖZCÜKLER: İzmir, Marka, Marka Kent, Sinema, Sinema Ofisi, Gevrek, Boyoz, Kumru,

ABSTRACT

In this study, which deals with the relationship between city and cinema, I examined how cities appear in movies as a main character in the process of cultural branding. In addition, I tried to analyze what this situation contributes to the branding process in the context of İzmir with the movie “İzmir, City of Love”.

In the first part of the thesis, the concepts of brand and branding were examined and it was tried to define how to become a brand city.

In the second part, it has been researched how cities benefit from cinema in the cultural branding process by examining other examples in the world. In the same way, how the cities rose to protagonists as a main character in the cinema was examined. In this section, some determinations about the contribution of cinema to the process of branding and creating a perception of the city, especially in the context of Woody Allen's urban films, are given.

In the third and last part, the contribution of cinema to the desire and motivation of the city of İzmir to become a brand city has been tried to be discussed through the example of the feature film " İzmir, City of Love ".

The concept of Cinema Office, which emerged during the branding efforts of the city of İzmir, focused on how to increase the visibility of the city in cinema films by supporting the projects to be shot in the city of İzmir by making the cultural inventory of the city. Accordingly, it has been tried to reveal how it contributes to the creation of the image of the city.

KEY WORDS: İzmir, Brand, Brand City, Cinema, Cinema Office, Gevrek, Boyoz, Kumru,

ÖNSÖZ

İlk Uzun metrajlı filmimi çekmek üzere yola çıktığımda, Kültür Bakanlığı desteklerine başvurumu yaparken, neden bu projeyi yapmak istediğime dair, yazar ve yönetmen görüşünü de yazmam gerekiyordu. Ben o başvuru dosyasına yaklaşık olarak şunları yazmıştım. *“Bu benim en çok çekmek istediğim proje olduğu için bu projeye başvurmadım. Sadece yönetmenlik kariyerime en çok bildiğim şeyi anlatarak başlamak istedim. O da yaşadığım Şehrim”* diye yazmıştım. Yani İzmir’i anlatmaktı hedefim.

O dönem İzmir Kenti, Uluslararası EXPO Fuarı için son iki aday arasına kalmayı başarmıştı. İzmir’in asıl hedefi, muhtemelen uluslararası en prestijli fuar olan bu organizasyonu kazanarak, bir Marka Kente dönüşme sürecini hızlandırmaktı. Ama olmadı. Ve İzmir son anda küçük bir farkla kaybetti. O süreçte henüz Marka Kent kavramı hayatımıza yeni yeni girmeye başlamıştı. Ve İzmir’in çok yaklaştığı bu sürecin rüzgârı, diğer kentleri de etkiledi.

“Bir Gevrek Bir Boyoz İki de Kumru” filmi, İzmir Kalkınma Ajansının da sembolik bir katkıyla projeye dahil olması ile, önce İtalya’da İzmir’ in Expo adaylığı sürecinde, sonra da İzmir Kalkınma Ajansının İzmir’in tanıtılması amacıyla, Çin Hükümetinin davetlisi olarak gittiği Çin’in en büyük eyaleti olan Şanghay, Jiangsu eyaletinin başkenti Nanjing ve Çin’in ekonomik olarak vitrini olarak görülen Zhejiang eyaletinin başkenti Hangzhou da Çince alt yazılı gösterilerek, kent tanıtımına katkı vermiştir. Aynı zamanda 2019 Türkiye-Rusya Karşılıklı Kültür ve Turizm yılı kapsamında, Yekaterinburg şehrinde bulunan Ural Federal Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Fakültesi Doğu Bilimleri Bölümünün düzenlediği Türk yılı etkinlikleri çerçevesinde, okulun öğrencileri tarafından ders yılı kapsamında Rusça çevirisi yapılarak, Rusça alt yazılı gösterilmiştir.

Bir filmin kent imajı ve algısına neler katabileceğinin ve marka kent olma çabalarına nasıl destek olunabileceği sorusuna odaklanan bu film projesi ve bağlantılı olarak ortaya çıkan bu tez çalışması, aslında aynı çaba ve motivasyonla yola çıkan diğer kentlere de ilham ve katkı vermeye çalışmaktadır.

Bu vesileyle, bu çalışmanın marka kent olma arzusundaki tüm kentlerimize akademik bir yol gösterici ve önermesi ile faydalar sağlaması dileğiyle, başta bu filmi gerçekleştirebilmek için ilk filmimi yönetebilme şansını veren Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü ve İzmir Kalkınma Ajansı başta olmak üzere, öncelikle çocuklarıma örnek olmak ve akademik kariyerlerini teşvik etmek amacıyla, benim gibi 50 yaşından sonra bile olsa akademik çalışmalar yapabileceklerini, arzularını gerçekleştirebilme ve hedeflerine ulaşabilme azimlerini hiç bir zaman yitirmemeleri konusunda cesaret verebilmek, örnek olabilmek üzere çıktığım bu yolda, tüm gücü ve ısrarıyla, uzun yıllar önce yarım kalmış, ertelemiş olduğum yüksek lisansımı tamamlamamı destekleyerek, mesleki kariyerimin en önemli aşamalarında daima yanımda olan, 1987 yılından bu yana 35 yıllık süreçte önce hocam, sonra meslektaşım, arkadaşım ve dostum olan, tez danışmanım sayın Doç. Dr. Ragıp Taranç’a, bu çalışmanın başlanabilmesi ve tamamlanabilmesi için daima teşvik ve motive edici olarak, olağan üstü bir çabayla tezimin ortaya çıkmasını tüm gücüyle destekleyen, sevgili dostum, meslektaşım yapımcı, yönetmen Durmuş Akbulut ve akademik tecrübesiyle çalışmama ışık tutan sevgili eşi Burcu Akbulut’a, kariyerimin en başından bu yana en yakın arkadaşlarımdan, neredeyse çocukluk arkadaşım Öğr. Gör. Aziz Bahadır Özkan’a, güler yüzü ve pozitif enerjisiyle daima desteğini veren, varlığını hissettiren sevgili arkadaşım, hocam Dr. Öğr. Üyesi Zuhal Çetin Özkan’a, İzmir ile ilgili fotoğraf sergileri ile birlikte Çin’de yol arkadaşlığı yaptığımız sevgili dönem arkadaşım Beyhan Özdemir ve Mehmet Yasa’ya, filmin yapım aşamalarında görev alan tüm oyuncu ve ekip arkadaşlarıma ve kardeşim Cezmi Kardaş’a, filmin her kademesinde ve tezin oluşumunda varlıklarıyla en büyük yardımcılarımdan ve moral kaynaklarımdan olan, sevgili kardeşlerim Gülen Saygı ve Yusuf Saygı’ya, filmin Rusya Ural Üniversitesinde gösterilmesi ve Rusça çevirisinin de yapılmasına akademik destek veren sevgili Nadejda Açan ve eşi dostum, sınıf arkadaşım Mustafa Açan’a, filmim henüz hayal aşamasında iken en başta inanıp destek veren İzmir Gazeteciler Cemiyeti başkanı sevgili arkadaşım Dilek Gabbi ve İzmir Kalkınma Ajansı direktörlerinden sevgili arkadaşım Nazlı Kayı’ya, sevgili babam Kadri Dikiciler ve canım kardeşim Aycan Dikiciler’e, filmin ve son olarak bu tezin oluşumunda, hayallerimi gerçekleştirme aşamasında koşulsuz ve sınırsız destek vererek, daima yanımda olan sevgili eşim Gülçin Dikiciler ve aynı zamanda bir öğrenci evine dönüşen

evimizdeki diğer öğrenci arkadaşlarım olan, canım çocuklarım, kızım Alara Eylül Dikiciler ve oğlum Arhan Tan Dikiciler’e teşekkürlerimi ve minnetlerimi sunuyorum. Ve son olarak; bu çalışmanın tamamlanmasından kısa bir süre önce kaybettiğim, en büyük motivasyon kaynağım, varlık sebebim, canım annemi hasret ve özlemle anıyorum.

“Okumanın yaşı yoktur” düsturuyla harekete geçip, çocuklarımın akademik kariyerlerini hiçbir zaman bırakmamaları ve eğitimlerini sürdürme arzularını teşvik etmek amacıyla, onlara örnek olabilmek arzusuyla yola çıktığım bu çalışmamı, 50 yaşımdan sonra yarım kalan tezimi tamamlamamı sağlayan ana motivasyon kaynaklarım olan, Sevgili çocuklarım, kızım Alara Eylül Dikiciler ve oğlum Arhan Tan Dikiciler’e ithaf ediyorum.

Osman DİKİCİLER

Haziran 2022

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	ii
TUTANAK	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ	vi
İÇİNDEKİLER	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜREL MARKALAŞMA VE MARKA KENT KAVRAMI

1.1. KÜRESELLEŞME VE KENTLERİN DOĞAL SELEKSİYONU	7
1.1.1. Küreselleşme Kavramı	7
1.1.2. Kentlerin Doğal Seleksiyonu	8
1.2. MARKA VE MARKA KENT KAVRAMLARI	10
1.2.1. Marka Kavramı	10
1.2.2. Marka Kent Kavramı.....	11

İKİNCİ BÖLÜM

SİNEMADA ANA KARAKTER OLARAK KENTLER

2.1. KENT SENFONİLERİ	14
-----------------------------	----

2.1.1. Sinemanın Öncülerinde Kent Algısı	15
2.1.2. Modern Sinemada Kent.....	20
2.1.3. Ütopyadan Distopyaya Kent Tasarımları	22
2.2. SINEMADA SOSYOLOJİK BİR OLGU OLARAK KENT TEMSİLLERİ	23
2.2.1. Asi Kentler	24
2.2.2. Kaotik Kentler	25
2.2.3. Kimliksiz Kentler	26
2.3. 2000 SONRASI DÜNYA SINEMASINDA KENTLERİN KÜLTÜREL MARKAŞMA ÇABALARI: WOODY ALLEN KENT FİMLERİ VE BARCELONA ÖRNEĞİ.....	27

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İZMİR KENTİNİN MARKAŞMA ÇABALARINA KATKI VEREN

ÖRNEK BİR OLUŞUM: “İZMİR SINEMA OFİSİ

3.1. MARKAŞMAK İSTEYEN BİR KENT: İZMİR	36
3.2. MARKAŞMA ÇABALARINA KATKI VEREN ÖRNEK BİR OLUŞUM: İZMİR SINEMA OFİSİ	38
3.2.1. Kent Envanteri.....	42
3.2.2. İzmir’in Başrolde Olduğu Filmler.....	44
3.2.2.1. Yüzsüz Adam-Durmuş Akbulut.....	44
3.2.2.2. Anadolu Parsı-Orçun Köksal	46
3.2.2.3. Cam Perde	48

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BİR KENTİN KÜLTÜREL MARKALAŞMASININ İNŞAASI BAĞLAMINDA

ÖRNEK BİR ÇALIŞMA:

“BİR GEVREK BİR BOYOZ İKİ DE KUMRU” FİLMİ

4.1. SİNOPSİS.....	52
4.2. KARAKTERLER	57
4.2.1. İzmir;	57
4.2.2. Hristo;.....	59
4.2.3. Tan;.....	60
4.2.4. Hasret;	62
4.2.5. Nehir ve Ogün;	64
4.2.6. Defineciler;.....	66
4.2.7. Marika	69
4.2.8. Oktay Usta.....	71
4.2.9. Homeros	74
4.3. MEKANLAR	75
4.4. MÜZİK KULLANIMI	83
4.5. KURGU BİÇİMİ;	84
4.6. EKİP-JENERİK;.....	85
SONUÇ.....	87
KAYNAKÇA	91
EKLER.....	93
ÖZGEÇMİŞ	

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1 Markalar ve Logoları	10
Şekil 2 “Berlin: Bir Kent Senfonisi” filminden bir kare	15
Şekil 3 “Manhatta” filminden bir kare	16
Şekil 4 “Etudes sur Paris” (Paris Üzerine Etütler) afiş	17
Şekil 5 “A Propos de Nice” (Nice Hakkında)	17
Şekil 6 “Rien que les Heures” (Sadece Saatler) filminden	18
Şekil 7 Vertov Poster	20
Şekil 8 “Lisbon Story” afiş	21
Şekil 9 Fritz Lang	23
Şekil 10 “Metropolis” filminden	23
Şekil 11 "City of God" filmi afişi	26
Şekil 12 "Fucking Amal" afiş	27
Şekil 13 Tokyo Story (Tokyo Hikayesi)	28
Şekil 14 “Lisbon Story” (Lizbon Hikayesi - 1994)	29
Şekil 15 "Manhattan" (1979)	30
Şekil 16 “Annie Hall”	31
Şekil 17 “Midnigt in Paris”	32
Şekil 18 “Vicky Cristina Barcelona” (2008)	34
Şekil 19 İZMİR EXPO 2015 Logo	36
Şekil 20 İZMİR EXPO 2020 Logo	37
Şekil 21 İzmir Sinema Ofisi Logosu	38
Şekil 22 İzmir Sinema Ofisi web sitesi	39
Şekil 23 Yıldız Sineması Sergisi 1	40
Şekil 24 “Film Setinde Acentenin Ne İş Var” Paneli	41
Şekil 25 İzmir Sinema Ofisi sloganı	42

Şekil 26 "Yüzsüz Adam" Durmuş Akbulut	43
Şekil 27 "Yüzsüz Adam" afiş	45
Şekil 28 "Anadolu Parsı" filmi	46
Şekil 29 "Anadolu Parsı" set fotoğraf.....	47
Şekil 30 "Cam Perde" filmi setinden	48
Şekil 31 "Bir Gevrek Bir Boyoz İki de Kumru" filminin afişi	51
Şekil 32 "Krematoryum-Marika'nın yakılışı"	52
Şekil 33 "İlk karşılaşma"	53
Şekil 34 Defineciler Agora'da.....	54
Şekil 35 Kapı ve Zincirler.....	55
Şekil 36 "Son Dans"	56
Şekil 37 İzmir Kentinin tarihi Asansörden görünüşü	57
Şekil 38 "Hristo" Bülent Arın.....	58
Şekil 39 "Hristo ve Marika'nın Külleri"	59
Şekil 40 "Tan" Ogün Kaptanoğlu	61
Şekil 41 "Hasret ve Tan-Son Buluşma"	62
Şekil 42 "Hasret" Selen Seyven.....	63
Şekil 43 "Nehir" Pınar Akalın ve "Ogün" İrfan Atasoy (jr).....	64
Şekil 44 Nehir ve Ogün'üm Kına Geceleri	65
Şekil 45 "Defineciler" Melih Ekener ve Somer Karvan.....	67
Şekil 46 Defineciler "AGORA"da.....	68
Şekil 47 Asansör ve Marika'nın Külleri.....	69
Şekil 48 Marika, Hristo ve Oktay'ın gençlikleri	70
Şekil 49 "Oktay Usta" Selçuk Uluergüven	71
Şekil 50 Genç Oktay ve Marika'nın vedası.....	72
Şekil 51 Final Sekansı-Asansör Dario Moreno Sokağı	73
Şekil 52 "Homeros" Ali Yaylı	74
Şekil 53 Kordon ve Fayton	76
Şekil 54 Tan ve Hristo Kordon'da.....	77
Şekil 55 "Konak Vapur İskelesi"	77
Şekil 56 Alsancak Güzel Sanatlar Fakültesi Bahçesi	78

Şekil 57 Asansör	79
Şekil 58 Agora kazı alanı.....	79
Şekil 59 Tarihi Hava Gazı Fabrikası.....	80
Şekil 60 Kızlarağası Hanı Kemeraltı	81
Şekil 61 Gevrek Fırını.....	82
Şekil 62 Hristo Cumhuriyet Meydanında	82
Şekil 63 Balkan Orkestrası	83
Şekil 64 İtalya Roma'daki Gösterim İçin Yapılan Afiş	93
Şekil 65 Osman Dikiciler Röportaj 1	94
Şekil 66 Osman Dikiciler Röportaj 2.....	95
Şekil 67 Osman Dikiciler Röportaj 3.....	96
Şekil 68 Ragıp Taranç Röportaj.....	97
Şekil 69 Rusya Ural Üniversitesine ait Rusça broşür	98
Şekil 70 Rusça Afiş.....	99
Şekil 71 Çin gösterimi	100
Şekil 72 Çin gösterimi 2	100
Şekil 73 Eser Tescil Belge	101



GİRİŞ

Kent ve sinema ilişkisinin araştırılmaya çalışıldığı bu çalışmada, kentlerin, kültürel markalaşma sürecinde, bir ana karakter olarak sinema filmlerinde nasıl göründüklerini ve bunun markalaşma sürecine ne kattığını, “**Bir Gevrek Bir Boyoz İki de Kumru**” filmi ile İzmir özeli ve İzmir Sinema Ofisi örnekleme bağlamında, incelenmeye çalışılmıştır.

“**Marka Kent**” olma hedefi, değişen ve globalleşen yeni dünya düzeninde, kentlerin kendine düşen payı talep edebilmelerinin adeta ön koşuluna dönüşmüştür. 20. yüzyılın sonlarına doğru, “Küreselleşme” kavramı ile birlikte ortaya çıkan bu değişim talepleri ve hareketleri, ekonomik, kültürel, sosyal değişim çabalarını da tetiklemiş ve dünyada hızlı bir dönüşümü başlatmıştır.

Tezin, “**Kültürel Markalaşma ve Marka Kent Kavramı**” başlıklı ilk bölümünde tespit edilmeye çalışılan ana unsur, marka kavramı ve kentlerin markalaşma çabalarının, küreselleşme ya da globalleşme şeklinde tanımlanan bu dönüşüm sürecinde, kentleri nasıl harekete geçirdiği ve asıl beklentinin ne olduğunu anlamaya yöneliktir.

Kentler, günümüzde artık ülkelerin merkezîyetçi yapılarının dışında, bağımsız birer yapı olarak, dahil olduğu ülkeyi de kendi kent kimliği bağlamında temsil etmektedirler. Yani Fransa’yı Paris’le, İtalya’yı Roma, Amerika’yı New York hatta Rusya’yı Moskova ile tanımlamak mümkün.

Dünya kentlerinin, yarattıkları algıları ile içinde bulundukları ülkelerin bile önüne geçen kimlikleri, bir zamanlar geçmişte var olduğu gibi, kent devletlerinin, fiili olarak olmasa da kültürel bir oluşum olarak, yeniden doğduklarını düşündürmektedir. Belediye Başkanları artık devlet başkanları gibi dünya ekonomisi ve siyasetine yön verebilmekte. Yönettikleri devasa bütçeler, dünyanın geri kalmış birçok ülkesinin yıllık bütçelerini aşacak düzeyde.

Kentler arasındaki rekabetin, markalaşma çalışmalarını tetiklediğini belirten Şafak Kaypak, artık ulusların değil, dünya kentleri kavramının öne çıktığı tespitinde bulunup, kendini iyi tanıtarak konumlayabilen kentlerin öne çıktığını, bunu başaramayan kentlerin ise bu yarışın dışında kalacakları tespitinde bulunmaktadır (Kaypak, 2013) .

“**Sinemada Ana Karakter Olarak Kentler**” ana başlığı altında yer alan ikinci bölümde ise, dünya sinemasındaki kent algısının peşine düşülmüş, sinemanın öncülerinin kent algıları örneklenerek, yaptıkları çalışmalarda kentlerin nasıl göründükleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Alman yönetmen Walter Ruttmann’ın, 1927’de, *Berlin: Die Sinfonie der Großstadt (Berlin: Bir Kent Senfonisi)* adını verdiği, belgesel filmiyle ortaya çıkan “**Kent Senfonileri**” kavramının, dünyanın bir çok farklı köşesinde yaşayan sanatçılardaki izdüşümlerinin peşine düşülen bölümde ayrıca, kullandığı sinema dili, Jean Renoir ve Jean Vigo’yu derinden etkilemiş olan ve Paris’in sokak yaşamını, anıtlarını, köprülerini ve araç trafiğini şiirsel bir dille anlatan André Sauvage ve, *Etudes sur Paris (Paris Üzerine Etütler)* adlı belgesel filmi başta olmak üzere, dünya kentlerinin, sinemanın ilk yıllarından itibaren, nasıl başrole yükseldikleri, örneklerle aktarılmaya çalışılmıştır.

“**Sinemada Sosyolojik Bir Olgı Olarak Kent Temsilleri**” başlığı altında, Sinemada başrole yükselen kentlerin, kendilerine özgü kimlikleri bağlamında, genel bir sınıflandırmaya gidilerek “**Asi Kentler**”, “**Kaotik Kentler**”, “**Kimliksiz Kentler**” alt başlıkları ile kentlerin dünya sinemasındaki karşılıkları gözlemlenmiş ve örneklenmeye çalışılmıştır.

Yine bir diğer alt başlık olan, “**2000 Sonrası Dünya Sinemasında Kentlerin Kültürel Markalaşma Çabaları: Woody Allen Kent Filmleri ve Barcelona Örneği**” bölümünde de önce Japon yönetmen Yasujiro Ozu’nun 1953 tarihli *Tokyo Story (Tokyo Hikayesi)* ile 1994 yılında “Avrupa Kültür Şehri” olarak seçilen Lizbon’un tanıtımı için projelendirilen, Alman yönetmen Wim Wenders’in yönettiği *Lisbon Story (Lizbon Hikayesi-1994)* filmlerinden yola çıkılarak, kent olgusunun sinemada nasıl bir dönüşüme uğradığı, önceleri filmlerde bir mekan-öykü ilişkisinin kahramanı iken, kentin zamanla nasıl markalaşma çalışmalarının merkezine dönüştüğünün peşine düşülmüştür.

Özellikle, kariyeri boyunca başta New York ve Manhattan olmak üzere dünya şehirleri hakkında yaptığı filmlerle, kent tutkusu haklı bir bilinirliğe sahip olan Woody Allen'in kent filmlerinden yola çıkılarak, dünya şehirlerinin, markalaşma çabaları ya da mevcut olan marka imajlarını koruma çabaları sırasında, sinemadan nasıl faydalandıkları tespit edilmeye çalışılmıştır.

“Midnight in Paris” (Paris'te Gece Yarısı -2011), **“To Rome with Love”** (Roma'ya Sevgilerle-2012)” filmleri ile birlikte, Avrupa kentleri hakkında arka arkaya çektiği serinin ilk filmi olan **“Vicky Cristina Barcelona”** (Barcelona Barcelona-2008)” filmi özelinde, Woody Allen sinemasının, kent algısı ve markalaşması sürecinde, sinemayı nasıl bir algı ve imaj oluşturma aracına dönüştürdüğünü, Barcelona Belediyesinin, kendi iç dinamiklerinde yoğun tartışma yaratan süreçte, kenti markalaştırma çabasının ne sonuç verdiği, tespit edilmeye, anlaşılmaya çalışılmıştır.

Barcelona, uluslararası tanınırlığını artırmak, markalaşmak, turizm gelirlerinden payına düşeni almak için büyük bir proje başlatıp, bu konuda en büyük yoğunluğunu sinemaya vererek, Woody Allen'a **“Vicky Cristina Barcelona”** filmini sipariş verdiğinde, harcamaların ve bütçenin büyüklüğü, Barcelona'nın sosyalist yöneticilerini birbirine düşürerek, büyük bir kaosa neden olmuştu. Oysa yıllar sonra Barcelona, artık beklenen ve hedeflenen kapasitenin çok üzerine çıkan turist sayısının, nasıl kontrol edilebileceğini tartışmakta.

Tezin, **“İzmir Kentinin Markalaşma Çabalarına Katkı Veren Örnek Bir Oluşum: ‘İzmir Sinema Ofisi’ ”** başlığı altında yer alan İkinci Bölümünde, İzmir kenti özelinde, bir kentin markalaşma sürecindeki yol haritası ve motivasyonunu ve bu süreçte ortaya çıkan **“İzmir Sinema Ofisi”** oluşumunun, kentin markalaşma sürecine, sinema ve dijital platformlar aracılığı ile nasıl bir katkı verdiğini ve bu sürecin genel bir tanımlaması yapılmaya çalışılmıştır. Ofisin destek verdiği bazı çalışmalar üzerinden ve bazı etkinlikleri ile bu yapıyı nasıl işler bir hale getirdikleri örneklerle aktarılmaya çalışılmıştır.

İzmir kentinin “Marka Kent” oluşum ve dönüşüm sürecinde, zamanla sinemanın vazgeçilmez bir faktör olarak öneminin kavranması ile ortaya çıkan Sinema Ofisi

oluşumu, kentin kültürel envanterinin çıkarılarak ve İzmir kentinde çekilecek projelerin gerçekleştirilmesi desteklenerek, kentin sinema tv filmlerinde, dijital platformlarda görünürlüğünün artırılmasını sağlamıştır.

Kentin giderek artan projelerde yer almasıyla birlikte; sinema, tv, video ve görsel içerik üreten tüm sektörel oluşumlarda da bir artış gözlemlenmiş, bu sektörlerle birlikte turizm başta olmak üzere, bağlantılı sektörlerin de fayda sağladığı yeni bir aşamaya ulaştığı, istihdam anlamında da kente dönüş sağlaması beklenen projenin, özellikle kentteki üniversitelerin ilgili bölümlerinde eğitim alan gençler için de oldukça önemli bir fırsata dönüştüğü tespit edilmiştir.

“Bir Kentin Kültürel Markalaşmasının İnşası Bağlamında Örnek Bir Çalışma: ‘BİR GEVREK BİR BOYOZ İKİ DE KUMRU’ Filmi” başlığı altında yer alan son bölümde ise, İzmir kentinin markalaşma sürecinin daha en başında, bağımsız bir proje olarak yola çıkarak, İzmir kentinin ilk kent filmini yapma motivasyonu ve hedefi ile yola çıkılan **“Bir Gevrek Bir Boyoz İki de Kumru”** isimli uzun metrajlı sinema filmi tüm detayları ile incelenmeye çalışılmıştır.

Woody Allen’ın **“Vicky Cristina Barcelona”** filmi ile yaklaşık aynı tarihlerde, Kültür Bakanlığı İlk Film Projesi kapsamında desteklenmesi kararı alınan, “Bir Gevrek Bir Boyoz İki de Kumru” uzun metrajlı film projesi, İzmir kentinin markalaşma sürecine, kent yöneticilerinin pek ciddi katkısını alamadan, mütevazı bütçesiyle, adeta sessiz sedasız dahil olmuştu.

Kentin Markalaşma çabalarına gönüllü olarak destek veren ve bu şekilde öncelikli olarak İzmir kenti başta olmak üzere, Türkiye’nin, markalaşma hedefi ile çalışmalar yapmakta olan diğer kentlerine de örnek olmak ve bir yol haritası oluşturma arzusunda olan bu projenin, tüm safhaları ve filmde kentin nasıl görüldüğü, bir ana karakter olarak başrolde yer alan İzmir kentinin markalaşma çabasına, nasıl bir destek verme arzusu içinde olduğu aktarılmaya çalışılmıştır.

Kent kimliğini temsil eden tüm karakterleri, Saat Kulesi başta olmak üzere, Gevrek, Boyoz ve Kumru gibi sembolleri; Kordon, Asansör, Agora, Kemeraltı gibi

mekanları ile Çin'den Rusya'ya, İtalya'dan Almanya'ya kadar, çok geniş bir coğrafyada hem İzmir kentini hem de ülkemizi temsil eden film, süreç içinde başka firma ve organizasyonların da İzmir'i fark etmelerini sağlayarak, kentin markalaşma sürecini desteklemiş, muhtemelen de kentin bir algı merkezi olarak fark edilmesine mütevazı bir katkı sunmuştur.

Bu çalışma, kentlerin markalaşmaları sürecinde sinema- tv sektörü ve dijital platformlarla, nasıl bir iş birliği içinde olmaları gerektiği konusunda, İzmir kenti ve bağlantılı olarak, adeta ilk laboratuvar çalışmalarından biri olarak ortaya çıkan “Bir Gevrek Bir Boyoz İki de Kumru” isimli uzun metrajlı sinema filmi çalışması ile, yine süreç içerisinde olgunlaşarak oluşturulan, “İzmir Sinema Ofisi” projesi bağlamında, bir değerlendirme ve tespit çabasıdır.

Bu tezin amacı, markalaşma sürecindeki İzmir kentinin özelinde, sinema sektörünün, kentlerin markalaşması sürecinde nasıl bir fayda sağlayabileceği, kentlerin kendilerini dünyadaki benzerleri ve rakipleri arasından, nasıl bir konumlama ile farklılaştırabileceği ve öne çıkarabileceği sorunsalını tartışmaya açmaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜREL MARKALAŞMA VE MARKA KENT KAVRAMI

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜREL MARKALAŞMA VE MARKA KENT KAVRAMI

1.1. Küreselleşme ve Kentlerin Doğal Seleksiyonu

1.1.1. Küreselleşme Kavramı

Küreselleşme ya da globalleşme, ürünlerin, fikirlerin, kültürlerin ve dünya görüşlerinin alışverişinden doğan bir uluslararası bütünleşme sürecidir (Al-Rodhan & Stoudman, 2006).

20. yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkan değişim talepleri ve hareketleri, ekonomik, kültürel, sosyal değişim çabalarını tetiklemiş ve dünyada hızlı bir dönüşümü başlatmıştır.

“Yeni Dünya Düzeni” adıyla da tarif edilen ve tanımlanan bu süreçte, küreselleşme-globalleşme olarak özetlenen bu kavramın, tüm bu değişim sürecinin adeta ana fikri olarak kullanıldığını görmekteyiz.

Küreselleşmeyi yalnızca, dünyaya ekonomik anlamda entegre olma, bütünleşme arzusu olarak değil, bir toplumsal dönüşüm talebi olarak da tanımlayabiliriz. Kaypak’a göre, dünya bir taraftan birleşirken, öte yandan da kültürel farklılıklarıyla yerelde ayrılmaktadır (Kaypak, 2013).

Küreselleşme sürecinin, zihinsel ve mekânsal dönüşüm merkezi olarak öne çıkan kentler, zamanla ticari anlamda da merkezlere dönüştükçe, adları uluslararası alanda, ulus devletlerin dahi önüne geçmeye, tanınmaya başlamışlardır. Bu da geleceğin yönetim merkezlerinin hantallaşan ulus devletler yerine, kentler olacağı varsayımını gündeme getirmektedir (Pustu, 2006).

Sınırları kalkmış, ulaşılabilir bir dünyada, doğal olarak teknolojik, sosyolojik, politik, kültürel, beşerî olarak da bir dönüşüm kaçınılmaz olacaktır.

Uyar makalesinde, küreselleşmenin dünyadaki sınırları kaldırarak, rekabeti de arttırdığını tespit ederek, rekabetin sadece mal ve hizmetler konusu ile sınırlı olmadığını, ülke ve şehirlerin de turizmden, sanayi ve yatırımcılığa kadar geniş ve sınırsız bir perspektifte rekabet halinde olduklarını, kendilerini diğerlerinden farklılaştırarak ya da diğerlerine göre öne çıkmayı başarabilenlerin, küresel pastadan daha fazla pay alarak zenginleşebildiklerini ve böylece daha fazla geliştiklerini belirtmektedir (Uyar, 2018).

Birbirleriyle yoğun etkileşime geçen toplumların ve son tahlilde bireylerin, adeta aynı mahallenin komşularıymışçasına aynı potada buluşması, er ya da geç birbirlerini etkileyecekleri, dönüştürebilecekleri ve birbirlerine benzeşebilecekleri bir sürecin, doğal sonucu olacaktır.

Şafak Kaypak makalesinde, küreselleşme olgusunun küresel bazda “dünya kentleri” kavramını da beraberinde getirdiğini belirtmektedir. Kentler arasındaki rekabetin, uluslararası rekabetin yerini aldığı bu dönemde; kendini iyi tanıtarak konumlayabilen, insiyatif alabilen kentlerin öne çıktığını, kendini geliştiremeyen, konumlayamayan kentlerin ise geride kalarak, kalkınmanın nimetlerinden yararlanamadıkları tespitini yapmakta ve kentsel boyutta yaratılan rekabet ortamının, markalaşmayı körüklediğini belirtmektedir (Kaypak, 2013) .

1.1.2. Kentlerin Doğal Seleksiyonu

Latince yurttaşlık (civitas) sözcüğünden batı dillerine geçen Kent kavramı, İngilizce’ye **city**, Fransızca’ya **cite**, İspanyolca’ya **ciudad** olarak geçmiştir (Bal, 2006). Hasan Çiftçi ise kentleşme kavramının, belli bir düzen içerisinde yaşamaya başlayan insanların yarattığı, mekânsal bir kurgu olduğunu ifade eder (Çiftçi, 2022).

İlk kentsel oluşumların, M.Ö. 4000 yıllarından itibaren, Mezopotamya ve Mısır’da ortaya çıktığı, genel kabul gören bir tespittir. Hatta bu yerleşim organizasyonlarının, uygarlıkların oluşumunda ve gelişiminde de devrimsel bir rolleri olduğunu belirtmek gerekir.

Kentlerin ilk ortaya çıkışlarından itibaren, büyük dönüşümlere uğradığını belirten Pustu, makalesinde, kentlerin bu tarihsel dönüşüm süreçlerinde, “*polis*”, “*site*”, “*komün*”, ve “*kent devletleri*” gibi, birçok farklı isimler ile anıldıklarını, kent kavramı ile, uygarlığın da büyük bir dönüşüme uğradığını tespit etmektedir (Pustu, 2006).

Sanayi Devrimi ile, günümüzdeki kentlerin prototipi belirir ve sanayileşmiş, teknolojik olarak hızla dönüşen ve gelişen kent biçimlerinin ilk örnekleri ortaya çıkar. Ve ardından da hızla ortaya çıkan ve bir anda büyüyen diğerleri...

Orta Çağda ve feodal yapılanmanın hakim, baskın olduğu dönemde kentlerin, devletin merkeziyetçi kontrolü yerine kendi kendilerini yönettikleri görülürken, kapitalizmin gelişmesi ve ulus devletlerin ortaya çıkışı ile birlikte, kentlerin bağımsızlıklarını kaybederek, merkezi yönetimlerin etkisinde yaşamlarını sürdürmeye başladıkları görülür.

Küresel bir köye son sürat dönüşen dünyanın, internet ve iletişim başta olmak üzere, teknolojik bir devrimin yaşandığı yeni bin yılında kentler de yok olmamak, tarihin tozlu sayfalarında kaybolmamak, yıkıntıları turistik olarak ziyaret edilen, geçmişteki antik dönem benzerlerine dönüşme korkusuyla, değişmeye ve yeni dijital dünyaya adapte olmaya çabalamaktadır.

Ancak kentler ne kadar çabalarlarsa çabalasınlar, hızla yaklaşan dijital gelecek, kaçınılmaz olarak uyum sağlayamayan birçoğunu da tasfiye edecektir. İşte bu gelecek korkusu, değişime ayak uydurarak, gelecek bin yıllarda da varlığını sürdürebilen, kadim bir kültür olarak anılmak, bilinmek arzusundaki kentlerin, yeni yollar arama ve kalıcı olarak diğerlerinin önüne geçme çabalarını da tetiklemektedir.

Kentlerin “Doğal Seleksiyonu” olan bu kaçınılmaz dönüşüm süreci, farklılıklarını, diğerlerinin önüne geçmesini sağlayabilecek ayrıcalıklara çevirebilme ve bunu diğer dünya sakinlerine de anlatabilme yarışına dönüşmüştür.

Daha yaşanılabilir bir dünyada, ulaşılabilir ve en önemlisi de tercih edilebilir bir kent olmak için, sahip olduklarından daha da fazla özelliklere ihtiyacı olan kentler, bunun için yeni arayışlara girmektedir.

1.2. Marka ve Marka Kent Kavramları

1.2.1. Marka Kavramı

American Marketing Association (AMA) ‘**Marka**’ kavramını, “Mal ve hizmetlerin kimliğini belirleyen ve rakiplerinden ayıştıran bir isim, simge, şekil ve bunların bileşimi” olarak tarif etmektedir.

Nazlı Kayı “Marka” kavramını, ticari bir ürününün ya da hizmetin, benzer ve rakip ürünlerden farklılaştırılmasını sağlayan, bir ayırtırma biçimi/teknigi olarak tanımlamaktadır (Kayı, 2022).



Şekil 1 Markalar ve Logoları

Marka kavramının, son yıllarda sadece ticari ürünleri birbirinden ayırtırmak için değil, kentleri de birbirlerinden ayıran, farklılıklarını öne çıkararak, diğer kentlere göre öne çıkmasını, popülerleşmesini sağlayan bir tespit, onay aracına dönüştüğünü görmekteyiz.

Güler ve Gürer, geçmişte kentlerin kalkınmasının genellikle merkezi idarenin kaynak aktarması ya da yerel yöneticilerin kişisel çabaları ile ulaştıkları kaynaklara bağlı iken, günümüzde bunun çok daha sistematik, planlı ve bütünleşik pazarlama çabaları ile mümkün olabileceği tespitini yapmaktadırlar (Güler & Gürer, 2015).

1.2.2. Marka Kent Kavramı

Koloniler döneminde, kitleleri kendi topraklarına çekmek amacıyla ilk pazarlama faaliyetlerinin yapıldığını belirten H. Nur Görkemli, buna karşın ‘Kent Pazarlaması’ konusunda, literatüre geçen ilk çalışmaların 1980’lerde görülmeye başlandığını, ‘Kent Markalaşması’ kavramının ise, çok daha yeni bir kavram olduğu tespitinde bulunmaktadır (Görkemli, 2012).

Aksoy, birçok kentin **“Marka Kent”** olmayı arzuladığını, zira bunun kentlere küresel ölçekte birçok avantaj sağladığını belirterek, günümüzde birçok markalaşmış kentin bilinirlikte ve popülerlikte, temsil ettiği ülkenin bile önüne geçtiği tespitini, Paris-Fransa, Venedik/Roma-İtalya örnekleriyle yapmaktadır (Aksoy, 2011).

Uyar da benzer bir yaklaşımla, markalaşmayı başarmış olan kentlerin, insanların gözünde, onları diğerlerinden ayıran ve farklılaştıran özel bir yanları olduğunu belirterek, Paris örneğinden yola çıkarak kentin, aşkın ve romantizmin merkezi olarak algılandığını ve bu kavramların Paris çağrışımıyla bir algıya dönüştüğünü söylemektedir. Las Vegas’ın çöl ortasına kurulmuş olmasına rağmen eğlencenin merkezi, Roma’nın da mevcut tarihsel mekanlarının sayesinde dünyanın tarihi ve sanatsal merkezi olarak algılandığından bahsetmektedir (Uyar, 2018).

Dünyadaki başarılı örneklerine bakıldığında, markalaşma hedefine ulaşan kentlerin en büyük başarısının, özellikle “bir konuda” akılda kalıcı, daha çabuk hatırlanan, diğer rakiplerinde olsa da özellikle o kentle özdeşleşmiş bir farklılığı öne çıkarmayı ve sahiplenmeyi başardıkları görülmekte.

Altunbaş'ta makalesinde buna atıfta bulunarak, bu durumun pazarlama tekniğinde “konumlandırma” olarak tanımlandığını ve bunun, markanın tüketicinin zihninde edindiği yer olduğu tanımlamasını yaparak, markalaşma hedefi olan kentlerin buradan yola çıkarak, sadece hedef kitlelerine olumlu çağrışımlar göndermeyi başaran kentlerin başarılı olabileceği tespitini yapmaktadır (Altunbaş, 2007).



İKİNCİ BÖLÜM

SİNEMADA ANA KARAKTER OLARAK KENTLER

İKİNCİ BÖLÜM

SİNEMADA ANA KARAKTER OLARAK KENTLER

2.1. Kent Senfonileri

Her şeyden önce bir mekân sanatı olan sinemanın, kente olan ilgisi, görüntü kayıt cihazının sokağa çıkmasından itibaren başlamıştır. Yirminci yüzyılın ilk yıllarında bile Thomas Edison, New York sokaklarının neredeyse tamamını tekeline almış; Lumiere Kardeşler, ilk başta Lyon kentinin her bir sokağının kaydını gerçekleştirmişlerdir.

Yirminci yüzyılın başında, mekanların görsel hafızasını depolayan tüm sanat dalları, hakimiyetlerini büyük oranda kaybetmişlerdi; öyle ki, hareket halindeki bir kentin devinimini, hareket eden bir manzara resmine dönüştürmek, fotoğrafın ve resim sanatının gücüne, o ana dek görülmemiş bir darbe indirmek demektir. Fakat kent sokaklarını işgal eden görüntü kayıt cihazları, hareketi kopyalayan ve aynı şekilde yansıtan birer aracı olarak, henüz kendi öznesini bulmamıştı.

İlk sinemacıların konu olarak keşfettiği kent imgesi, kurgusuz ve hayatın olağan akışına hiç müdahale etmeden, birebir kaydı gerçekleştirilen hazır bir malzeme olmaktan öteye geçmeyen, adı sonradan “sinema” olacak bir pratiğin denenmesine aracılık eden hazır mekanlardır. Sinema sayesinde, başta New York olmak üzere, Avrupa’nın tüm büyük kentleri, hareketli görüntü kaydedebilen yeni icat aygıtlarla yeniden keşfedilmektedir. Paris, Eiffel Kulesi’nin asansöründen çekim yapan kamera sayesinde, tarihinde ilk kez havadan hareketli olarak görüntülenmiştir; Pathé Kardeşler kısa bir süre sonra tamamen değişecek olan Moskova’nın karlar altındaki görünümünü resmetmiştir. Bu sayede sinema sanatı da erken dönem belgesellerin ilk ipuçlarını vermiştir. Ama bir kentin, kendi özgül varoluşu içinde, tüm yaşantısını kaydetmek için, sinemayı sanat yapan öncü isimlerin gelmesi beklenmektedir.

Sinema ve kent bağlamında kullanılan “kent senfonisi” ismi, varlığını, büyük oranda, Alman yönetmen Walter Ruttmann’a borçludur. Alman yönetmen Walter Ruttmann, 1927’de, *Berlin: Die Sinfonie der Großstadt* (*Berlin: Bir Kent Senfonisi*) adını

verdiği, belgesel filmiyle, belgesel sinemanın olağanüstü ve yeniliklere açık gücünü kanıtlamıştır.



Şekil 2 “Berlin: Bir Kent Senfonisi” filminden bir kare

Sovyet montaj teorisine benzer bir teknikle çekilen filmde mekanlar, insanlar ve eşyalar, büyük bir kenti tek bir varlık olarak yansıtmaktadır. Böylece, kent, Rutmann’la birlikte sinemanın gelecekte çok fazla kullanacağı başat imgelerden biri haline dönüşmüştür (Akbulut, 2012). Ancak, bu noktada, Rutmann’dan önce ve hemen sonra gelen öncü isim ve çalışmalara da yer vermek yerinde olacaktır.

2.1.1. Sinemanın Öncülerinde Kent Algısı

Sinemanın keşfinden itibaren, küçük ya da büyük tüm kentler sinemanın çekim alanına girmiş; özellikle Avrupa başkentleri ve New York, sinemacılar için hazır bir malzemeye dönüşmüştür. Lumiere Kardeşler’in, bir dakikadan daha az süren, sabit kameralı kent belgesellerinin yerini, kısa sürede, belli bir konusu ve hedefi olan, yarı-kurmaca uzun ve orta metrajlı filmler almıştır.

Akbulut’a göre; 1921’de New York aşığı ressam Charles Sheeler ve fotoğrafçı Paul Strand tarafından ortaklaşa çekilen, 10 dakikalık deneysel bir kent senfonisi olarak

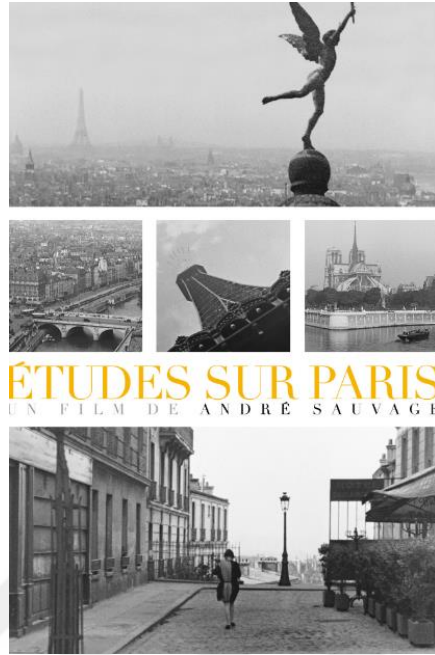
kabul görmüş olan *Manhatta*, yıllar sonra Woody Allen’a da ilham kaynağı olmuştur (Akbulut, 2012, s. 75). Film daha çok, fotoğrafla sinema arasındaki ilişkiyi göstermek istercesine, her sahnesinde fotoğraf karesini andıran özenli kadraji ve kompozisyonuyla dikkat çekmektedir.



Şekil 3 “Manhatta” filminden bir kare

Yirminci yüzyılın başlarındaki gökdelenler şehri Manhattan’ın farklı bir portresini çıkaran *Manhatta*, şair Walt Whitman’ın sözleriyle kolajlanmış deneysel bir akla ve yapıya sahiptir. Kamera hareketinin çok az olduğu, neredeyse hiç yakın plan içermeyen bir film, New York’a ait mütevazı ve öncü bir kent senfonisi niteliği taşımaktadır.

Ancak, Atlantik’in diğer yakasında, Avrupa’da, kentlerin kamerayla kaydı çok daha baş döndürücü bir hızda ve çeşitliliktedir. André Sauvage, 1928’de, Paris’in o güne dek görülmüş en etkili karelerini kayda geçmiştir. Yazar ve sinemacı kimliğiyle öne çıkmış olan André Sauvage, *Etudes sur Paris (Paris Üzerine Etütler)* adlı belgesel filmiyle dönemin kent senfonicileri arasında ilk sıralarda gösterilmiştir. Sauvage, Paris’in sokak yaşamını, anıtlarını, köprülerini ve araç trafiğini şiirsel bir dille anlatır. Kullandığı sinema dili, Jean Renoir ve Jean Vigo’yu derinden etkilemiştir.



Şekil 4 “Etudes sur Paris” (Paris Üzerine Etütler) afiş

Jean Vigo’nun yaklaşık 23 dakika süren *A Propos de Nice* (Nice Hakkında) adlı filmi; Nice kentinde, fabrikalarda çalışan pejmürde yoksul halkla; sahilde, kafelerde, kumarhanelerde eğlenen iyi giyimli burjuvanın muhteşem bir karşılaştırmasını sunmakta; otuzlu yıllarda ağırlığını hissettiren eşitsizliği sinemacı gözüyle aktarmaktadır (Akbulut, 2012, s. 69).



Şekil 5 “A Propos de Nice” (Nice Hakkında)

Ama Jean Vigo'yla aynı yıl çekilmiş olan, Brezilyalı yönetmen Alberto Cavalcanti'in *Rien que les Heures* (*Sadece Saatler*) adlı filmi, kent üzerinden çok daha sert bir politik yapı içermektedir.

Yaşamının büyük kısmını Paris'te geçirmiş olan Cavalcanti, ilk belgesel filmini de Paris'te çekmiştir. 1926 yapımı, *Rien que les Heures* (*Sadece Saatler*), deneysel olduğu kadar politik bir kent senfonisi örneği sunmaktadır. Paris'in anıtlarına, parklarına, boş sokaklarına ve gökyüzüne çevrilen kamera otuzlu yılların siyasal algısına uygun biçimde karşıt iki sınıfı düz ve keskin karşıtlıklarla sunmaktadır. Yönetmenin, lüks bir otomobilden zincirleme geçişle, uyuz eşekli yoksul bir at arabasına kesme yapması bunun en keskin örneklerinden birini oluşturmaktadır. Paris'in bir gününü, tüm yaşam aktiviteleriyle ve etkili bir müzik eşliğinde veren *Sadece Saatler*, esasen, zaman üzerine kurgulanmış bir yapıttır. Yaklaşık 45 dakika süren film, ressamların gördüğü kentle, sinemacının gördüğü kenti karşılaştırmaktadır. Matisse, Signac, Chagall, Bonnard ve Vuillard gibi ressamların kent resimleri “sadece kenti resmederken”, Cavalcanti'nin filmi, “kentle birlikte akıp giden yaşamı” resmetmektedir.



Şekil 6 “*Rien que les Heures*” (*Sadece Saatler*) filminden

Alman yönetmen Walter Ruttmann'ın 1927'de, Berlin: Die Sinfonie der Großstadt (Berlin: Bir Kent Senfonisi) adını verdiği belgesel filmi, avangart özellikler

taşıyan; birbirine eklenmiş kabaca beş ayrı bölümden oluşan ve bölümlerin birbirine geçişi, laytmotif bir öge olarak kullanılan tren ya da tramvaylarla gerçekleştiren bir başyapıttır (Akbulut, 2012, s. 60).

Berlin'in, zamanın farklı dilimlerdeki ruh halini çarpıcı karelerle yansıtan film, gerçek bir senfoninin temposuna ve zaman aralığına sahiptir. Akbulut, filmin bir kent senfonisi formunu tanımlama adına, en etkili sahnelerini şöyle aktarmakta:

“Bir trenin hareketiyle birlikte insan aktivitesi de başlar. Önce işçiler... İşçi taşıyan bir tren... Yine işçi taşıyan tramvay... Bu kez ofis çalışanları metro ve tramvay duraklarını doldurur.... Fabrikalara doğru akın başlar... Fabrikalarda makineler işe koyulur... İş kollarının her alanında hummalı bir çalışma başlar... İkinci Bölüm, kapıların, panjurların ve pencerelerin açılmasıyla başlar... Çocuklar okul yolundadır... Saat sekiz. Mağazaların açılma vakti... Artık kent tam anlamıyla insan aktivitesine başlamıştır... Köpek dövüşü ve şempanze çılgınlıkları temponun arttığına da habercisi. Telefon operatörlerinin telefonu kapatmasıyla ikinci bölüm tamamlanır... Üçüncü bölüm, yine bir tren geçişiyle başlar. İnşaat işçileri var güçleriyle çalışır... Tramvaylar en yoğun saatlerini yaşar... Her köşe başında ve meydanlarda görülen sokak satıcıları... Kavga eden iki adamla hareketlenen sokak ve yoğun trafik... Kameranın izlediği kadınlar ve bir adamla bir kadının uzaktan flörtü... Trenler, trenler ve yine trenler... Üçüncü bölüm, gazete manşetleri ve trenlerin birbirine geçmiş görüntüleriyle son bulur...

Dördüncü bölüm saatin on ikiyi göstermesiyle başlar. Öğle tatili. Yemek vakti. Makineler durur. İşçiler için yemek paydosu... Tabi atlar için... Aristokratlar için... Yoksullar için de... Gündüz gazeteleri dağıtımına hazır... Manşetler: “Kriz” ... “Cinayet” ... “Borsa” ... “Düğün”.. “Para, para, para, para...” ... Kaos... Durgunluk... Hafif başlayan fırtına... Korku ve dehşet... Kaos... Yağmur... İş saati sona erdi. Fabrikalar boşalıyor... Yaşamın diğer yüzü... Spor, eğlence ve zevk... Herkes geceye hazır...” (Akbulut, 2012, s. 64)

Walter Rutmann'dan iki yıl sonra, 1929'da Dziga Vertov tarafından çekilmiş olan *Kameralı Adam*; Odessa'da yaşayanları sabahtan akşama dek, gündelik yaşamın tüm

gerçekleriyle birlikte aktaran ve tüm yorum gücünü sadece kameraya bırakan başka bir başyapıt.



Şekil 7 Vertov Poster

2.1.2. Modern Sinemada Kent

1930’lu yıllardan itibaren daha çok uzun metrajlı filmlerle kendini gösteren sinema, kent imgesini de gelişen sinema teknolojisine uygun biçimde genişletmiş; sinemaya sesin de eklenmesiyle, kentler, kendi özgün dillerini telaffuz etmeye başlamıştır. Ancak yine de geçmiş yılların kent senfonilerinden tamamen kopuk oldukları söylenemez. Vigo’nun, Rutmann’ın ve Cavalcanti’nin politik çatışmaya odaklanan kamerası; bu kez, aynı çatışmayı kentte hapsolmuş karakterler üzerinden vermeyi denemektedir (Akbulut, 2012).

Modern sinemanın ilk yıllarından itibaren, günümüze dek, “bazı kentlerin filmlerle”, “bazı filmlerinse kentlerle” büyüdüğünü söylemek çok abartılı olmayacaktır. Öyle ki, İkinci Dünya Savaşı’ndan hemen sonra başlayan yeni dünyada, kentler bir kez daha canlanmış; on dokuzuncu yüzyıl sonlarında yitirmeye başladıkları coşkularını yeniden kazanmışlardır. Bu da beraberinde, kent isimlerinin aynı zamanda filmin de ismi olması şeklinde bir alışkanlığı getirmiştir. Bu bağlamda, kabaca 1945-1960 yılları arasında öne çıkan kentlerse, daha çok; Paris, New York, Roma ve Londra olmuştur.

1960’lı yıllardan itibaren, tüm dünyayı saran politik arayışlar, kimlik hareketleri ve gençlik eylemleri, beraberinde; merkez kentlerden, çevre kentlere doğru yayılan bir tür sinemasal-mekân eğilimini de getirmiştir.

Modern kentle var olan ve filmlerinde kent varlığına kesintisiz vurgu yapan yönetmenlerden biri, belki de en etkilisi olan Woody Allen olmuştur.



Şekil 8 “Lisbon Story” afiş

2.1.3. Ütopyadan Distopyaya Kent Tasarımları

Ütopik kent kavramı, ilk başta resim sanatının konusu olmuştur. Kutsal metinleri görselleştiren Orta çağ resimleri, Tanrı'nın sadık kulları için vaat ettiği ütopik, daha doğru bir tanımlamayla “ideal” kentlerini betimlemişlerdir. Çok sonraları, Giotto'nun fırçasından çıkan kentlerse, insanın tüm ihtiyaçlarına karşılık verebilecek mekanik bir düzene; karmaşadan uzak, net sınırlara ve güvenli sokaklara sahip mekanlar olarak ortaya çıkmıştır.

Sanayi Devriminin gelişiyile birlikte, Giotto'nun hayalini güttüğü kentler yavaş yavaş sınırlarını kaybetmeye başlamıştır. On dokuzuncu yüzyıl ortalarında Londra'nın nüfusu bir anda iki milyon kişiye ulaşmış, Paris'se barikatlar şehrine dönüşmüştür. Bu durum bu kez, resimden çok edebiyatın ilgisini çekmiştir. Zola'nın, Hugo'nun hatta çok önceleri Balzac'ın kaleminden çıkan Paris, tüm masumiyetini hatta dişiliğini kaybetmiştir. Dickens için Londra; hırsızların, yan kesicilerin, dilencilerin ve sokak çocuklarının çamur deryasında dolaştığı karabasan bir kente dönüşmüştür.

Yirminci yüzyıla gelindiğinde, distopik kent tasarımları, sinemanın da ilgi alanına girmiştir. Fritz Lang'ın 1927 tarihli; çekildiği dönem için büyük yeniliklere ve öncü tasarımlara sahip *Metropolis* filmi, gelecek tüm distopik kent filmleri için öncü rolü oynamıştır. Özellikle Soğuk Savaş döneminde çekilen filmler, distopik kent bağlamında kendini belirgin biçimde ayırmaktadır.



Şekil 9 Fritz Lang



Şekil 10 “Metropolis” filminden

2.2. Sinemada Sosyolojik Bir Olgu Olarak Kent Temsilleri

Kentlerin sosyoloji biliminin konusu haline gelmesi, bu bilimin ortaya çıkmasıyla neredeyse aynı döneme rastlar.

İlk dönem sosyologlardan Saint-Simon, ütöpik kent tasarımlarıyla, bizzat kent ve kent yaşamı üzerine yoğunlaşan ilk düşünürlerden biri olmuştur. Max Weber’in “ideal kent” kavramında kentler, yönetim biçimleri açısından “aristokrat kent” ve “halk tabakasına ait kent” olarak ikiye ayrılır. İlki, seçkinler meclisi tarafından yönetilirken, ikincisi seçilmiş yurttaşlar yer alır. Kent, genel anlamda, Karl Marx’tan ve Emile Durkeim’den başlamak üzere, günümüze dek birçok sosyoloğun temel konusu olmayı başarmıştır. Ancak 1960’lardan itibaren, kent ve kent sosyolojisi, sermaye birikim süreçleri temelinde analiz edilen başat bir konu haline gelmiştir.

Kenti “toplumsal bir ürün” olarak gören Henry Lefebvre (Lefebvre, 2014) “kolektif tüketim mekânı” olarak inceleyen Manuel Castells ve kentleri, neoliberal iktisat tarafından kurgulanan kriz söylemleriyle, eşitsizliklerin yeniden üretildiği “yapılı çevreler” olarak ele alan David Harvey, kent tasarımlarıyla önce çıkmış olan sosyologların başında gelmektedir.

Ancak, bu noktada, Walter Benjamin adını anmakta da yararlı olacaktır. Frankfurt Okuluna bağlı çok yönlü düşünürlerden biri olan Benjamin, kent ve kent yaşamı üzerine mikro araştırma ve çözümlemeleriyle de tanınmış bir isimdir. Benjamin, öncelikle “görme”yi kullanan sinema sanatının da ilgi duyacağı, çarpıcı bir tespitte bulunmaktadır:

“Gözleri gören, ama kulakları işitmeyen bir insan ... işitebilen ama göremeyen bir insana kıyasla çok daha huzursuzdur. Burada ... büyük kente özgü bir şey var. Büyük kentlerdeki insanlar arasındaki ilişkilerde, gözün işlevi kulağınkine kıyasla giderek daha da ön plana çıkıyor. Bu durum, büyük ölçüde toplu taşıma olgusunun sonucudur (Simmel, 2003, s. 28)”.

Yukarıda telaffuz edilmiş olan isimlerin dışında, yirminci yüzyılın ilk çeyreğinde dikkat çekmiş ve mikro düzeyde kentsel çözümlemeler gerçekleştirmiş olan Georg Simmel, sinemanın kentle olan bağını açıklama açısından çok daha işlevsel bir konuma sahiptir.

Benjamin’in tespitlerini değerlendiren Simmel, toplu ulaşımın gelişerek yaygınlaşmaya başladığı 19. Yüzyıla kadar, insanların hiçbir zaman, bazen saatleri bile bulan uzun süreler boyunca, tek kelime bile konuşmadan, birbirlerine uzun uzun bakmak zorunda kalmadıkları tespitinde bulunur (Simmel, 2003).

Simmel, metropol ve tinsel hayat üzerine yazdığı makalelerle de, daha sonra sinemanın çok kullanacağı “sıkıntılı kentli insan” tipinin prototiplerini de çıkarmıştır.

2.2.1. Asi Kentler

Asi kentler kavramı daha çok, David Harvey’ye atfedilen bir kavram olmakla birlikte, sinemanın da çoğu kez aynı ismi kullanmadan, üzerine vurgu yaptığı bir söylemdir.

Harvey, *Asi Şehirler* adlı kitabının ilk sayfalarında Jean-Luc Godard üzerine ilginç bir tespitte bulunur: “*Godard’ın 1967 yapımı filmi 2 ou 3 Choses que Je Sais d’Elle (Onun Hakkında Bildiğim 2-3 Şey), (...) Amerikan şirket sermayesi tarafından işgal edilmiş olan bir Paris şehri, Vietnam savaşı, karayolu ve çok katlı konut inşaatındaki patlama ve şuursuz bir tüketiciliğin baskınına uğramış şehir sokakları ve dükkanları karşımıza çıkarır* (Harvey, 2013, s. 30)”.

Harvey’nin, bu noktada, Godard’a yaptığı gönderme bağlamında, bir zamanların romantik, uysal kenti Paris’i, “*Asi Şehirler*” listesine dahil ettiği görülmektedir.

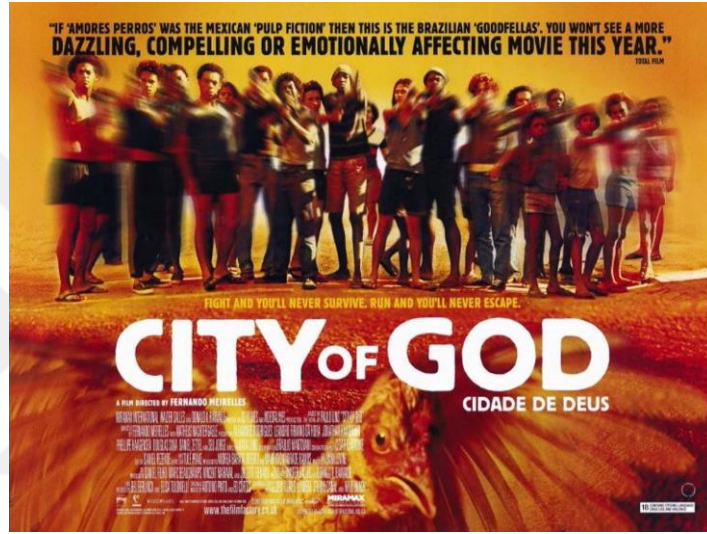
İlginç biçimde, *Asi Şehirler*’in önsözünde, Ayşe Deniz Temiz’in kaleme aldığı uzun bir sunuş yazısında, İzmir örneğinden de söz edilmektedir. İzmir’in; kentin simgesi haline gelmiş olan sahil şeridi Kordon’a yol yapım projesinin iptalinin, kamu gücüne karşı halk gücünün galip geldiği ender olaylardan biri olarak bahsedilmektedir (Harvey, 2013, s. 20)

Sinemanın asi kentleriyle, gündelik yaşamın ya da politik söylemin asi kentleri arasında keskin bir ayırımdan söz edilemeyeceği çok açıktır. Bunun da birincil nedeni, asi kentlerin, daha çok, bir dönemin gelişmiş, gözde başkentleri ya da merkez- kentler olmasıdır. New York, Seattle, Toronto, Tokyo, Paris ve Roma bu kentlerin başında gelmektedir.

2.2.2. Kaotik Kentler

Sinema, özellikle 1960’lı yıllardan itibaren, Immanuel Wallerstein’in “**The Modern World System I, (New York: Academic Pres, 1974)**” adlı çalışmasında çerçevesini çizdiği dünya sistemlerinde, “çevre kentler” diyebileceğimiz, kısmen az gelişmiş ya da gelişmekte olan “bağımlı” büyük kentlere ilgi duymaya başlamıştır (Wallerstein, 1974). Bunda sinemacıların, politik dünya görüşlerinin oynadığı rolün de etkili olduğunu belirtmek gerekir.

Kabaca Vietnam savaşıyla başlayan kaotik kent temsillerine yönelim, sinemanın aynı zamanda politik gücünün de bir göstergesiydi. Bu bağlamda, özellikle Güney Amerika ve Asya-Pasifik bölgesi, sinemanın kaotik kent mekanlarını oluşturmaktadır. Bunun en güzel örneklerinden biri, 2002 tarihli, *Tanrı Kent* adlı Brezilya-Fransa ortak yapımı filmidir.

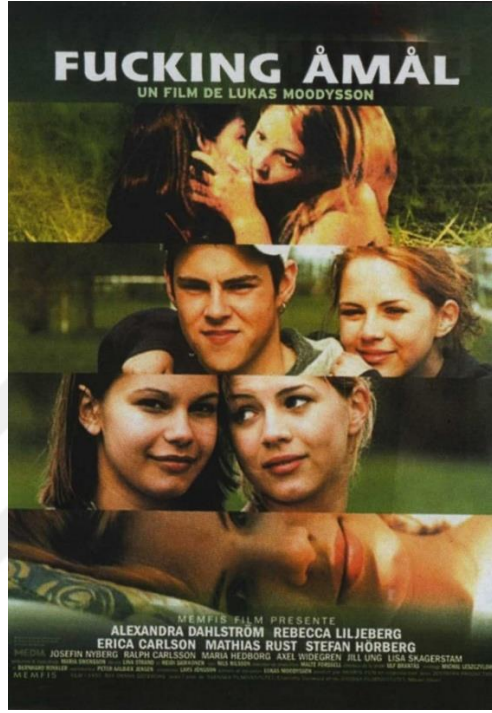


Şekil 11 "City of God" filmi afişi

2.2.3. Kimliksiz Kentler

Sinemanın kullandığı asi kentleri, gelişmiş Batı ülke şehirlerinde yoğunlaşırken (asiliğe asillik vermek); kaotik kentlerin, az gelişmiş ya da gelişmekte olan çevre ülkelerin şehirlerinde yoğunlaştığını belirtmiştik. Bunların da dışında tutabileceğimiz Kuzey kentleriyse, sinema sanatı için hatırı sayılır filmler üretmelerine karşın, diğer kentler kadar net bir kimliğe sahip değildir. Özellikle Danimarka, İsveç ve son dönem isminden söz ettirmeye başlayan İzlanda sinemaları, kendi kentlerine çok daha farklı anlamlar atfetmektedir. Kent insanının mikro düzeyde analizine girişen Kuzey sineması; gelişmiş altyapı sistemleri, yüksek yaşam standartlarına rağmen, huzursuz, “bunalımlı” ve ölüm fikrine her zaman daha yakındır. 1998 İsveç yapımı, Lukas Moodysson’un

yönettiği *Sev Beni (Fucking Amal)* filmi, sıkıcı bir İsveç kasabasından tüm çabalarına rağmen bir türlü kurtulamayan 15 yaşındaki bir genç kıza odaklanır.

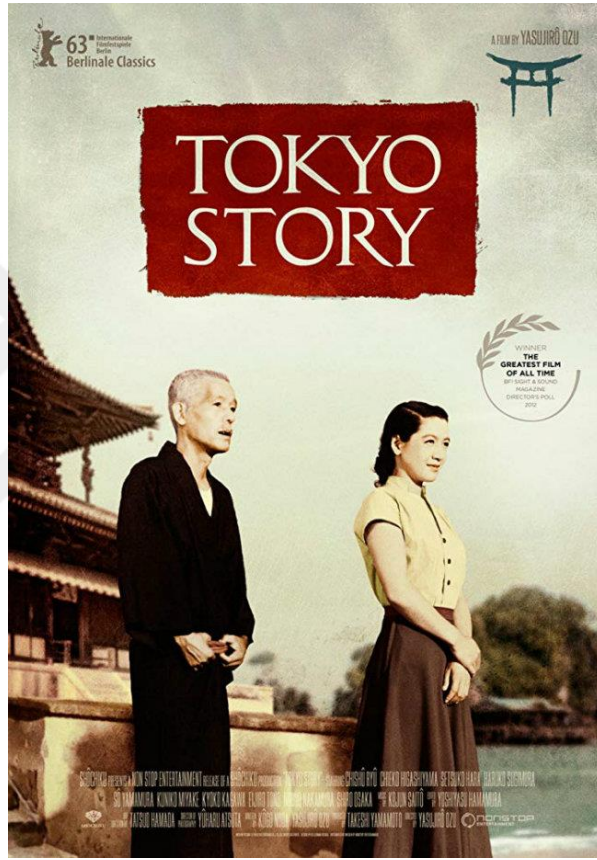


Şekil 12 "Fucking Amal" afiş

2.3. 2000 Sonrası Dünya Sinemasında Kentlerin Kültürel Markalaşma Çabaları: Woody Allen Kent Filmleri ve Barcelona Örneği

Her şeyden önce bir mekân sanatı olan sinemanın kentle olan ilişkisi, en başından bu yana karşılıklı bir ilişki biçimi olagelmıştır. Sinemasal anlatının taşıyıcı işlevini gören kent, çoğu kez, o anlatının konusu olarak da sinema sanatına katkı sunmuştur. Ama sinema tarihinde hem kentin hem de anlatının birbiri içinde eridiği, sınırların muğlak laştığı; mekanla anlatının bir tür “öykü-mekân” a ya da “mekân-öykü” ye dönüştüğü sinemasal anlatı örneklerini de görmek mümkün.

Japon yönetmen Jasujiro Ozu'nun 1953 tarihli *Tokyo Story* (*Tokyo Hikayesi*) (IMDB, *Tokyo Story*) adlı filmi, yaşlı bir çiftin Tokyo seyahatini temel alsa da; derin anlamda, filmin ana karakterinin Tokyo kenti ve barındırdığı insanları baştan sona değiştiren “metropol” imgesi olduğu görülecektir.



Şekil 13 *Tokyo Story* (*Tokyo Hikayesi*)

Doksanlı yıllardan itibaren, Avrupa’da, “kültür şehri” tanımı altında, her yıl bir kent öne çıkarılmış, o kentin tanıtımı için sinema sanatından da geniş ölçekte yararlanılmıştır.

Bunun en tipik örneği, 1994 yılında “Avrupa Kültür Şehri” olarak seçilen Lizbon’un tanıtımı için Alman yönetmen Wim Wenders’e, konusu Lizbon şehrinde geçecek bir film çekmesi için Portekiz’e davet edilmesidir.

Wenders, aynı yıl Lizbon sokaklarında *Lisbon Story* (*Lizbon Hikayesi*) (**IMDB, Lisbon Story**) adlı filmini çekmiş ve film bir yıl sonra Cannes Film Festivali’nin Belirli Bir Bakış bölümünde yarışmıştır.



Şekil 14 “Lisbon Story” (*Lizbon Hikayesi* - 1994)

Ancak sinema-kent ilişkisi, iki binli yıllardan itibaren içine ticari boyutun da eklendiği çok yönlü bir ilişki biçimine dönüşmüştür. Dünyanın büyük metropolleri, girdikleri ticari rekabette, mal ve hizmet üretimini çeşitlendirmiş; vitrinlerini daha görünür kılmak adına, başta sinema olmak üzere, iletişimin tüm olanaklarını baş döndürücü metotlarla kullanmaya başlamışlardır.

1996 yılında, İstanbul’daki Birleşmiş Milletler Habitat 2 Konferansı’na da katılmış olan sosyolog David C. Thorns, sinema ve dizilerdeki yaratılan dünyanın gerçekliği dönüştürerek seyirciyi etkilediğini, hatta insanların bu gerçek üstü yapılanmaya inanmaya başladığını belirterek, örneğin Los Angeles’i gezen bir turistin,

etrafında gördüğü şehir ve oradaki yaşayanlar başta olmak üzere, her şeyi dizi ve sinema filmlerinde gördükleriyle karşılaştırmaya başladığı saptamasını yaparak, New York'u ziyaret edenlerin de misal, kült komedi dizisi Seinfeld'deki cafe'yi görmek için, Manhattan'ın üst kesimine gitmeyi istediklerini söylemektedir ki bu da gerçekte hayal ayrımının neredeyse silindiği bir çağda, filmlerin gücüne işaret eden bir ifade olarak da okumak mümkündür (Thorns, 2004).



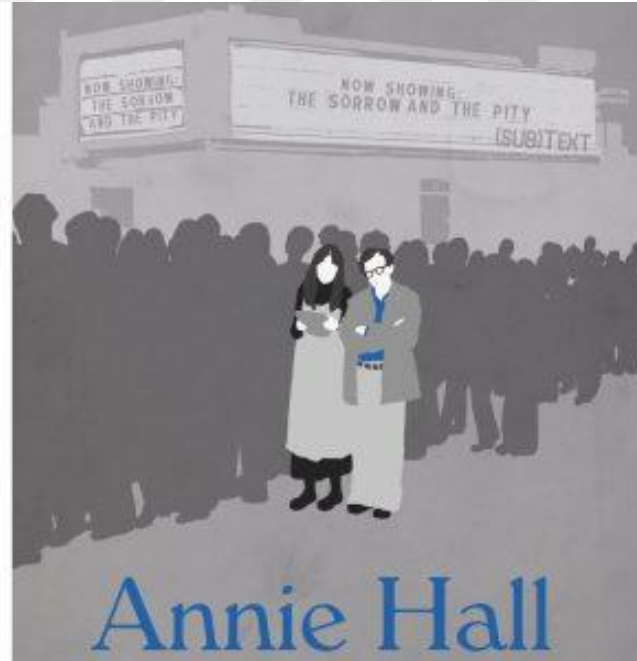
Şekil 15 "Manhattan" (1979)

Bu noktada, Woody Allen ismi birçok açıdan ön plana çıkmaktadır. Zira, New York tutkunu Allen, en başından beri filmlerinin merkezine, büyük oranda kenti koymuştu. Woody Allen, *auteur* yönetmen olarak kent tutkusunu, ilk başta film isimleriyle de belli eden bir sanatçıdır.

1979 tarihli Manhattan filmi temel alındığında, bu tarihten itibaren çok sayıda filminin isminin, yine kent isimlerinden oluştuğu görülecektir: Broadway Danny Rose

(1984), The Purple Rose of Cairo (1985), New York Stories (1989), Manhattan Murder Mystery (1993), Bullets Over Broadway (1996), Hollywood Ending (2002), Vicky Cristina Barcelona (2008), Midnight in Paris (2011), To Rome with Love (2012), A Rainy Day in New York (2019).

Yönetmen, esasen kent takıntısını çok daha eski tarihli bir filmde, Annie Hall’de (1977), baskın bir şekilde ortaya koymuştu. İlişkilerini düzeltmek için New York’tan, Los Angeles’a kısa bir seyahat gerçekleştiren Alvy (Woody Allen); kente girdiği anda birden değişir. Midesi bulanır, araba kazası yapar ve karakola düşer. Ona göre “kültürel tek avantajı, kırmızı ıfıkta sağı dönmek” olan Los Angeles, her anlamda hasta bir kettir ve normale dönmeyin tek yolu, yine New York’a dönmektir.



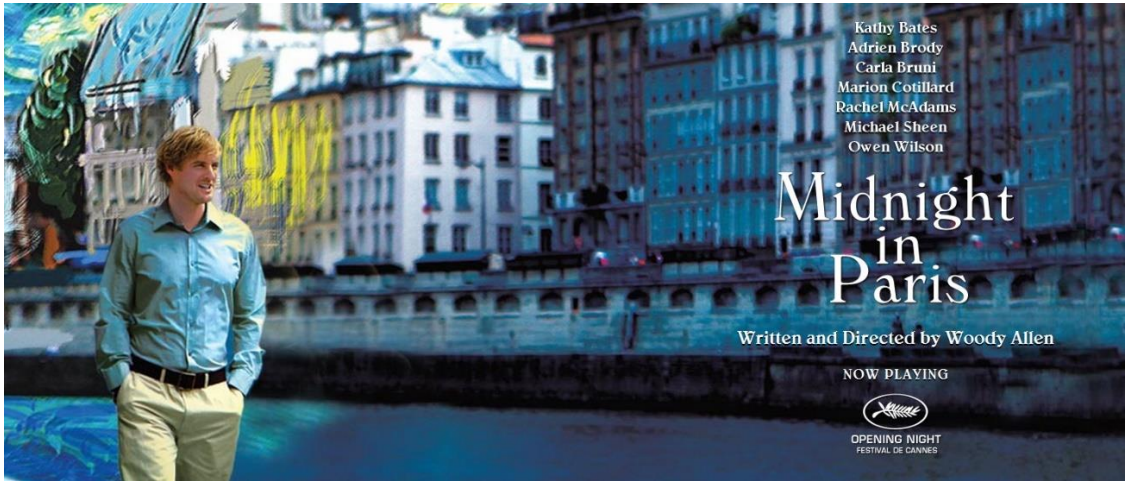
Şekil 16 “Annie Hall”

Tüm bunlara karşı Woody Allen’ın New York tutkusu, kentin güzelliğinden ve sakinliğinden kaynaklanmaz; tam tersi, büyüklüğünden ve yaşayanların ruh hallerinden kaynaklanır ki o da tüm anlatısını bunun üzerine kurar.

Bu noktada, Amerikalı şehir plancısı ve yazar Kevin Lynch'in *"Güzel bir kent için en önemli özelliğin açıklık ya da okunaklılık olduğunu iddia edemeyiz, ancak büyüklüğü, zamanı ve karmaşasıyla bir kent oluşturacak boyutlardaki çevreler için özel bir öneme sahip olduklarını söyleyebiliriz; bunu anlamak için de kenti sadece kendi içinde değil, kentlilerin gözünden de değerlendirmemiz gerekir"* (Lynch, 2010) biçimindeki ifadesi, Woody Allen'in kent tutkusunu anlamamıza yardımcı olabilir.

Woody Allen, yukarıda saydığımız filmlerin tamamında kenti sadece mekân olarak kullanmakla ya da kentin ismini filmin de ismi yapmakla yetinmemiş, o kentin bizzat altını çizer ve daha da görünür kılmıştır.

2002 tarihli *Hollywood Ending* filminde, yapım konusundaki yoğun baskılar sonucu psikolojik körlük yaşayan ama filmi mutlaka tamamlaması gereken bir yönetmeni canlandıran Woody Allen; filmin sonunda ve "filmdeki film" tamamlandığında, Central Park'ta görme yeteneğini birdenbire yeniden kazanır. Ama gördüğü ilk şey, park manzarasının gerisinde görülen, kızıl güneşin aydınlattığı gökdelenler yani kentin simgeleri olur.



Şekil 17 "Midnight in Paris"

Woody Allen, aynı filmde kent vurgusunu daha da ileri taşıyarak, New York'tan ayrılıp, kendini daha iyi hissedeceğine inandığı Paris'e doğru yola çıkmış ve dokuz yıl sonra, New York'tan taşındığı Paris'te, ilk filmini gerçekleştirmiştir: *Midnigt in Paris* (*Paris'te Gece Yarısı*).

Yönetmen, bu filmde Paris'in tarihi ve kültürel tüm katmanlarını, romantik ve fantastik bir bakışla izleyiciyle buluşturmuş, filmin tamamını bir tür kültür arkeolojisine dönüştürmüştür.

Günümüzden, *Belle Epoque* dönemine giden, oradan, 18. yüzyıla geçen hatta çok daha derinlere dalıp, ana karakteri (Owen Wilson) takiple görevlendirilen özel dedektifi 14. Louis dönemine gönderen Woody Allen, böylece, Paris kentinin gündelik yaşam katmanlarını da fantastik dokunuşlarla öyküye dahil etmiş; filmin sonunda, izleyicide uyanan duygunun, sanatçılardan çok, ağırlıklı olarak Paris kenti olmasını sağlamıştır.

Woody Allen'ın kent tutkusu, kıta Avrupa'sında Paris ve Roma'yla sınırlı kalmamıştır. 2008 yılında tamamladığı *Vicky Cristina Barcelona* (2008) (*Barselona*, *Barselona*) adlı filmi, Roma ya da Paris'ten çok daha sıcak ve eksantrik bir iklimde geçmektedir.

Vicky ve Cristina adlarında iki arkadaşın, Barselona tatilleri sırasında, İspanyol bir sanatçıdan etkilenmeleri sonucu gelişen olayları konu alan filmin, en çok dikkat çeken özelliği, İspanya'nın başkenti Madrid'de değil, muhalif bir kent olan Barselona'da geçmesidir. Katalan kültürünün ve mimarisinin sembol kenti olan Barselona, yönetmenin filmdeki karakterlere yüklediği dengesizliği ve eksantrik ruh halini sokaklarında, katedrallerinde ve meydanlarında da aynı şekilde göstermektedir. Aslında Woody Allen, burada bir tür kent söylemi ortaya koymaktadır.



Şekil 18 “Vicky Cristina Barcelona” (2008)

Antoni Gaudi’nin mimari söylemi, yönetmenin sinemasal söylemine dönüşmüştür. Roland Barthes’ın “*Şehir bir söylemdir, bu söylem de gerçekten bir dildir: şehir sakinleriyle konuşur*” (Barthes, 2012) şeklindeki ifadesi, Woody Allen’ın oyuncularına verdiği dilde birebir karşılık bulmaktadır.

Yönetmen, daha da ileri giderek, Paris’ten farklı biçimde, Barselona’ya çok daha sıcak bir renk vermiş ve gündüz sahnelerindeki panoramik görünümle, kenti adeta turistik dev bir reklam/söylem panosuna dönüştürmüştür.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İZMİR KENTİNİN MARKALAŞMA ÇABALARINA KATKI VEREN
ÖRNEK BİR OLUŞUM: “İZMİR SİNEMA OFİSİ”

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İZMİR KENTİNİN MARKALAŞMA ÇABALARINA KATKI VEREN ÖRNEK BİR OLUŞUM: “İZMİR SİNEMA OFİSİ”

3.1. Markalaşmak İsteyen Bir Kent: İzmir

İzmir Kentinin marka kent çalışmaları çok önceleri başlamakla beraber, özellikle EXPO fuarı adaylığı döneminde, marka kent projesi geniş kitleler tarafından duyulmuş ve tüm ülke çapında büyük bir heyecan yaratmıştı.



Şekil 19 İZMİR EXPO 2015 Logo

“Daha İyi Bir Dünya İçin Yeni Yollar / Herkes İçin Sağlık” teması ile aday olunan 2015 adaylığı, EXPO fuarlarının artık belirli coğrafyalara sıkışmış olduğu, Fuarın İzmir’de düzenlenmesi halinde, 150 yıllık EXPO tarihinde, Müslüman olan bir ülkede ve yanı sıra Doğu Akdeniz’de, Karadeniz Havzasında, Balkanlarda ve Ortadoğu’da gerçekleşen ilk EXPO olacağı, tüm dinlerin yüzyıllardır barış içinde yaşadığı İzmir kentinin adaylığının, dünyaya bir barış ve hoşgörü mesajı olacağı hususları da yer almıştır.



Şekil 20 İZMİR EXPO 2020 Logo

Ancak ulusal ve yerel tüm unsurların birlikte gerçekleştirdikleri olağanüstü çabalara ve çalışmalara karşın, **“Gezegeneimizin Beslenmesi, Yaşam İçin Enerji”** temasıyla yarışan Milano kentine karşı, son anda küçük bir farkla yarışı kaybeden İzmir kenti, çabalarını bir sonraki EXPO 2020 adaylık sürecine taşımaya çalışsa da ne yazık ki yine başarılı olamamıştır.

Tüm bu dönemin en büyük kazanımı ise, İzmir kentinin geniş kitlelerce fark edilerek, bir marka kent dönüşüm sürecine geri dönüşümsüz olarak dahil olmasıdır.

İşte tam da bu süreçte, kentin markalaşma sürecinin yalnızca sahip olduğu kültürel envanteri ve farklılıkları ile ya da turistik zenginlikleri ile değil, aynı zamanda bir imaj ve konumlama çalışması ile görünürlüğünün de artırılması sayesinde olabileceği fark edilmiş olacak ki, başta Sinema Ofisi gibi yeni oluşumlarla kentin tüm dünyada daha da çok tanınır olması için, birçok etkili tanıtım çalışmaları, fuarlar, uluslararası etkinlikler yapılmaya başlanmıştır.

Dijital platformlar, TV, internet sosyal medyası ve en önemlisi sinema film projeleri sayesinde, artık daha fazla görünür olmayı başaran kent, yeni ve alternatif projelerle, markalaşma sürecini daha etkili olarak sürdürmektedir. Kuşkusuz bu konuda en önemli organizasyonlardan biri de İzmir Sinema Ofisidir.

3.2. Markalaşma abalarına Katkı Veren rnek Bir Oluşum: İzmir Sinema Ofisi



şekil 21 İzmir Sinema Ofisi Logosu

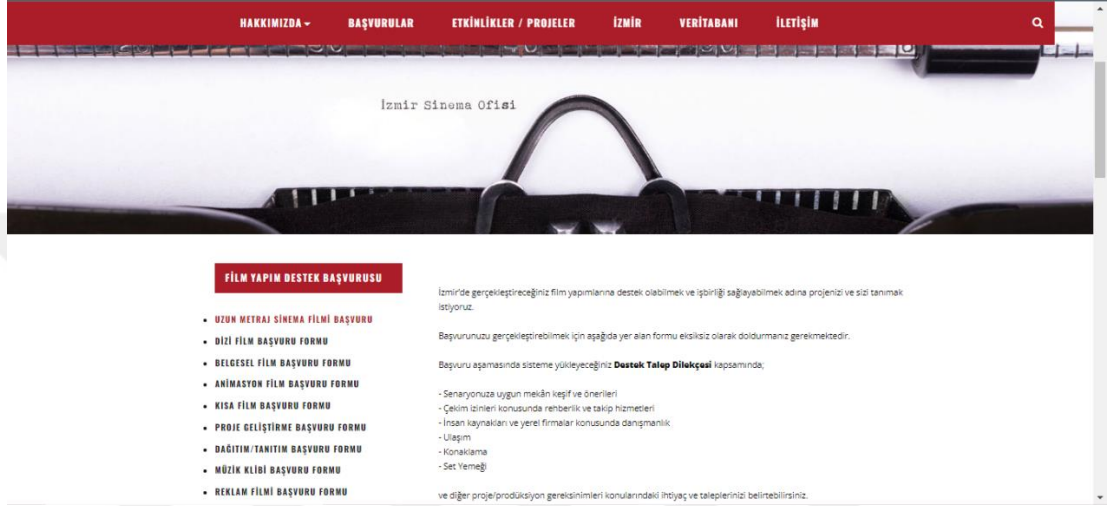
İzmir’de film çekmek isteyen, ulusal ve uluslararası yapımcılar için, bir online platform ve danışma ofisi oluşturma hedefi ile yola çıkan İzmir Sinema Ofisi, İzmir’de gerçekleştirilecek film yapım projelerinin yapım süreçlerinin desteklenmesi, kolaylaştırılması amacı ile bir irtibat ve koordinasyon noktası oluşturmak üzere, İzmir Vakfı ve İzmir Büyükşehir Belediyesi ortaklığıyla kurulmuş bir organizasyondur.

Projenin amacı, film yapımları, dizi, video, dijital platformlara yönelik içerik üretimi gibi görsel projelerin üretim süreçlerinde, İzmir kentinin cazibesinin arttırılarak, kentin bir algı merkezine dönüşmesini ve markalaşmasını sağlamaktır.

Projenin başladığı 2019 tarihinden itibaren, İzmir Sinema Ofisi’ne yaklaşık 150 kadar film projesinin destek talebinde bulunduğu belirtilmiştir.

Oluşturulan Sinema İzmir Destek Ağına İzmir’in ile belediyeleri yanında, kamu ve özel sektörü temsilen 25 üyenin daha katılımı sağlanmıştır. Ayrıca alışmalarını İzmir’de gerçekleştirme kararı alan film ekiplerine, İzmir’de ihtiyaç duyabilecekleri iş gücünün oluşturulması ve eğitilmesi amacıyla çalışmalar yapılmış, özellikle ses, kamera,

post prodüksiyon aşamalarında ihtiyaç duyabilecekleri, ağırlıklı sinema tv eğitimi alan gençlerden oluşturulmuş, ara ve ana elemanların yetiştirilmesi ve deneyim kazanmaları amacıyla, sektörün profesyonelleri ile birçok workshop gerçekleştirilmiştir.



Şekil 22 İzmir Sinema Ofisi web sitesi

İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile koordineli çalışılarak, özellikle izin ve diğer bürokratik aşamalarda ekiplere destek verilmiş, prodüksiyon süreçlerinde ihtiyaç duyulan mekân tahsisi, konaklama, ulaşım, catering gibi ihtiyaçlarla ilgili destekler sağlanması konusunda aktif görev alınmıştır.

Sektörel iletişim amacıyla oluşturulan, www.izmirsinemaofisi.org adresi kanalıyla, film projelerini İzmir’de gerçekleştirme kararı alan sektör temsilcilerinin, İzmir’deki olanaklar ve çalışma koşullarına dair gerekli bilgiye, kısa sürede ulaşabilmeleri ve başvurularını hızlı bir şekilde gerçekleştirebilmeleri için, online bir başvuru alanı oluşturulmuştur.

Hollanda Büyükelçiliği katkılarıyla sanatçıların bir buluşma noktası olan Arts-Map portalına üye olunarak, İzmir’den bu alanda desteklere ulaşabilmenin yolu açılmıştır.

İzmir Büyükşehir Belediye Başkanı Tunç Soyer tarafından Alsancak'ta açılan İzmir Sinema Ofisi hizmet binası, kısa sürede sektör temsilcileri ile genç sinemacıların buluşma noktasına dönüşerek, birçok etkinliğe de ev sahipliği yapmıştır.

İzmir Uluslararası Film ve Müzik Festivali ve Türkiye'nin en büyük kısa film festivali olan İzmir Kısa Film Festivali'ne de destek veren İzmir Sinema Ofisi ayrıca, İzmir Büyükşehir Belediyesi tarafından kamulaştırılan, Yıldız Sineması'na ait parçaların Bıçakçı Han'da sergileneceği, *“Loca Memuru Yoksa Lütfen Zili Çalınız”* isimli sergide de, hazırlık, dokümantasyon ve sergi içeriklerinin hazırlanmasında aktif rol alarak, kentin sektörel olarak bir merkeze dönüşmesini sağlayabilecek diğer çalışmalara da destek vermiştir.



Şekil 23 Yıldız Sineması Sergisi 1

İzmir’e bir sinema müzesi kazandırmak için yapılan çalışmalar kapsamında, İzmir Kısa Film Festivali bünyesinde düzenlenen, İzmir’in unutulmuş sinema salonlarının tarihe not düşülerek belgelendirilmesi ve yeni kuşaklara aktarılması amacıyla, **“Burada Eskiden Sinema Vardı”** sergisine ev sahipliği yapılmıştır.

“Film Setinde Acentenin Ne İş Var” başlıklı panelle, Travel Turkey İzmir fuarı kapsamında, turizm acentelerinin dikkatlerini film sektörüne çekmeyi amaçlayan bir organizasyon gerçekleştirilerek, marka kent çalışmaları sürecinde, farklı sektörlerin birlikte nasıl çalışabilecekleri tespit edilmeye çalışılmıştır.



Şekil 24 “Film Setinde Acentenin Ne İş Var” Paneli

İzmir içerikli film projelerinin sayısını arttırmaya yönelik olarak, “İzmir’i Yazıyorum” projesi ile konusu İzmir olan yeni senaryoların kazandırılması hedefiyle çalışma başlatılmıştır.

3.2.1. Kent Envanteri

“Filminizi İzmir’de çekmek için artık iyi bir sebebiniz var!” sloganı ile yola çıkan ofis, İzmir kentinin sahip olduğu kültürel alanların tespit edilerek, çeşitli ayrıştırıcı özelliklerine göre raporlanması ve 30 ilçede yaklaşık 350’den fazla doğal, kültürel ve tarihi mekanların bilgilerini, projelerini İzmir’de çekmeyi düşünen yapım firmalarının bilgisine sunmaktadır.



Şekil 25 İzmir Sinema Ofisi sloganı

İzmir Kalkınma Ajansının desteğiyle hazırlanan İzmir Sinema envanteri, kentin 30 ilçesine ait 300 ün üzerindeki mekânı kayıt altına alarak, büyük bir “Görsel Kent Arşivi” oluşturulmasının ilk ve en önemli adımlarından birini atmıştır.

Fotoğraf, video, 360 video tekniği ile çekilmiş görseller ve teknik özelliklerini içeren yazılı belgeleme yöntemiyle kayıt altına alınan tüm mekanlar gerek film yapımcılarını gerekse de diğer turistik ve tarihsel çalışmaları yürüten tüm kuruluşların,

İzmir kenti özelinde daha da donanımlı bir noktaya taşımakta en önemli veri tabanına dönüşmüştür.

Mevcut envantere ait 80 kadar lokasyon, yapılan anlaşma sonucu Netflix'in uluslararası yapımcılar için oluşturduğu, mekân web portalına eklendi. İzmir Sinema Ofisinin iletişim merkezi olarak belirlendiği portal sayesinde, dünyanın önemli film yapım stüdyolarının dikkati İzmir'e çekilmiş oldu.

Açılışından bu yana birçok filme destek veren ofis, markalaşma sürecindeki İzmir kentinin en önemli oluşumlarından biri olarak, çok kısa sürede, Türkiye'nin diğer marka kent adayları için de dikkate değer ve ilgiyle takip edilen bir oluşum haline gelmiştir.



Şekil 26 "Yüzsüz Adam" Durmuş Akbulut

Durmuş Akbulut'un yönettiği "Yüzsüz Adam", Efe Öztezdoğan'ın filmi Road To Tokyo, Orçun Köksal'ın filmi Anadolu Parsı, Netflix projeleri Sally El Hosaini'nin "The Swimmers" ofisin destek verdiği projelerden bazıları.

“Yarına Tek Bilet” ve “Yakamoz” prodüksiyonlarının dışında Disney Plus platformu da “RU” gibi birçok projesinin çekimi için İzmir’i tercih etmiştir.

Başrollerinde dünyaca ünlü oyuncular John Malkovich ve Omar Sy’ın yer alacağı The Strangers, Fikret Reyhan’ın son filmi “Camdan Perde”, Tayfun Pirselimoglu “İDEA”, Kerim Özcan “Hakkı”, Korhan Günay “Değnekten At” ve Tunç Davut “Kesilmiş Bir Ağaç Gibi” projeleri ile İzmir Sinema Ofisi tarafından lojistik ve enformasyon desteği alan projeler.

İzmir’de ulusal ve uluslararası prodüksiyonların gerçekleşmesinde kolaylık sağlamak suretiyle, filmlerin İzmir’de çekilmesinin sağlanarak, ekonomik girdi sağlamak ve istihdam yaratmak, sinema sektörü için teknik ve artistik know-how yaratmak, orta ve uzun vadede İzmir’in turizm gelirlerini arttırmak amacıyla yola çıkan ofisin genel kuruluş felsefesinde yer alan hedefleri ise şunlardır: Genel amaç olarak İzmir’de film çekmek isteyen ulusal ve uluslararası yapımlar için bir online platform ve danışma, irtibat ofisi oluşturmak, özelde ise İzmir’i ulusal ve uluslararası yapımlar için cazip bir destinasyon haline getirmek.

3.2.2. İzmir’in Başrolde Olduğu Filmler

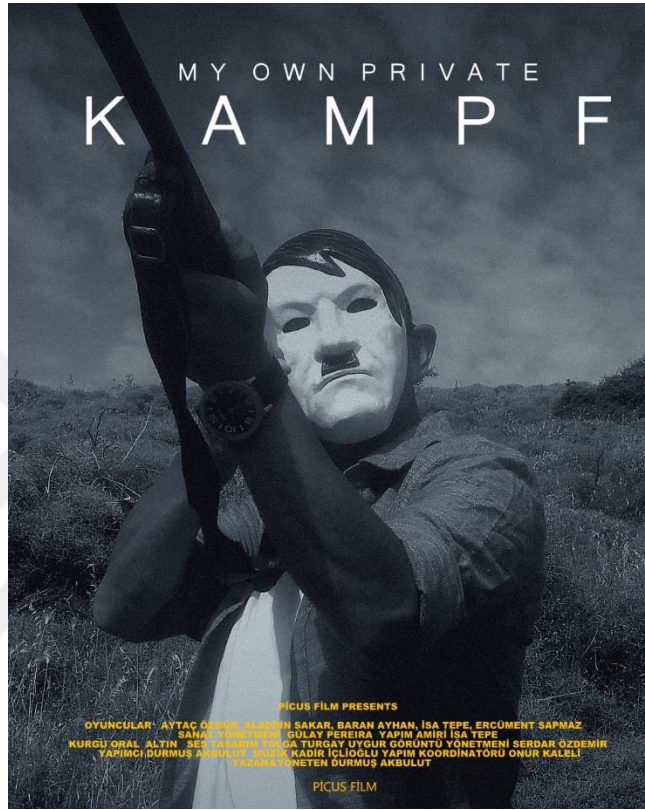
3.2.2.1. Yüzsüz Adam-Durmuş Akbulut

İzmir Sinema ofisinin, ilk uzun metraj sinema filmi desteklerinden biri olan **“Yüzsüz Adam”** filmi, yapımcısı ve yönetmeni Durmuş Akbulut’un 4. Uzun metrajlı yönetmenlik projesi.

Sinopsis:

Bir üniversitenin sanat tarihi bölümünde akademisyen olan Hikmet Bey, karısının onu bir sanat taciriyle aldattığını öğrenince, intikam almak için evinden öfkeyle ayrılır. Tüm gün boyunca, hedefini kusursuz biçimde gerçekleştirecek bir silah bulmak için deli gibi koşturur. Ama salgın yüzünden birçok yerin kapalı olması, onu farklı mecralarda

arayışa iter. Toplam on saatlik bir arayış sürecinde, Hikmet Bey'in kendisiyle, karısıyla ve sanat dünyasıyla mizahi hesaplaşmasına tanık oluruz.



Şekil 27 "Yüzsüz Adam" afiş

Bir anda, onun, karısından mı yoksa tüm bunların olmasına neden modern dünyadan mı öç almaya çalıştığını anlayamayız. Ama sonunda, onun, tam bir ödle, hödük ve alabildiğine cimri biri olduğunu anlaşılr. İntikam alacağı silahın fiyatını pahalı bulup, daha ucuz ve basit tatmin yollarına gider. Eleştirdiği her şey, aslında, kendisinde de canlı biçimde yaşamaktadır.

Ekip:

Yönetmen: Durmuş Akbulut

Senaryo Yazarı: Durmuş Akbulut

Oyuncular: Aytaç Özgür, Alaaddin Sakar, Baran Ayhan, İsa Tepe

Görüntü Yönetmeni: Serdar Özdemir

Müzik: Kadir İçlioğlu

Sanat Yönetmeni: Gülay Pereira

Yapım: PİCUS FİLM

3.2.2.2. Anadolu Parsı-Orçun Köksal



Şekil 28 "Anadolu Parsı" filmi

Anadolu Parsı bir arayış hikâyesi...

Parsı aramak üzere başlayıp onun farklı tezahürleri üzerinden spiritüel bir yolculuğa dönüşen bir yol filmi.

Sinopsis;

İki zoolog, soyu tükenmiş olan Anadolu parsına dair bir iz bulabilmek için Anadolu’da bir yolculuğa çıkar.

Veysel, halk arasında büyük bir mite dönüşmüş olan bu efsanevi varlığın vahşi bir hayvandan öte, Anadolu’nun ve insanların kaybettiği ve halen aradıkları bir tarafı olduğuna inanır.

Emre ise parsın kırk yıldır çekilememiş fotoğrafını çekebilmenin peşindedir. Gece, yerleştirdikleri foto-kapanlar bir görüntü yakalar. Ama çektikleri karanlık fotoğrafın parsa ait olduğunu ispat edemezler. Görüştikleri her bir yetkilinin makam odalarında karşılarına çıkan pars tahnitleri ise iki arkadaşı şaşırtır, tedirgin eder...

Veysel’in Hacıbektaş bozkırında Emre ile paylaştığı sırrı her ikisini de değiştirir. Olmayan bir şeyi aramak onları da mı yok edecektir?



Şekil 29 "Anadolu Parsı" set fotoğraf

Ekip:

Senaryo-Yönetmen: Orçun Köksal

Yapımcı: Alara Hamamcıoğlu

Yapım: Vigo Film

3.2.2.3. Cam Perde



Şekil 30 "Cam Perde" filmi setinden

Sinopsis

Bekar bir anne olan Nesrin, oğlu ile yaşamakta ve evlenmeyi planladığı Selim'im pastanesinde çalışmaktadır. İlişkilerinin bittiğini kabullenemeyen Nesrin'in eski eşi Ömer, uzaklaştırma kararına rağmen Nesrin'in hayatına dahil olmaya çalışır. Aynı şekilde aradaki çocuk yüzünden Ömer'in ailesi de Nesrin'e yardım etme görüntüsü altında psikolojik baskı uygulamaktadır. Ömer'le ilişkisinde denge kurmak isteyen Nesrin,

önceleri ılımlı görünse de Ömer'in sürekli tacizleri onu farklı şekilde davranmaya iter. Bir yandan Ömer'in baskıları, bir yandan Selim ile ilişkisinde vermesi gereken kritik kararlar, bir yandan da bürokratik engellerle uğraşan Nesrin, her şeye rağmen hayata tutunmaya çalışır.

Ekip:

Yönetmen: Fikret Reyhan

Senaryo Yazarı: Fikret Reyhan

Görüntü Yönetmeni: Marton Miklouzic

Sanat Yönetmeni: Meral Aktan

Yapımcı: Nizam Reyhan

Yapım: FNRFİLM

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

**BİR KENTİN KÜLTÜREL MARKALAŞMASININ İNŞAASI BAĞLAMINDA
ÖRNEK BİR ÇALIŞMA:
“BİR GEVREK BİR BOYOZ İKİ DE KUMRU” FİLMİ**

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
BİR KENTİN KÜLTÜREL MARKALAŞMASININ İNŞAASI BAĞLAMINDA
ÖRNEK BİR ÇALIŞMA:
“BİR GEVREK BİR BOYOZ İKİ DE KUMRU” FİLMİ



Şekil 31 “Bir Gevrek Bir Boyoz İki de Kumru” filminin afişi

4.1. Sinopsis

Selanik...

Hristo yavaş adımlarla Krematoryumda ilerlemektedir. Bir süre sonra, eşinin tabutunun üzerine izin alarak koyduğu küçük Mevlevi figürü kendi etrafında dönmeye başlarken, o da ölen eşinin cenazesinin yakılışını, bir demir kapının ardından hüznle izlemeye başlar. Camdan yapılmış olan Mevlevi figürü dönerken, alevler her yanı sarar. Fonda ise eşinin son sözleri duyulur. “**Hristo... Aşkım. Beni İzmir'e götür...**”



Şekil 32 “Krematoryum-Marika’nın yakılışı”

İstanbul...

Tan, 15 yıl boyunca hiç gitmediği İzmir’e, çok yakın arkadaşlarından birinin ölüm haberini alınca, gitmeye karar verir. Sıkıntıyla ve üzüntüyle geçen uzun gecenin ardından, sabah erken saatte havaalanına ulaşır.

O işlemlerini yaparken, bir başka köşede de Selanik’ten gelen Alexi Hristo'nun İzmir’e gitmek üzere aktarma yaptığı görülür. Yaşlı adam, 1955 yılında çok sevdiği kentinden adeta kaçarcasına ayrılmak zorunda kalan, eski bir İzmirlidir.

Elinde, hiç bırakmadan sıkıca tuttuğu Saat Kulesinin bir maketi vardır. Ve onun da içinde kısa bir süre önce ölen karısının külleri.

Tan ve Hristo, kendilerini İzmir’e götürecek uçakta yan yana oturur. Aralarında geçen küçük sohbet sonrası Hristo, Tan’ın 15 yıldır hiç İzmir’e gitmediğini şaşkınlıkla öğrenir. Ve bunun kırık bir aşk hikayesi olduğunu anlaması uzun sürmez.



Şekil 33 “İlk karşılaşma”

Hristo, yıllar önce büyük bir acı ile terk etmek zorunda kaldığı, doğduğu kente ve geçmişine dönerken, Tan’da yıllar önce bir anda çıkıp gittiği ve bir daha asla dönmeyi düşünmediği gönüllü sürgünün nedenleri ile yüzleşir.

Hristo, eski arkadaşı Oktay ve mahallelisi ile 55 yıllık hesabı vermeye çalışırken, onu büyük ve inanılmaz bir sürprizin beklediğinden habersizdir. Kendisinin ve ailesinin gitmesine neden olan olayların içinde, en yakın arkadaşı ve mahallelisinin de olduğunu düşünürken, mahallelisi ve en yakın arkadaşı ise 55 yıllık bir bekleyişin biteceği anın geldiğini bilmektedirler.

Bu arada bir başka yerde, Melih ve Ceyhun isimli iki define avcısı ise, bütün paralarını vererek aldıkları bir define haritası ile, hayallerini gerçekleştirecek büyük bir hazineyi bulma umuduyla İzmir'e gelmişleridir.



Şekil 34 Defineciler Agora'da

Ama haritanın sahte olduğunu anladıklarında, artık her şey çok geçtir. Beş parasız Kordon'da oturdukları bir gün, karşısına çıkan Hristo onları tekrar umutlandırır. Öyle ya, 70 küsur yaşındaki Allah'ın Rum'u, 50 küsur sene sonra doğduğu kente, onlara göre yalnızca bir gerekçeyle dönmüş olabilir. Giderken bir yerlere gömdüğü hazineyi, geri almak üzere...

Hristo; mahallelisi ve arkadaşı Oktay'ın, kendisini götürdükleri büyük bir deponun önüne geldiğinde herkes, onun şaşkın bakışları altında, ellerindeki anahtarlarla tek tek, önünde bulundukları kapı üzerindeki onlarca kilidi açmaya başlar. Son anahtar ise Oktay'dadır.

Son anahtarın açtığı kapı, Hristo'nun ve Mahallelisinin 55 yıllık sırrına açılır. İçeride; yıllar önceki olaylar sırasında, mahallelinin bütün güçleriyle yakılmaktan

kurtarmayı başardığı, Hristo'nun ailesine ve geçmişine ait her şey, eksiksiz durmaktadır. Hristo bir gün gelecek ve emaneti alacak diye saklanan, ama ancak 55 yıl sonra biten, uzun bir bekleyişin sonudur bu...



Şekil 35 Kapı ve Zincirler

Şehrin bir başka köşesindeki Tan ise, sevgilisi Hasret ile karşılaşsa da, onunla bir türlü iletişime geçmek istemez. Yıllar önce tam evlenecekken biten aşkları ve Tan'ın aslında hiçbir zaman uzaklaşmayı düşünmediği İzmir'den bile bir anda kopuşu, gerçekte son derece acı bir gerçeğin sonucudur. Tan sadece Hasret'i değil, başta en yakın arkadaşları Homeros ve Evren olmak üzere, tüm arkadaşlarını da terk etmiştir. Ama 15 yıl sonra da olsa hesaplaşma vakti gelmiştir.

Filmin finalinde Tan, Hasret ile Kordon'da en sevdikleri şarkı eşliğinde son danslarını yaparlarken, bunun aslında yıllar önce yarım kalan, ertelenen son vedalaşmalarının da olduğunu anlarız. Çünkü Tan İzmir'den gittikten kısa bir süre sonra Hasret zaten ölmüştür.



Şekil 36 “Son Dans”

Melih ve Ceyhun ise bu arada, Hristo’nun hazineyi nereye saklamış olabileceğini kendilerince bulmuşlardır. Hazinenin haritası ve anahtarı, Hristo’nun elinden hiç düşürmediği ve gözü gibi sakındığı “Saat Kulesi” maketidir. Ve onu, her ne pahasına olursa olsun ele geçirmeye karar verirler. Çünkü onlar için kurtuluş, SAAT KULESİ’ nin içindedir.

4.2. Karakterler

4.2.1. İzmir;

Küllerinden Doğan Kent



Şekil 37 İzmir Kentinin tarihi Asansörden görünüşü

Filmin ana karakteri olarak, diğer tüm karakterlerin hikayelerine yön veren İzmir Kenti, ana hikâye boyunca, adeta gerçek bir insan gibi tasvir edilerek, ulaşılması güç ama vazgeçilemeyen büyük bir aşkın kahramanı olarak tanımlanmaktadır.

Diğer tüm karakterlerin ortak paydası olarak, filmdeki hikayelerin dağınıklığına rağmen, sonunda hepsini aynı potada buluşturan da kente duyulan vazgeçilemeyen bu aşktır.

Hristo'nun filmin sonuna kadar, elinden hiç bırakmadan, adeta hayatı pahasına koruyarak birlikte dolaştığı, kenti sembolik bir tasviri ile temsil eden, saat kulesine ait heykel, içindeki küller ile kentin geçmişteki yaşadığı tüm felaketlere ve yangınlara rağmen, küllerinden nasıl tekrar tekrar doğabildiğine atıf yaparak, onu mistik bir kahramana dönüştürmektedir.



Şekil 38 “Hristo” Bülent Arın

Kente hâkim konumda, bir başka özel mekân olan “Asansör” ün en üstünden savrulan küller, aşkından yanıp kül olan sevgilinin, büyük aşkına tekrar kavuşmasının “Şeb-i Arus” misali bir ritüeli, kavuşma töreni gibidir. Ve her zerresi ile kente tekrar dönmenin, yani bir anlamıyla da eski deyimle “Aslına Rücu etme” nin kutsal anıdır.

Filmdeki bütün karakterler, İzmir kentinin çeşitli, farklı ama zengin insan profillerine atıfta bulunmak için oluşturulmuşlardır. Aslında karakterler kentin unsurları değil, bizzat kentin ana parçalarıdır. Aynı Simurg efsanesinde olduğu gibi, Kent ve

içindeki yaşayanlar bir bütündür. Karakterlerin kentten bir türlü kopamamalarının sebebi de belki de budur.

Ayrıca, defneciler olarak tasvir edilen kent dışı karakterler de dışarıdan bakışı, kentin dışarıdan nasıl görüldüğünü fark etmemizi sağlar.

4.2.2. Hristo;

“Gavur mu, Türk Tohumu mu?”

Hristo İzmirli bir Rum’dur mesela. Ya da başka bir ifadeyle Rum asıllı bir İzmirli... Kulağı nereden göstermek isterseniz yani. İzmirli velhasıl.



Şekil 39 “Hristo ve Marika’nın Külleri”

17 yaşlarında iken yaşanan 6-7 Eylül olayları, onu sadece evinden yurdundan değil, sevdiklerinden, arkadaşlarından, tüm alışkanlıklarından da koparmıştır. Bir daha dönmek için kendine söz verse de 55 yıl sonra karısının vasiyeti ile geri dönmek zorunda kalır. Korka korka... Yüzleşmek sadece mahallelisi, eski arkadaşları ile değil, çokça kendisi ile de olacaktır...

Ana karakterlerin çoğunun yaşadığı asıl travmalar, bildiklerini sandıkları şeylerin aslında doğru olamayabileceği gerçeğidir. Önyargılar sadece bir tarafa, bir gruba değil hemen hemen filmdeki tüm karakterlere yapışmış bir araz. Hemen hepsi önyargılarının cezasını da çekmektedirler. Hristo da en az diğerleri kadar önyargılıdır.

Karısı Marika'nın öldükten sonra bile olsa, doğduğu ve asıl ait olduğunu hissettiği yere dönme arzusunun nedenini bile anlayamayan Hristo, vasiyeti yerine getirmek için geri döndüğü kentinde, aslında kendisi ile yüzleşecektir. Zaten eşinin bir amacı da budur. Önyargılarını ve Akdeniz-Balkan inatçılığını bırakabilmesi için bir araçtır dönüşü.

Türkiye'ye resmi yollarla getiremediği eşinin naaşının, Selanik'te bir Krematoryumda yakılarak, Saat Kulesi maketinin içine konarak taşınan küllerinin, fark edilebileceği ve elinden alınabileceği sanrısı, Hristo'da o kadar obsesif bir tavra dönüşür ki, aslında başka amaçla orada bulunan define avcılarının bile, aklını karıştırmaya yeter.

Yıllar sonra kaçtığı ülkeye dönen bir Rum'un, tek dönüş amacının, kaçarken geride bıraktığı hazineyi almak olduğunu sanmaları, definecilerin biraz saf olduklarını düşündürse de Hristo'nun makete yüklediği anlamı düşününce, pek de yanlış değildir.

4.2.3. Tan;

“Aşktan Yanmak”

Tan Tunalı, İzmirli bir oyuncu.

Balkan göçmeni bir ailenin oğlu. Babası düğünlerde trompet çalan bir müzisyen. Aile geleneği gibi, bir zamanlar kendi ailesi misali, o da doğduğu toprakları terk etmiş.

Yıllar önce gönüllü olarak kentinden kopmuş. Gönüllü bir sürgün yani Hristo'nun aksine... Ama onun zorunlu olmayan sürgünü, aşktan. Kimse git demediği halde gitmiş, terk etmiş kentini. Bu arada annesi, arkadaşları, doğduğu evi, okulu ve bildiği her şeyi de terk etmiş. Ama en önemlisi de aşkını.



Şekil 40 "Tan" Ogün Kaptanoğlu

Finalde, sevgilisiyle yaptığı son dansı, onun bir anlamda kendiyle de yüzleşmesidir aslında.

Tek başına kaldığını anladığı anda, etrafında dönerken sıçrayan kıvılcımlar, filmin açılış sahnesinde, başta gördüğümüz, ateş içinde dönen, camdan yapılmış semazen ikonunun izdüşümüdür. Yani Tan da aşk için yanıp, küle dönenlerden biridir.



Şekil 41 “Hasret ve Tan-Son Buluşma”

Tüm bu sahnelerin, Hasret’in kardeşinin düğün gecesi sonrası olması da bu nedenle tesadüf değildir. Bu aslında Tan karakterinin ruhani bir dönüşüm aşamasıdır. Bedensel, dünyevi aşktan, sonsuz aşka kavuşma anı. Bu yüzden onun da önce yanması gerekmektedir. İşte bu sebeple düğün, belki de Tan’ın Hasret’e kavuşacağı, kendi düğün gecesidir.

4.2.4. Hasret;

“Ölümsüz Aşk”

Tan’ın büyük aşkı... Tan onun yüzünden terk ettiği şehrine, dokuz yıl sonra mecbur kalıp dönünce, ertelediği yüzleşmenin gerçekleşmesi kaçınılmaz olur.



Şekil 42 “Hasret” Selen Seyven

Hasret’in, aslında yıllar önce hayatını kaybetmiş olması, film boyunca hiç saklanmaya çalışılmasa da, öykü içerisinde sanki hep varmış da, Tan’la aralarındaki sorun nedeniyle bir gerilimin unsurlarıymış ve hala yaşıyormuş gibi algılanması, bir anlamda seyircinin de kendisine söylemek istediği bir yalandır.

Yine daha önce belirttiğimiz üzere, önyargılarımız, yani olayların manipülatif akışına kapılmamız, gerçekleri göremediğimizden değil, muhtemelen içgüdüsel olarak öyle olmasını istediğimizden de kaynaklanabilmektedir. Bu anlamda “Hasret ismiyle müsemma” bu sevgili karakteri, yitirilmiş, ama birçok kişinin kendisine dahi itiraf edemediği, tüm kayıplarımızı, vedalaşamadığımız tüm yitirdiklerimizi temsil eder. Bu yitirilen şeylerin en başında da yaşadığımız yerler ve oraya ait tüm geçmişimiz gelir.

4.2.5. Nehir ve Ogün;

“Gitmek mi zor? Kalmak mı?”

Kısa bir süre sonra evlenmek üzere olan Nehir ve Ogün, evlendikten hemen sonra terk etmeyi planladıkları kentlerinden, nasıl kopacaklarının hesaplaşmasına girerler.



Şekil 43 “Nehir” Pınar Akalın ve “Ogün” İrfan Atasoy (jr)

Daha iyi bir yaşama kavuşma olarak tanımladıkları kentten ayrılık talebinin, aslında ne anlama geldiğini de çok fazla bilmemektedirler. İzmir kentindeki kısır ve tekdüze olduğunu düşündükleri hayatlarının, üstelik de iş imkanlarının az olduğu düşünülünce, kaçınılmaz olarak, diğerlerinin de daha önce yaptığı gibi, aynı şekilde düzelmesini umut ederler. Tıpkı daha önce, çok sevdikleri halde, kentlerinden, bu beklentiyle giden ve artık geri dönemeyen diğerleri gibi.

Ogün karakteri, kentten bir gün gitme hayalini yaşayanlardan biridir. Çünkü dışarısını merak etmektedir. Tıpkı Cennetten kovulan Âdem gibi, o da kendisine bu günahla eşlik edecek birini aramaktadır. Hatta belki de bizzat kandırılmak istemektedir. Ama gitmesine beklenenin tam aksine nişanlısı engel olur. Kuzeni Tan'la kına gecesi sonrası gece oturdukları yerde, üzüntüyle dertleşirken, daha önceleri pek düşünmediği şeylerle yüzleşir. Zira Tan, onun şimdi yapmak istediği şeyi, uzun yıllar önce zaten yapmıştır.

Nehir ise aslında, Tan'ın bir zamanlar âşık olduğu ve kenti terk etmesine neden olduğunu düşündüğümüz Hasret'in kız kardeşidir. Tan'ın kuzeni Ogün ile nişanlıdır. Önceleri kabul ettiği Ogün'ün yurt dışında yaşama fikri, onu yavaş yavaş üzme, değiştirmeye başlar. Belki de en baştan beri istememiştir gitmeyi. Ama sadece Ogün'e olan aşkı nedeniyle, onunla nerede olursa olsun yaşayabileceği düşüncesi, yerini yavaş yavaş ayrılık acısına terk edince, verdiği kararın aslında ne kadar zorlu bir seçim olduğunu anlar.



Şekil 44 Nehir ve Ogün'ün Kına Geceleri

Kına gecesinde, kentinden yakında ayrılacağı gerçeği ile yüzleşince patlayan duyguları, gitme konusunda Ogün'ün de tekrar bir değerlendirme yapmasına neden olur.

Düğün öncesi Kordon'daki son buluşmalarında, aslında mutlu oldukları yerin neresi olduğunu ve nerede yaşamak istediklerini fark ederler.

Nehir ve Ogün karakteri ile temsil edilen fikir, mutluluk algıları; gelecek kaygısı, işsizlik, hayatını kurtarmak, iyi bir eğitim almak, kariyer yapmak gibi koşullu bir yaşam biçimine kodlanmış olan kentin sakinlerinin, kendilerine iyi bir fikir gibi sunulan, kent dışına çıkararak, dış dünyaya açılma fikrinin, aslında Cennetten kovulmanın son aşaması olabileceğidir. Gitmek, adeta yasak meyveyi yemek gibi ilk günahdır ve geri dönüşü yoktur.

4.2.6. Defineciler;

Hazine Kentin İçinde...

Sahte bir haritayla İzmir'e gelen iki define avcısının tek amaçları, defineye ulaşp hemen kenti terk etmektir. Özellikle içlerinden birinin bu konuda obsesif bir şekilde İzmir'den adeta nefret etmesi ve bir an önce kendisini huzursuz eden bu kentten ayrılma isteğinin nedeni, kısa bir süre sonra anlaşılır.



Şekil 45 “Defineciler” Melih Ekener ve Somer Karvan

İki defineci karakterleri, aslında İzmir’in dışından gelen ve kentin tüm değerlerini, hatta yerlilerinin bu kenti neden bu kadar sevdiklerini dahi sert bir şekilde eleştiren, önyargılı bir bakış açısının da temsilcileridir.

Onlar için kent, sadece sahip olduğu tarihsel geçmişine saklanmış değerlerinin, hazinelerinin alıp gidilmesi, orada bir dakika bile geçirilmemesi gereken günahkâr bir şehir olarak tanımlanır.

Çok sesliliğin, çok dinliliğin, entegre olmuş farklılığın gücünden korkan “diğerleri”, en kolay yola saparak, reddederler kenti. Ama aynı obsesif defineci karakteri ile filmde temsil edildiği gibi, içten içe severler ve hayranıdırlar da bu kentin. Özlemleri vardır. Muhtemelen içsel olarak da kızgın ve kırgındırlar. Kızgınlıkları çokça, kendi bildikleri ya da onlara öğretilmiş olan bilgilerini ters yüz eden, doğru kabul edilen kavramları tartışmaya açan ve bu özellikleri ile bir anlamda kendilerini, inançlarını tehdit eden bu yaşam biçiminden dolayıdır.



Şekil 46 Defineciler “AGORA”da

Kırgınlıklarının sebebi ise, içten içe bu kentin yaşam biçimine duyulan gizli ama büyük hayranlıktır. Acabalıdır. Kendi seçimlerinin belki de yanlış olabileceği konusunda, içlerine düşen kuşkudur bu kent.

İşte defineciler, tek amaçları olan dünyevi hazinelerin peşinden koşarlarken, yaşadıkları tüm zorluklardan sonra, arzu ettikleri nesneye kavuşurlar. Sonunda sahip olmayı başardıkları Saat Kulesi maketinin içinin boş olması, aslında onların da hikayelerinin, boşa çıkan umutlarının ve çabalarının da finalidir. Oysa sevinçle koşarlarken, henüz boş olduğunu bile bilmedikleri maket, içine yüklenen anlamla ve tabi metaforik olarak, aradıkları servetin ta kendisidir.

4.2.7. Marika

Küllerinden Yeniden Doğmak

Filmin açılış sahnesinde, Selanik'te cenaze töreni düzenlenen Marika'nın, Krematoryumda yakılan cenazesinin görüntüleri eşliğinde, eşi Hristo'dan son isteği olan, İzmir'e kendisini nasıl olursa olsun götürmesi talebinin, finale gelindiğinde aslında yeniden doğmak, dünyaya geri dönmek, cennete kavuşmak arzusu olduğunu anlarız.

Filmin finalinde, Dario Moreno sokağındaki Asansör'den İzmir'in üzerine savrulan külleri, Marika'nın yeniden doğuşunun habercisidir. Bu anlamda Marika'nın açılış sahnesindeki son isteğinin, filmin son sahnesinde gerçekleşmiş olduğunu görürüz.

Aynı mahallede büyümüş olan, üç İzmirli yakın arkadaştan biri olan Levanten Marika, Türk arkadaşı Oktay ve Rum arkadaşı Hristo arasında ortak bir aşkın kahramanıdır.



Şekil 47 Asansör ve Marika'nın Külleri

Oktay Usta karakterinin, yıllar sonra Hristo'ya söylediği, **“Eğer olanlar olmasaydı ve siz gitmeseydiniz buralardan, Marika ile belki ben evlenirdim”** itirafı, yaşanan şeylerin bıraktığı hasarın, sanılandan fazla olabileceğini izleyiciye hatırlatma çabası ya da en azından tekrar düşünölmesi teklifidir. Kayıpların, yaşanan acıların ve değişen hayatların kurbanlarının, sadece gitmek, terk etmek zorunda olanlar olmadığını anlatma çabasıdır.

Kalanların, farklı ve başka acılarla yaşamak zorunda kaldıkları, acıların karşılaştırılması yöntemi ile kimin hangi oranda ne kadar büyük acı çektiğinin yarışdırılması yerine, ortak acılara odaklanmak gereğini hatırlatmaya çalışır film. Çünkü faşizmin yapmaya çalıştığı tam da budur aslında. Eğer halklar birbirine düşman olurlarsa, kısa vadede olmasa da uzun vadede yine faşizmin kazanması kaçınılmaz olacaktır.



Şekil 48 Marika, Hristo ve Oktay'ın gençlikleri

4.2.8. Oktay Usta

Ebedi Kaybeden

Oktay Usta, geçmiş ile günümüz arasındaki bir bağı temsil etmektedir. Tabi bu bağ hem çok güçlü hem de bazı açılardan çok hasarlı bir bağıdır. Filmin neredeyse tüm karakterlerinde varlığı hissedilir. Vicdan azabı ve pişmanlıklar, hemen hemen bütün karakterlerin hikayesine sızmıştır. Oktay Usta da bu anlamda yarım kalan hikayelerden birinin temsilcisidir.



Şekil 49 "Oktay Usta" Selçuk Uluergüven

Mesleği olan çerçvecilik işi, fotoğraf ve resimleri ya da benzeri materyalleri daha kalıcı hale getirme ve dış etkenlere karşı koruma işidir. Tıpkı kendi evinde özenle koruduğu Marika'nın gençliğine ait fotoğrafı ya da Hristo'nun ailesine ait evin zincirler ve asma kilitlerle korunmuş olması gibi. Muhafazakâr bir karakterdir yani. Ama bu

muhafazakarlığın, dine ait bir durum ve tutum olduğuna ait bir veri, bunu hissettirecek bir unsur da film boyunca görülmez. Yani muhafazakarlığı, korumacı bir tavrın gereğidir.

Marika ve Hristo ile olan geçmişi, onu zamanın bir yerinde dondurmuş gibidir. O tüm yaş almışlığına karşın, hala büyümemiş ve hep aynı yaşta kalmış tek karakterdir. Hala Hristo'nun mahalle arkadaşı ve itiraf edip söyleyemese de hala Marika'ya aşık, son yalnızdır. Bir anlamda, bu geçmişte donup kalma, yani büyüyememe meselesi, aslında onun ödediği bir bedel gibidir. Cezasını, yalnız kalarak tamamlamaya çalışmaktadır. Hristo ve Marika'ya, bir gün döndükleri taktirde vermek üzere, 55 yıl boyunca özenle sakladığı anahtar, onun özgürlüğünün de simgesidir.



Şekil 50 Genç Oktay ve Marika'nın vedası

Marika'nın ona, Dari Moreno sokağında veda ederken “**Hristo'yu bulmam gerek. Kim bilir, belki bir gün beraber döneriz**” şeklindeki son sözleri ve Oktay'ın Marika giderken, onun duyamayacağı bir şekilde, arkasından sessizce itiraf ettiği aşkı, 55 yıl boyunca onunla yaşamaya devam etmiştir.

Marika'nın, öldükten sonra da olsa geri dönen hatırası, Oktay'ın, yarım kalan aşkını itiraf edebilmesi için son şansıdır. O da Hristo ile Kordon'da, filmin final sahnesine doğru yürürlerken, çocukluk arkadaşına, aynı genç kıza onun da âşık olduğunu itiraf ederek, bu ebedi yalnızlığına son verir.

“Eğer sen gitmeseydin, yani hiç gitmeseydin buralardan. Yani olanlar hiç olmasaydı, hiç kimse gitmeseydi buralardan. Yani Marika da... Belki, onunla ben evlenirdim...”



Şekil 51 Final Sekansı-Asansör Dario Moreno Sokağı

4.2.9. Homeros

“Kör Tanık”



Şekil 52 "Homeros" Ali Yaylı

Lakabını, kendisi gibi kör olduğu düşünülen, İzmir ve çevresinde yaşamış olduğu kabul edilen, antik çağın en önemli ozanlarından biri olan ve İlyada ile Odysseia gibi iki dev eseri yazdığı kabul edilen şair Homeros’tan alan, Tan’ın İzmir’den yakın arkadaşı...

Filmde, bir anlamda Tan’ın hikayesini başlatan ve onu tekrar kendine ve kentine geri dönüş yolculuğuna ikna eden Homeros, finalde de üstelik kör olmasına karşın tüm hikâyeyi adeta bir masal gibi anlatarak, sonlandıran kişidir.

Aslında film, bir anlamda kör Homeros’un anlattığı bir masal gibidir. En azından filmin Tan, Hasret ve okul arkadaşları hikayesine ayrılan bölümünde... Görmediği halde, her şeyi en ince ayrıntısına kadar anlatan bu karakter, Hristo, Marika ve Oktay Usta’nın da hikayesinin tanığıdır. Hristo’nun mahallelisi ile 55 yıl sonra gerçekleşen buluşmasını da o sağlar.

Hasret'in, Ogün ile evlenmek üzere olan, kız kardeşi Nehir'i de tanıdığını öğrendiğimiz Homeros, bu anlamda üçüncü hikâyenin kahramanlarını da tanımaktadır. Üstelikte tüm ayrıntılarına kadar.

Bu son derece fantastik olan karakter, Ogün'ün sevgilisi Hasret ile birlikte, Güzel Sanatlar Fakültesinde okuduğu arkadaşlarını, işlettiği barda misafir ettiği sahnede, bu hikâyenin de ortak kahramanlarından ve tanıklarından olduğunu fark ederiz.

Filmin finalinde, düğün gecesinin ardından birlikte oturdukları, Hristo ve Oktay ile birlikte konuşurlarken, Hristo'ya, Tan ve Hasretin hikayesini anlatmaya başladığı tiradı, bu şiirsel hikâyenin de final mısraları gibidir.

Görüldüğü gibi, anlatılan hikayelerin tamamında yer alan Homeros, filmin bir anlamda anlatıcısıdır. Hikayeleri birbirine bağlar ve karakterlerin yüzleşmelerine vesile olur. Onları çatıştırır. Hiç görmediği şeyleri, onun anlatısı ve tanıklıkları üzerinden dinleriz ve görürüz.

Belki de tüm bunlar yalandır. Belki de hiç olmamıştır. Belki de biz sadece, Homeros'un şiirsel bir destanı, hikayesi veya bir şiirini dinlemiştizdir. Tıpkı “İlyada” ve “Odysseia” destanları gibi... Kim bilir?

4.3. Mekanlar

Filmin mekanları, kentin sembolleşmiş, hemen herkesin bildiği ve kenti temsil eden, daha çok Alsancak, Kemeraltı, İkiçeşmelik, Kordon, Karataş ve denize yakın olan alanlar üzerinedir.

Bu seçim, senaryonun genel çerçevesinde bu alanlara ait öykülerden oluşması yanında, hem kente dair tarihsel bir rota takibi düşüncesinden, hem de görsel olarak, kentin birçok merkezinin, birbirine yakın lokasyonlarda olmasından kaynaklanmaktadır.

Kordon, Saat Kulesi meydanı, Agora Turistik alanı, Kemeraltı, Kızlar Ağası Hanı, Alsancak, Kıbrıs Şehitleri (Punta), Pasaport, Asansör, Güzel Sanatlar Fakültesi,

Karşıyaka, Bornova, Havagazı Fabrikası Kültür Merkezi, Güzelyalı, İzmir Fuarı, İki e melik, Fransız Kültür Bahçesi, Alsancak Sevgi Yolu diğer ana mekanlardan bazıları.



Şekil 53 Kordon ve Fayton

Kordon'un merkez olduğu lokasyon rotası, İzmir'in turistik, tarihsel merkezlerinin, kentin ya ayanlarının da ortak eğlence ve ortak kültürel alanları içerisinde yer almasından kaynaklanmaktadır.



Şekil 54 Tan ve Hristo Kordon'da

Filmin tüm mekanları, adeta bir karakter gibi kenti temsil etmektedirler. Başroldeki kentin karakteristik özellikleri ve hikayelerdeki ortak kimliği, ona bu ruhu kazandıran mekanlar üzerinden anlatılmaktadır.



Şekil 55 “Konak Vapur İskelesi”

Filmin tüm öyküleri, bir neden sonuç ilişkisine bağlı olarak, kendilerini temsil eden mekanlar üzerinden sunulur. Şimdiki adı Alsancak-Kıbrıs Şehitleri olan geçmişteki adıyla Punta, Hristo Oktay ve Marika'nın hikayesinin fonu iken, şimdi artık olmayan ve filmin çekimlerinden sonra yıkılan, eski Alsancak Güzel Sanatlar Fakültesi binası, Tan, Hasret ve okul arkadaşlarının ortak mekânı olarak kullanılmıştır.



Şekil 56 Alsancak Güzel Sanatlar Fakültesi Bahçesi

Bornova, daha ziyade Balkan göçmenlerini temsilen yer alırken, bu sahneler etnik ve yöresel köklerine bağlı olarak, Tan ve annesinin İzmir'deki evleri sahnelerinde kullanılmıştır.

Tan ve Hasret'in vedası Konak Saat Kulesi ve civarındaki mekanlar iken, Oktay'ın 55 yıl önce Marika ile vedalaşması Asansör sokağında, Hristo'nun film boyunca elinde taşıdığı maketin içindeki Marika'nın külleri ile vedalaşıp, görevini tamamladığı ve küllerini İzmir'in üzerine serptiği yer, İzmir'e hâkim en yüksek alanlardan biri olan Asansörün en üstüdür.



Şekil 57 Asansör

Definecilerin kazı yaptıkları alan kentin en eski yerleşim alanlarından olan ve şehrin tam merkezinde yaşam alanının tam içinde yer alan tarihi AGORA alanıdır.



Şekil 58 Agora kazı alanı

Nehir ve Ogün karakterleri, Kordon çevresi ve Fuar alanlarında görülür. Düğünleri de Tan ve Hristo'nun da misafir oldukları, Alsancak'ta bulunan Tarihi Havagazı Binasının bahçesinde olur. İlginç olan Tarihi Hava Gazı Fabrikasının tam da Hristo ve Marika'nın gitmelerine neden olan, 6-7 Eylül olaylarının yaşandığı 1955 yılında kapanmış olmasıdır.



Şekil 59 Tarihi Hava Gazı Fabrikası

“Düğün Gecesi” Nehir ve Ogün’ün hikayelerinin mutlu bir şekilde sonlanmasına şahit olurken, Tan’ın Hasret’le yüzleşmesi ve vedası ile Hristo ile Oktay’ın Asansör kulesinin üzerine kadar süren uzun yürüyüşleri ve Marika ile vedalaşmaları da yine aynı gece gerçekleşir.

Filmin hemen başlarında yer alan, kıvılcımlar içinde, kendi etrafında dönen Mevlevi figürü ile finalde Tan ile Hasretin Saat Kulesi önünde vedalaşması sahnesi sırasında, Tan’ın veda dansı sonrası, kendi etrafında, kıvılcımlar eşliğindeki dönüşü, Rumi’nin “Aşk İçin Yanmak” söyleminin tezahürüdür. Bu da tarih boyunca, ismi

yangınlarla, ayrılıklarla, kavuşmalarla anılan bu kenti, sanki yaşayan gerçek bir karakter gibi, gözyaşları şifalı olan ve yanarak kül olmak suretiyle ölüp, sonra kendi küllerinden yeniden dirilmesiyle efsanelere konu olan, “Zümrüd-ü Anka Kuşu” ya da batıdaki versiyonuyla “Phoenix” ile özdeşleştirmektedir.

Kent, bir ana mekân olarak, filmin tamamına nüfuz ederek, filmin ana karakterine dönüşmüştür. Bu nedenle gerçek anlamda filmin ana mekânı da başrolü de kentin ta kendisidir.



Şekil 60 Kızlarağası Hanı Kemeraltı



Şekil 61 Gevrek Fırını



Şekil 62 Hristo Cumhuriyet Meydanında

4.4. Müzik Kullanımı

Şehrin farklılıklarına ve bundan kaynaklanan zenginliğine atıfta bulunmak amacıyla, kaotik, her telden çalan, farklı türleri harmanlayan bir yapı tercih edilmiştir.

Akdeniz soundunun daha baskın olduğu, Balkan müziği ve Anadolu'ya ait farklı yerel motiflerin de kullanıldığı müzikler, tüm karakterlerin temsil ettiği ve karakterlerin de temsil edildiği bir kakofoni düzen içerisindedir.

Belli bir baskın melodi yoktur. Bu nedenle film içerisinde kurgusal yapıya uygun yoğun müzik kullanımı tercih edilmiştir.



Şekil 63 Balkan Orkestrası

4.5. Kurgu Biçimi;

Dört farklı hikâye etrafında gelişip sona eren öykü dizimi, belli bir zaman dilimi içerisinde gelişip sonuçlandığı için, paralel kurgu ağırlıklı bir anlatım modeli kullanılmıştır.

Hikâyenin ilerleyen safhalarında, birbirinden farklı, alakasız gibi duran öykücüklerin, aslında birbirleriyle ilintili oldukları ortaya çıktıkça, kurgusal anlamda hikayeler daha fazla iç içe geçmeye başlayarak, normal bir kurgu akışına döner.

Ritim, genel olarak yavaş ve sakindir. Zira hikayesi anlatılan İzmir kentinin Akdeniz iklim kuşağına dahil olması, kentin sakin şehir unvanına uygun, ağır, koşturmayan, aceleci olmayan yaşam biçiminin de kurguya yansıdığını söylemek mümkün. Bu özelliği ile kent ve içinde yaşayan popülasyonun, dışarıdan gelenlerle arasındaki zaman farkının da açık bir şekilde hissedilmesi hedeflenmiştir. Hatta ana karakterlerden Tan'ın, kentin yerlisi olmasına karşın, uzun süredir orada olmaması, uzak kalması nedeniyle bu durum, onda bile bir zaman uyumsuzluğu algısına yol açar. Fırından boyoz aldıktan sonra Kordonda bir taraftan yürürken, öte taraftan aldıklarını yemeye çalıştığı sırada, çevresinde oluştuğunu fark ettiği slow-motion akış, kendisi ve diğerleri arasındaki zamansal ve duysal farklılıkları ve aralarındaki uyumsuzluğu fark ettirmeyi amaçlamaktadır.

Yine filmin hemen başında, tüm jenerik boyunca geriye akan görüntüler, yıllar sonra isteksizce de olsa geriye dönen, birbirlerine farklı zamanlardaki kimlikleriyle, neredeyse örtüşecek kadar çok benzeyen iki ana karakterin, geri dönüşlerini, bir anlamda hikayelerini başa sarmalarını temsil eder. Tabi burada asıl hedeflenen, karakterlerin gitmelerine neden olan geçmişleriyle yüzleşmelerinin sağlanacağı bir alan yaratmak ve seyirciyi de bu alana davet etmektir.

4.6. Ekip-Jenerik;

Oyuncular:

Ogün Kaptanoğlu, Bülent Arın, Selen Seyven, Selçuk Uluergüven, Melih Ekener, Somer Karvan, Ali Yaylı, İrfan Atasoy jr., Pınar Akalın, Funda Şirinkal, Metin Büktel, Selin Rüdar, Serhat Parıl, Elvan Demirez, Dilaver Bayındır, Engin Özsayın, Cevat Duman, Yılmaz Tüzün, Levent Berber, Murat Çobangil, Sencar Sağdıç, Esin Umulu, Erman Erbek, Yusuf Saygı, Nazlı Kayı, Ayhan Kırlangıç Soybil, Engin Demirci, Ahmet Biycan Civan, Altuğ Tanrıöğen, Ragıp Taranç, Nejdett Uzbayır, Alara Eylül Dikiciler, Arhan Tan Dikiciler, İpek Rüdar, Muharrem Tunalı, Gülçin Dikiciler, Osman Dikiciler,

Set Ekibi:

Yapımcı: Mostra Film-Osman Dikiciler

Yönetmen: Osman Dikiciler

Senaryo: Osman Dikiciler

Görüntü Yönetmeni: Arda Canel-Sinan Özkan

Müzik: Yahya Geylan

Uygulayıcı Yapımcılar: Cihad Taysi, Gülçin Dikiciler

Yardıml Yönetmen: Alen Malhas, Başaran Şimşek

Süpervizör ve Işık Yönetmeni: Şenel Gülbudak

Sanat Yönetmeni: Gülçin Dikiciler

Ses Tasarım: Serdar Öngören

Kurgu: Osman Dikiciler

Renk Tasarım: Cezmi Kardaş

Ses Kayıt: Tayfun Çolakoğlu

Saat Kulesi Maket Uygulama: Heykeltraş A.B.Ekin Erman



SONUÇ

2000 sonrası dünya sinemasında, perdede yüzünü daha net göstermeye başlayan kentler, artık filmlerin fonu olmaktan, ana karaktere, yani başrole yükselmiştir.

Küreselleşme ile ortaya çıkan yeni dünya düzeni, bir taraftan tüm sınırları yok ederek, dünyayı bir köye dönüştürürken, bir taraftan da ülkeler ve kentler başta olmak üzere, tüm dünyada büyük bir rekabeti tetikleyerek, yeni dönüşüm sürecini başlatmıştır.

Dahil oldukları ülkelerin bile ötesine geçen marka değerleri ve imajları ile, hızla bağımsız organizasyonlara dönüşmeye başlayan kentler ve benzerleri arasındaki ekonomik ve kültürel rekabet, oldukça sert ve gittikçe şiddetleneceği öngörülebilir. İmaj ve markalaşma savaşlarını tetiklemektedir.

Çünkü kentler, bu yeni dünya düzeninde, varlıklarını koruyabilmek, en önemlisi de bu ekonomik savaşın içerisinde, küresel gelirlerden daha fazla pay alabilmek için markalaşmak zorunda. Öte yandan, Paris, Roma, New York gibi zaten markalaşmış olan kentler de bu yıkıcı rekabetin içinde, bir anda oyun dışı kalma tehlikesine karşı, mevcut imajlarını korumak ve geliştirmek için, en az diğer kentler kadar çaba göstermeye devam etmek zorundalar.

Globalleşen dünyada varlığını sürdürebilmek, dünyadaki diğer benzerlerinden ayrılarak, tercih edilir bir farklılığa sahip olmak ve daha yaşanılır bir çevreye sahip olma amacı gibi birçok motivasyona sahip olan kentlerin, markalaşma serüvenleri ve aynı zamanda tabii ki ülkemiz kentlerinin de bu küresel savaştaki konumları ve Marka Kent olabilme konusundaki arzu, istek ve çabaları, bu tezin ana araştırma konularındandır.

Bir kenti markalaştırmak, konumlamak, onun en az bir tane ayırtıcı özelliğini öne çıkarmak, bir slogana sahip olmasını sağlamak ve oluşabilecek taleplere, gelişmiş bir alt yapıyla hazır olmasını sağlamak, uzun çalışmalar, yoğun bir çaba ve mesai gerektiren zorlu bir süreçtir.

Ülkemizde de markalaşmak ve küresel bu rekabetin içinde var olabilmek, daha fazla turizm geliri elde etmek, yatırımcıları çekmek ve birçok konuda, bir cazibe merkezine dönüşmek gibi hedeflerle yola çıkan, çok sayıda kentimiz bulunmaktadır. Bu kentlerin birçoğu kendilerini zaten “Marka Kent” olarak tanımlamaktadırlar. Oysa bir kentin Marka Kent olarak tanımlanması hedefine, sadece, güzel bir logo ve slogana, spesifik olarak bir özelliğe ya da güzel bir doğaya ve turistik alanlara sahip olmasıyla ulaşıp ulaşılamayacağı, bu kentlerin birçoğunun, hedef olarak koydukları beklentilerine ne kadar yaklaşabildikleri ile dahi ölçümlenebilir.

Barcelona kenti örneğinden yola çıkarak, kentin turizm gelirlerini artırabilmek ve yatırımcılar için bir cazibe merkezi olabilmesi amacıyla, dünyaca ünlü senaryo yazarı oyuncu ve yönetmen Woody Allen’in, Barcelona kentini merkeze alan bir film çalışması yapması için, kent yönetiminin daveti ile teklif ettiği ve kent yönetimi içinde tartışmalara neden olan, hatırı sayılır bir bütçe teklifi ve sonrasında olanlar, dikkate ve incelenmeye değer bir marka konumlama çalışmasıdır.

“**Vicky Cristina Barcelona**” (Barselona Barselona) isimli bu Woody Allen filmini, yalnızca bir sipariş tanıtım filmi gibi değerlendirme yanlısına düşen ve filmin sahip olduğu sanatsal değeri bir kenara atmakta ısrar eden önyargılı düşüncenin aksine, bu filmin ardından, Allen’in yazıp yönettiği “**Midnight in Paris**” (Paris'te Gece Yarısı - 2011), ve “**To Rome with Love**” (Roma’ya Sevgilerle-2012)” filmlerindeki başarısını da ayrıca değerlendirip, Marka Kent çalışmaları ve marka konumla başarısı çerçevesinde bir yere not etmek gerekmektedir.

Avrupa kentleri hakkında çektiği serinin ilk filmi olan “**Vicky Cristina Barcelona**” (Barcelona Barcelona-2008)” filmi özelinde, Woody Allen sinemasının, kent algısı ve markalaşması sürecinde, sinemayı nasıl bir algı ve imaj oluşturma gücüne dönüştürdüğünü, Barcelona Belediyesinin, kendi iç dinamiklerinde yoğun tartışma yaratan bu süreçte, kenti markalaştırma çabasının ne sonuç verdiğini dikkate almak gerekmektedir. Zira bir zamanlar, kent yönetimini birbirine düşüren bu sürecin, üzerinden çok da uzun bir zaman geçmediği halde, bugün Barcelona Belediyesi artık beklenen ve

hedeflenen kapasitenin çok üzerine çıkan turist sayısının, nasıl kontrol edilebileceğini tartışmakta.

2008 yılında gerçekleşen bu film ile yaklaşık aynı dönemlerde projelendirilen ve Kültür Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü İlk Film Projesi kapsamında desteklenmesi kararı verilen **“Bir Gevrek Bir Boyoz İki de Kumru”** filmi, İzmir Kalkınma Ajansının da sembolik bir katkıyla projeye dahil olması ile, önce İtalya’da İzmir’ in Expo adaylığı sürecinde, sonra da İzmir Kalkınma Ajansının İzmir’in tanıtılması amacıyla, Çin Hükümetinin davetlisi olarak gittiği Çin’in en büyük eyaleti olan Şanghay, Jiangsu eyaletinin başkenti Nanjing ve Çin’in ekonomik olarak vitrini olarak görülen Zhejiang eyaletinin başkenti Hangzhou da Çince alt yazılı gösterilerek, kent tanıtımına katkı vermiştir.

Aynı zamanda 2019 Türkiye-Rusya Karşılıklı Kültür ve Turizm yılı kapsamında, Yekaterinburg şehrinde bulunan Ural Federal Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Fakültesi Doğu Bilimleri Bölümünün düzenlediği Türk yılı etkinlikleri çerçevesinde, okulun öğrencileri tarafından ders yılı kapsamında Rusça çevirisi yapılarak, Rusça alt yazılı gösterilmiştir.

Bu çalışma, kentlerin markalaşmaları sürecinde, sinema tv sektörü ve dijital platformlarla, nasıl bir iş birliği içinde olmaları gerektiği konusunda, İzmir kenti ve bağlantılı olarak, kent üzerine adeta ilk laboratuvar çalışmalarından biri olarak ortaya çıkan “Bir Gevrek Bir Boyoz İki de Kumru” isimli uzun metrajlı sinema filmi çalışması ile, yine süreç içerisinde olgunlaşarak oluşturulan, “İzmir Sinema Ofisi” projesi bağlamında, bir değerlendirme ve tespit çabasıdır.

Markalaşma sürecindeki İzmir kentinin özelinde, sinema sektörünün, kentlerin markalaşması sürecinde, nasıl bir fayda sağlayabileceği, kentlerin kendilerini dünyadaki benzerleri ve rakipleri arasından, nasıl bir konumlama ile farklılaştırılabileceği ve öne çıkarılabileceği değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Bir filmin kent imajı ve algısına neler kazandırabileceğinin ve marka kent olma çabalarına nasıl destek olunabileceği sorusuna odaklanan bu film projesi ve bağlantılı

olarak ortaya çıkan bu tez çalışması, aslında aynı çaba ve motivasyonla yola çıkan diğer kentlere de ilham ve katkı vermeye çalışmaktadır.

Bu vesileyle, bu çalışmanın marka kent olma arzusundaki tüm kentlerimize akademik bir yol gösterici ve önermesi ile faydalar sağlaması dileğiyle.

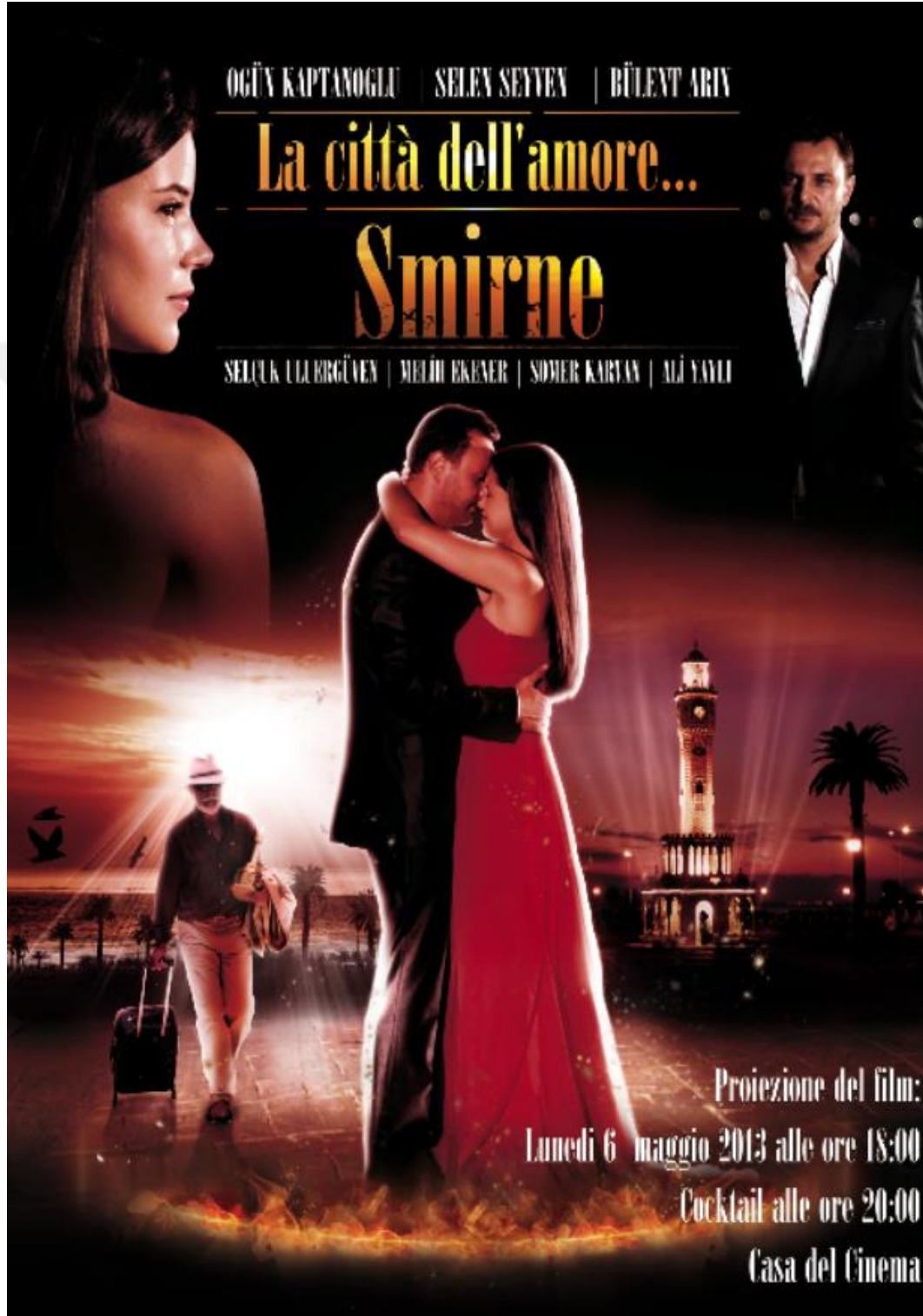


KAYNAKÇA

- Akbulut, D. (2012). *Sinemanın İlkleri : Belgesel ve Deneyisel Sinema*.
- Aksoy, T. (2011, Ekim 31). "Marka Şehirler". www.temelaksoy.com:https://www.temelaksoy.com/marka-sehirler/ adresinden alındı
- Al-Rodhan, R., & Stoudman, G. (2006). *Definitions of Globalization: A Comprehensive Overview and a Proposed Definition*. Zurich: Program on the Geopolitical Implications of.
- Altunbaş, H. (2007). "Pazarlama İletişimi ve Şehir Pazarlaması Şehirlerin Markalaşması". *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 156-162.
- Bal, H. (2006). *KENT SOSYOLOJİSİ*. Isparta: Fakülte Kitabevi Yayınları.
- Barthes, R. (2012). *Göstergebilimsel Serüven*. (M. Rifat, & S. Rifat, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Çiftçi, H. (2022). *KENT UNSURLARI*. Ankara: iksad publishing house.
- Görkemli, H. (2012). Kent İmajı ve Markalaşan Kentler. *Akdeniz İletişim Dergisi*.
- Güler, Y. B., & Gürer, A. (2015). Kent Marka Bağlılığına Yerel Katılım Eğiliminin Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *İNSAN VE TOPLUM BİLİMLERİ* , s. 64-82.
- Harvey, D. (2013). *Asi Şehirler*. Metis Yayınları.
- İzmir'in EXPO 2015 Adaylığı*. (tarih yok). Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı: https://www.mfa.gov.tr/izmir_in-expo-2015-adayligi-.tr.mfa adresinden alındı
- Kayı, N. (2022). *KENT MARKASI YARATMADA BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ UYGULAMALARININ ROLÜ-İZMİR KENTSEL STRATEJİK İLETİŞİM MODELİ*. İzmir.
- Kaypak, Ş. (2013). KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE KENTLERİN MARKALAŞMASI. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 335.
- Lefebvre, H. (2014). *Mekanın Üretimi*. İstanbul: Sel Yayıncılık.

- Lynch, K. (2010). *Kent İmgesi*. (İ. Başaran, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Pustu, Y. (2006). Küreselleşme Sürecinde Kent “Antik Site”den Dünya Kentine”. *Sayıştay Dergisi*.
- Simmel, G. (2003). *Modern Kültürde Çatışma*. (T. BORA, N. KALAYCI, & E. GEN, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Thorns, D. C. (2004). *Kentlerin Dönüşümü*. (E. Nal, & H. Nal, Çev.) İstanbul: CSA Global Yayın Ajansı.
- Uyar, A. (2018). Marka Şehir Kavramı ve Türkiye ile Dünyadaki Marka Şehir Çalışmaları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*(3), 467-479.
- Wallerstein, İ. (1974). *The Modern World System 1*. New York.

EKLER



Şekil 64 İtalya Roma'daki Gösterim İçin Yapılan Afiş



"Bir Gevrek Bir Boyoz İki De Kumru" "Belki de beklenen Godot benim"

Bir Gevrek Bir Boyoz İki De Kumru, tam bir İzmir projesi. Adından da anlaşılacağı üzere kent adına kült bir film olacağı benziyor. İzmirli şu sıralar merakla filmin vizyona girmesini bekleyedursun, biz filmin yönetmeni, senaristi ve yapımcısı, İzmirli Osman Dikiciler ile ayrıntıların konuşuyoruz.

Mostra Film'in üstlendiği bu proje, Osman Dikiciler'in ilk filmi. Daha doğru bir ifadeyle o, yönetmenlik kariyerine en çok bildiği şeyi anlatarak başlamak istemiş. Yani İzmir'i... Bu bir anlamda onun kentle bireysel bir hesaplaşma ve helalleşme projesi. Dikiciler, "Yani bir anlamda bir borç ödeme çabası da diyebiliriz" diyor: "Ama biraz küçük bir serzeniş de içeriyor. Kent üzerine bir sürü beylik laflar edenlere karşı, bu kenti nasıl marka haline getirebiliriz diye yıllardır tartışan ama konuşmaktan çok da fazla eyleme geçmeyenlere, artık konuşmayın da yapın çağrısı... Bakın ben bile bildiğim yollardan elimden geleni yapıyorum işte, siz neden duruyorsunuz çağrısı... Film iyi olur kötü olur. Ama bu en azından samimi bir çaba. Ve her şeye rağmen İzmir üzerine, kentin sadece bir fon olarak kullanılmadığı, aksine başrolün bizzatı kentin kendisi olduğu, neredeyse ilk çalışma ve ilk sinema filmi. Sadece bu nedenle bile saygıyı ve ilgiyi hak ediyor."

"Bu film, kent üzerine bir sürü beylik laflar edenlere karşı, bu kenti nasıl marka haline getirebiliriz diye yıllardır tartışan ama konuşmaktan çok da fazla eyleme geçmeyenlere, artık konuşmayın da yapın çağrısı..."



"Sinemadan kent yöneticilerinin ne anladığı önemli"

Filmin yapılmaya karar verilmesi ve bunun medya ile paylaşılmasından bu yana yaklaşık bir buçuk yıl geçti. Yakın zamana kadar İzmir'de bir tek Kavak Yelleri dizisi vardı. Dikiciler, "Şu an kentte kaç dizi kaç film çekiliyor, dikkat edin" diyor: "Bu, sadece bir tesadüf olabilir mi? İzmir zaten hep yerindeydi. Neden şimdi? Türkiye'de yılda yaklaşık 70-80 adet dizi, bir o kadar da film üretiliyor. Ülkenin her yeri kasabalara kadar plato haline getirildiği halde, İzmir'e nedense kimse uğramıyordu. Peki şimdi neden buraya geliyorlar? Yani 'Bir Gevrek Bir Boyoz İki De Kumru' daha şimdiden misyonunu yerine getirdi bile. Bunu görmek ve doğru okumak lazım..."

Dikiciler'in de vurguladığı gibi İzmir çevresi, iklimi ve oyuncu kaynağıyla sinema sektörü için parlayan bir yıldız. Hatta coğrafi ve mevsimsel özellikleri ile bir bütün olarak değerlendirildiğinde, Türkiye'de sinema sektörünün profesyonel yapılması anlamında, konumlanması gereken en uygun şehir. Dikiciler, şehrin sadece kent merkezi ile değil, Bergama'dan Selçuk ilçesine kadar geniş bir alana yayılan doğal plato görüntüsüyle de bunu fazlasıyla hak ettiğini söylüyor. Tabii, "Ancak" diye başlayan bir serzeni-

şe ardı sıra başlayarak: "Bir kentin jeolojik ve meteorolojik özellikleri o kentin sinema sektöründe bir plato işlevi görmesi açısından tek başına yeterli değil. Sinemayı sadece eğlencelik bir araç olarak gören yerel yönetimlerin, bunun aynı zamanda bir sektör olduğunu da unutmamaları şart. Zira sinema sadece sanat değildir. Ya da başka bir ifadeyle sinema bundan çok daha önemli bir sektördür. Oysa İzmir kentinin bu anlamda özellikle yerel yönetimlerdeki kadroları ve kentin mevcut kanaat önderlerinin konuya bakış açıları ve donanımları bağlamında henüz hazır olmadığını ne yazık ki belirtmek gerek."

İzmir'i tanıtacak sinema filmi kim yapacak?

Dikiciler'e göre İzmir'de sinema, kent



yöneticileri için sadece broşür bastırma ya da en fazla tanıtım filmi yaptırma düzeyinde algılanıyor: "Bir taraftan da, kentin 'marka kent' olarak tanıtılmasında neler yapılabilir listeleri yapılırken, bir sürü madde arasına mutlaka giriyor. Herkes çok önemsiyormuş gibi davranıyor ama bu konuyla ilgili şu ana kadar ne yapıldı diye sordüğünüzde herkes birbirine dönüp bakıyor. Zira İzmir'i tanıtmak için mutlaka bir sinema filmi de çekilmeli saptamasını yapanlar, konu bunun nasıl yapılacağına geldiğinde kenara çekiliyorlar. Peki, o zaman bunu kim yapacak?"

Dikiciler, kentin kilitlendiği noktanın burada başladığını söylüyor. Başta yerel yönetimler, sonra ticaret örgütleri, daha sonra da sanayici ve iş adamlarının hiç biri bu konuya yatırım yapmak istemiyor. Herkes topu birbirine atıyor. Sanki başka birileri bir yerden gelsin bu yatırımı yapsınlar diye bekleniyor. Dikiciler, "Yani İzmir'in iş adamları ve yöneticileri Godot'yu bekliyorlar. Ama Godot gelmeyecek..." diyor: "Bu anlamda sinema ya da dizi sektörü yapımcılarının İzmir'e gelmeleri tek başına çok da önemli değil aslında. Önemli olan kalıcı olmaları. Birkaç bölüm çekilen dizilerin daha sonra neden kentten ayrıldıklarının sebebi ne ise, İzmir kentinin henüz neden hazır olmadığını cevabı da muhtemelen odur."

Her İzmirli biraz yalnızdır

Bu filme İzmir'de tek destek veren kuruluş İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA) olmuş... Dikiciler'in söylediğine göre o da sembolik bir destek ama çok önemli. Bu nedenle Dikiciler İzmir Valisi ve İZKA Genel Sekreteri'ne ilgileri ve destekleri için çok teşekkür ediyor. "Ama aynı desteği yerel yönetimlerden gördüğümüzü ne yazık ki söylemek pek mümkün değil" diyor: "Tamam gelen her projeye kaynak aktarmalarını beklemek fazla iyimserlik olabilir. Ama bu İzmir'in kent üzerine yapılmış ilk uzun metrajlı sinema filmi. Üstelik Kültür Bakanlığı'ndan da sınırlı ve dolaylı yani geri iadeli bir destek almış. Yani projesiyle, senaryosuyla onay görmüş, desteklenmesi uygun bulunmuş. Biraz olsun ilgiyi hak etmiyor mu? Ama sakın ola bunu kimse de bir şikayet olarak algılamasın. Zira çekim dönemi ve sonrası da dâhil, bunu ne

Filmin Öyküsü

Selanik... Hristo yavaş adımlarla Krematoryumda ilerlemektedir. Bir süre sonra, eşinin tabutunun üzerine izin alarak koyduğu küçük Mevlevi figürü kendi etrafında dönmeye başlarken, o da ölen eşinin cenazesinin yakılışını, bir demir kapının ardından hüzünle izlemeye başlar. Camdan yapılmış olan Mevlevi figürü dönerken, alevler her yanı sarar. Fonda ise eşinin son sözleri duyulur. "Hristo... Aşkim. Beni İzmir'e götür..."

İstanbul... Tan, dokuz yıl boyunca hiç gitmediği İzmir'e, çok yakın arkadaşlarından birinin ölüm haberini alınca gitmeye karar verir. Sıkıntıyla ve üzüntüyle geçen uzun gecenin ardından, sabah erken saatte havaalanına ulaşır. O işlemlerini yaparken, bir başka köşede de Selanik'ten gelen Alexi Hristo'nun İzmir'e gitmek üzere aktarma yaptığı görülür. Yaşlı adam, 1955'te çok sevdiği kentinden adeta kaçarcasına ayrılmak zorunda kalan, eski bir İzmirlidir. Elinde, hiç bırakmadan sıkıca tuttuğu Saat Kulesi'nin bir maketi vardır. Ve onun da içinde kısa bir süre önce ölen karısının kulleri.

Tan ve Hristo, kendilerini İzmir'e götürcek uçakta yan yana oturur. Aralarında geçen küçük sohbet sonrası Hristo, Tan'ın dokuz yıldır hiç İzmir'e gitmediğini şaşkınlıkla öğrenir. Ve bunun kırık bir aşk hikayesi olduğunu anlaması uzun sürmez.

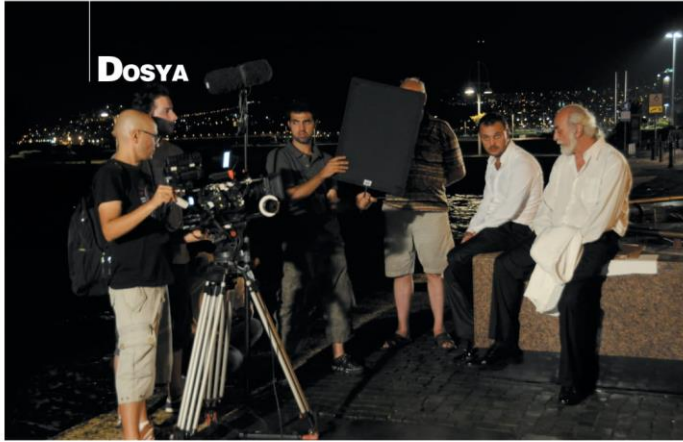
Hristo, yıllar önce büyük bir acı ile terk etmek zorunda kaldığı, doğduğu kente ve geçişine dönerken, Tan'da yıllar önce çıkıp gittiği ve bir daha asla dönmeyi düşünmediği gönüllü sürgünün nedenleri ile yüzleşir.

Hristo, eski arkadaşı Oktay ve mahallelisi ile 55 yıllık hesabı vermeye çalışırken, onu büyük ve inanılmaz bir sürpriz beklediğinden habersizdir. Kendisinin ve ailesinin gitmesine neden olan olayların içinde, en yakın arkadaşı ve mahallelisinin de olduğunu düşünürken, mahallelisi ve en yakın arkadaşı ise, 55 yıllık bir bekleyişin biteceği anın geldiğini bilmektedirler.

Bu arada bir başka yerde, Melih ve Ceyhan isimli iki define avcısı ise, bütün paralarını vererek aldıkları bir define haritası ile İzmir'e gelmişlerdir. Ama haritanın sahte olduğunu anladıklarında, artık her şey çok geçtir. Beş parasız Kordon'da oturdukları bir gün, karşılırlarına çıkan Hristo onları tekrar umutlandırır. Öyle ya, 70 küsur yaşındaki Allahın Rum'u, 50 küsur sene sonra doğduğu kente, onlara göre yalnızca bir gerekçeyle dönmüş olabilir. Giderken bir yerlere gömdüğü hazineyi, geri almak üzere...

Melih ve Ceyhan bu arada, Hristo'nun hazineyi nereye saklamış olabileceğini kendilerince bulmuşlardır. Hazinenin haritası ve anahtarı, Hristo'nun elinden hiç düşmediği ve gözü gibi sakındığı "Saat Kulesi" maketidir. Ve onu, her ne pahasına olursa olsun ele geçirmeye karar verirler. Çünkü onlar için kurtuluş, Saat Kulesi'nin içindedir.

Şekil 66 Osman Dikiciler Röportaj 2



Dosya

medya ne de başka hiçbir mecra da asla dile getirmedi. Çünkü biliyorum ki her İzmirli biraz yalnızdır. Ve yaşadıklarının hiç birisi de benim için sürpriz falan değil. Aksine tam da beklediğim şeyler oldu. Ama unutulmasın ki ben sadece kişisel bir film çekmedim. Hayatımda belki de bulabileceğim ilk ve son fırsatı İzmir için kullanıyorum. Bu yetmez mi? Eğer başarılı olursam, yani filmimiz beğenilirse, bunun dönüşü en çok İzmir'e olacaktır. Kim bilir, belki de EXPO adaylığı sürecinde en büyük katkıyı bu film verebilir. O da kullanılabilirse."

"İzmir neleri ve nasıl bir fırsatı kaçırıyor kimse farkın da mı?"

Dikiciler, İzmir'in iş adamları ve yatırımcılarının uzakta durmasını, destek vermemelerini konuşmak bile istemiyor. "Zira bırakın İzmir'i ve sanatı desteklemeyi, ticari olarak bile bu projeyi doğru değerlendirebilseler, bu filmin hedef kitlesinin ne kadar büyük olduğunu ve nasıl bir dönüş alabileceklerini hemen görürler" diyor:

"Film henüz vizyona dahi girmediği halde, Facebook'taki sayfasında hayran sayısı yaklaşık yirmi bin kişi oldu. Sinema gösterimi, TV gösterimi ve DVD satışları, artı internet ortamında yasal ve illegal yayınların tamamını hesaba katarsanız, filmin en az 2 milyon kişiye ulaşacağını öngörmek çok da zor değil. Unutmayın ki bu filmin hedef kitlesi sanıldığı gibi sadece İzmirli değil. İzmir'i hayranlık ya da kıskançlıkla izleyenlerin hepsi bu filmi de izleyeceklerdir. Çünkü ne kadar inkâr edilse de, İzmir bu ülkenin birçok



insanı için model bir şehirdir. Ve bu filmde aslında bunun nedenini anlatıyor. Yani İzmir'i... Yani Cenneti... Çünkü İzmir sadece bir şehir değil, aynı zamanda bir yaşam biçimidir. Bu nedenle bu film izlenecektir."

Tüm bunlara rağmen Dikiciler, şu an itibarıyla hala bir ana sponsor bulamadıklarını söylüyor. "Ve bu filmin daha fazla insana ulaşmasını sağlayabilecek yeterli kopya sayısını kendi gücümüzle ne yazık ki basturamayacağız" diyor: "Çünkü gücümüz bu kadarına yetiyor. Bu belki yapımçı kimliğimizle de konuşursak, bize ticari olarak yeterli dönüşün olmayacağı anlamına da gelir. Ama asıl İzmir neleri ve nasıl bir fırsatı kaçırıyor kimse farkın da mı? Yakın geçmişte İzmir'i sadece bir fon olarak kullanan, öyküsü ve içeriği ile İzmir'e çok da katkısı olmayan kimi projelere verilen destekleri duyunca içimiz burkuluyor. Peki biz bunu hak etmek için daha ne yapmalıyız?"

"Koşullar daha iyi olabilirdi"

Dikiciler İzmir'e aşık bir yönetmen olmasına rağmen, çekim sırasında o kadar sorunla karşılaşmış ki, artık sesi duyul-



sun istiyor. Ona göre bu film çok daha iyi koşullarda çok daha iyi çekilebilirdi... Ancak... "Filmin çekimi sürecinde yaşanan zorluklar, birçok mekânı kullanamamamız, Valilikten izin aldığımız halde birçok yerde çekim yapamamamız ve daha artık konusunu bile duymak istemediğim bir sürü engel ve zorluklara, ekonomik sıkıntılara rağmen, ortaya belki biraz eksik de olsa düzgün, doğru ve muhtemelen uzun yıllar İzmir'i en doğru şekilde temsil edeceğine inandığımız, güzel bir aşk filminin çıktığını belirtmeliyim. Kim bilir, belki de beklenen Godot benimdir..."

Dikiciler, eğer koşullar oluştursa ve bu filmdeki gibi yalnız kalmazsa, bundan sonraki çalışmalarının muhtemelen en önemlisini yine İzmir'de çekeceğini söylüyor. "Zira 'Bir Gevrek Bir Boyoz İki De Kumru' asıl yapmayı arzu ettiğimiz filmimizin sadece öncüstüydü. Çünkü önce rüştümüzü ispat etmemiz gerekiyordu. Bunun cevabını yani başarılı olup olmadığımızın kararını ise filmi izledikten sonra sizler vereceksiniz, biz de sonuç ne olursa olsun bunu saygıyla karşılayıp uyacağız."

Ragıp Taranç "Sinema, bacasız bir sanayi"

Izmir iş dünyasının sektöre belki de bu pencereden bakması gerekiyor. Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Film Tasarımı Bölümü Öğretim Üyesi Yard. Doç. Dr. Ragıp Taranç ise, işi sponsorluktan öteye taşıyor.

"Bence artık İzmirli yapım şirketleri kurulması lazım" diyor: "Izmir, bu diziler sayesinde emekli kenti olmaktan yaşayan bir kente dönüşebilir. Izmir fuarlar kenti mi olsun, kongreler kenti mi olsun diye tartışılırken ben hep 'sinema kenti'ni savundum. Bir dizi geldiği zaman iki-üç yıl buraya yerleşiyor. Bu sadece 30-40 kişilik bir ekibin ekmek kapısı olmuyor; küçük esnaftan büyük hipermarkete kadar herkes kazanıyor. Ekonomik anlamda şehir hareketleniyor. Sinema, bacasız bir sanayidir. İzmir'de iklim de çok uygun. Önümüzde Kaliforniya örneği var. Niye New York'ta başlayan Amerikan sineması Kaliforniya'ya gitti? Çünkü iklim uygun. Sadece dikkat edilmesi gereken bir husus var: Oyuncuların ve teknik ekibin İzmir'de oluşturulması gerekiyor. Çünkü İstanbul'dan getirdiğin oyuncuların orada tiyatro oyunları oluyor ya da aileleri nedeniyle bir süre sonra dönmek istiyorlar."

İzmir, büyük bir set alanı

Taranç'a göre İzmir bu işi için biçilmiş kaftan. Bir kere İzmir, İstanbul'dan daha büyük bir set alanı. Taranç, "Buradan Pamukkale'ye kadar, aşağıda da Bodrum'a kadar büyük bir alan hükmedebilirsiniz" diyor: "Çünkü mesafeler kısa. 4 saate Bodrum'a, 3.5 saate Denizli'ye gidiyorsunuz. Bu büyük alanda kültür, tarih, doğa, hepsine ulaşabilirsiniz. Biz bu geniş set alanına Sakız ve Midilli gibi adaları bile dahil edebiliriz. Kocaman bir yay; Yunanistan'ı dahi içine alacak bir coğrafya burası. İzmir çok büyük bir plato ama bunun daha farkına varılmadı.



Yabancılar vardı, gelip film çekiyorlar ama biz anlayamadık. İşadamlarımızın artık uyanması lazım. Kenti zehirleyen sanayi yatırımları planlamaktan vazgeçip, böyle bir bacasız sanayiye yönelmeleri gerek. Sadece sponsorluk değil, artık sermaye koymak gerekiyor. Sektöre de sadece dizi değil, sinema filmi olarak bakmak lazım. Biz 35 yıllık fakülteyiz; buradan o kadar çok insan ihraç ettik ki. Bu ne kadar acı? Neden insanlar ailelerinden kopmak zorunda kalıyor? 50 dizi yönetmeni varsa ve bunun 35'i bu fakülteden çıktıysa, durup düşünmek lazım." Bu pencereden bakıldığında, İzmir'in marka kent olma yolundaki projelerini tekrar tartışmaya açmak gerekiyor. Ancak Taranç'ın söylediği gibi büyük düşünmek gerek. Bir-iki televizyon dizisi ile değil, sektörün buraya gelmesini sağlayacak yatırımlarla işin üstüne eğilmek lazım.

Taranç, "Bugün artık teknoloji de çok pahalı değil" diyor: "Sinema eskiden çok büyük yatırım isteyen bir teknoloji gerektirirken bugün daha ucuz sistemlerden söz edebiliriz. Behzat Ç. fotoğraf makinesi ile çekiliyor. Bunu görmek ve değerlendirmek lazım. Geçenlerde İZKA'dan birisi filmlere sponsorluk yap-

maktan bahsediyordu ama gözü dışarıdaydı. Kentin içinde o kadar çok hikâye ve o hikâyeleri çekebilecek insan var ki... Susuz Yaz, Seferihisar Bademler Köyü'nün hikâyesidir, örneğin. Marka olabilmek için önce iletişim alanında olmanız lazım. Dünya sizi konserve ya da pamuğunuzla tanıyamaz. Ancak sinema ile İzmir, 19'uncu Yüzyıl'da ticari olarak yükselen yıldızını bu sefer sanatsal olarak parlatabilir. İzmir bu anlamda Doğu Akdeniz'in yıldızı olabilir.

■ İzmir'de çekilen Türk filmlerinden örnekler

Susuz Yaz - Metin Erksan
Masumiyet - Zeki Demirkubuz
Babam ve Oğlum - Çağan Irmak
Bornova Bornova - İnan Temelkuran
Adı Vastıye - Atif Yılmaz
Yalancı - Osman Sınay
Organize İşler - Yılmaz Erdoğan (tabut sahneleri Tenekeli Mahalle'de çekildi.)
Şarkıcı - Ersin Pertan
Sonsuz - Cemal Şan
Vıcdan - Erden Kıral
Allah Allah - İbrahim Tatlıses
Dünyanın En Güzel Kadını - Nejat Saydam
Baba Bizi Eversene - Oksal Pekmezoglu
Kayıkçı - Bilet İlhan
Uyanık Kardeşler-Hulki Saner

Уральский федеральный университет
Кафедра востоковедения



**ИЗМИР
ГОРОД ЛЮБВИ**

"ne kalandar, gâdebiñer ne de gâdenler geñi dâmebiñer"

Режиссер: Осман Дикиджилер
Сценарий: Осман Дикиджилер
Музыка: Яхья Гейлан
Оператор-постановщик: Арда Джанель,
Синан Озкан
В ролях: Огюн Каптаноглу, Бюлент Арын,
Селен Сейвен, Сельчук Улуэргювен, Мелих
Экнер, Сомер Карван

7 декабря 2019 г. в 16:30
ауд. 228 (Ленина, 51)

Сюжет: Салоники...
Христо медленно идет по крематорию. Спустя какое-то время фигурка дервиша, которую он поставил на гроб своей скончавшейся жены, начинает вращаться, а он из-за железной двери с грустью смотрит, как гроб с телом его жены охватывает огонь. На заднем плане слышны последние слова его жены.
"Христо... Любимый. Отвези меня в Измир..."
Стамбул...
Тан, получив известие о смерти своего очень близкого друга, решает поехать в Измир, где он не был девять лет. Тан и Христо садятся на соседние кресла в самолете, который летит в Измир. Между ними завязался разговор, и Христо с удивлением узнает, что Тан вот уже девять лет ни разу не ездил в Измир. И вскоре он понимает, что причина этого – история несчастной любви.
Христо возвращается в родной город, который он был вынужден покинуть много лет назад при трагических обстоятельствах, и к своему прошлому, а Тан встречается лицом к лицу с причинами своей добровольной ссылки, в которую он отправился несколько лет назад и из которой не собирался возвращаться.
А в это время два кладоискателя, Мелих и Джейхун, приезжают в Измир с картой спрятанных сокровищ, за который они отдали все свои деньги. Но когда они поняли, что карта поддельная, было уже слишком поздно....

Осман Дикиджилер

Родился в 1968 г. в Измире.
Окончил отделение кино и телевидения факультета изобразительных искусств Университета Девятого сентября. В том же университете вел занятия по дисциплине «Сценарное мастерство».
Работал на нескольких телеканалах режиссером, продюсером и руководителем программ. Снял целый ряд документальных и рекламных фильмов.
Автор книги «Кинематографическая школа "Арзу"».
Женат, двое детей.

Автор сценария фильмов
2017 Караель (фильм)
2013 Измир – город любви (фильм)
2008 Слушаюся! (телесериал)
2007 Бесстрашные (телесериал)
2006 Диета (телефильм)
2006 Снеговики (фильм)

Режиссер фильмов
2013 Измир – город любви

Исполнил роль в фильме
1993 Сказка о свадьбе (фильм)

Продюсер фильмов
2013 Измир – город любви (продюсер)
2019 Деврим Эрбиль: Небо было такое голубое (сопродюсер, в процессе съемки)

Şekil 69 Rusya Ural Üniversitesine ait Rusça broşür



Şekil 70 Rusça Afiş



Şekil 71 Çin gösterimi



Şekil 72 Çin gösterimi 2

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı: Osman DİKİCİLER

Eğitim Durumu: 1987 – 1992: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sinema-Tv Bölümü mezunu.

Çalışmaları

1998-2004 DOKUZ EYLÜL ÜNV. Güzel Sanatlar Fak. Sin-TV bölümünde Öğretim Görevlisi olarak “SENARYO YAZARLIĞI” ve “STÜDYO UYGULAMALARI” üzerine dersler verdi.

"BİR GEVREK, BİR BOYOZ, İKİ DE KUMRU" isimli Uzun Metrajlı sinema filminin Senaryo Yazarlığı, Yapımcılığı ve Yönetmeliğini yaptı.

“KARAYEL” isimli, Başaran Şimşek'in yönettiği Uzun Metrajlı Film çalışmasının öyküsünü ve senaryosunu yazdı.

KANAL D televizyonu için “CEZA MAHKEMESİ” programının, Constantin Ent. Firması adına Senaryo Editörlüğü ve Baş Yazarlığını üstlendi.

ATV kanalında yayınlanan “KORKUSUZLAR” isimli dizinin senaryosunu yazdı.

43. ANTALYA FİLM FESTİVALİNİN yarışmalı bölümünde de yarışan “KARDAN ADAMLAR” isimli uzun metrajlı sinema filminin senaryosunu Aytan Gönülşen ve Onur Güven ile birlikte yazdı...

“DİYET” Tv Filmi. Ömer Seyfettin uyarlaması Tv Filminin senaryosunu Atilla Engin ile beraber yazdı.

“EMRET KOMUTANIM” isimli dizi film projesinde senaryo yazarı ve editör olarak görev aldı.

“HABABAM SINIFI MERHABA” Filminin Kamera arkası Belgeselinin yönetmenliğini üstlendi.

Star TV Senaryo yazım grubunda SENARYO YAZARI olarak görev aldı.

Uzun metrajlı ilk üniversite sinema filmi olan ve ANTALYA FİLM FESTİVALİ'nde de yarışan, Yönetmenliğini Ragıp TARANÇ' ın yaptığı “BİR DÜĞÜN MASALI” filminde DİAŁOG YAZARLIĐI ve oyunculuk yaptı.

ARZU FİLM ŞİRKETİ' nde Senaryo yazarlığı yaptı.

KANAL 1 (İZMİR) TV kanalında PROGRAM MÜDÜRLÜĞÜ yaptı. Ayrıca TV için YAPIMCILIK ve YÖNETMENLİK yaptı.

EGE TV PROGRAM MÜDÜRLÜĞÜ görevini üstlendi.

"BIYIKSIZLAR BÖLÜĐÜ" isimli uzun metrajlı film senaryosu, Kùltür Bakanlığı destek kurulundan senaryo yazım desteği aldı.

Lozan Barış Anlaşması'nın 80. Yıldönümü etkinlikleri kapsamında “80. Yılında Lozan Anlaşması ve Barış” konulu Uzun Metraj Film Oyusu Yarışması'nda "BIYIKSIZLAR BÖLÜĞÜ" isimli senaryosu 2.lık ödölünü aldı.

DOKUZ EYLÜL ÜNV. GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ MEZUNLARI DERNEĞİ nin iki donem başkanlığını üstlendi.

ARZU FİLM EKOLÜ isimli bilimsel çalışması ve Belgesel filmi 39. ANTALYA FİLM FEST. Kapsamında kitap olarak yayımlandı.

Bazı reklam ajansları adına Tanıtım ve Reklam Filmleri için YÖNETMENLİK yaptı.

Klip, reklam ve Belgesel Yönetmenliği yaptı.