



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:30.06.2020 ✓Accepted/Kabul:20.09.2020

DOI:10.30794/pausbed.761174

Araştırma Makalesi/ Research Article

Zengin, F. (2021). "Yakınsama Çağında Hikâye Anlatmak: Transmedya Hikâyeciliği Kavramı Üzerinden "Leyla ile Mecnun" Dizisinin İncelenmesi"
Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 44, Denizli, ss. 169-190.

YAKINSAMA ÇAĞINDA HİKÂYE ANLATMAK: TRANSMEDYA HİKÂyecİLİĞİ KAVRAMI ÜZERİNDEN "LEYLA İLE MECNUN" DİZİSİNİN İNCELENMESİ

Ferhat ZENGİN*

Öz

Kitle iletişim araçlarının dijitalleşmesiyle yaşanan teknoloji tabanlı yapısal değişiklikler, medya ortamlarının içerik üretiminde önemli bir unsur olarak yer alan hikâye ve onun anlatı yapısını yeni bir forma dönüştürmüştür. Dijital dönemdeki bu değişimi Henry Jenkins "Transmedya Hikâyeciliği" kavramıyla ele almakta ve bir hikâyenin farklı medya araçlarıyla yeniden oluşturulmasını transmedya hikâyeciliği olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla geleneksel hikâye anlatısının dijital dönemdeki değişim ve dönüşümünü anlamak ve çağdaş eğlence dünyasındaki yerini kavramak önemli hale gelmektedir. Buradan hareketle çalışma, iç içe geçen günümüz medya alanında ortaya çıkan transmedya hikâye anlatıcılığını detaylı bir şekilde açıklayarak, kavramın anlaşılmasını sağlamaktadır. Bir içeriğin medya sistemleri arasındaki akıcılığının anlaşılması ve kavranması, medyanın içerik üreticileri ya da tüketicileri bağlamında medya yakınsamasının etkilerinin tespit edilmesine değerli katkılar sunar. Bu çalışmada Jenkins'in "Transmedya Hikâyeciliği" kavramından hareketle, 2011 tarihinde TRT1 televizyon kanalında yayınlanan ve özellikle gençlerin fenomeni haline gelen "Leyla ile Mecnun" dizisi, transmedya hikâyeciliği bağlamında ele alınmış; Jenkins'in transmedya hikâye anlatısının sahip olması gereken yedi temel özelliğine göre bu dizi analiz edilmiştir. Çalışmada, örnek olay incelemesi olarak değerlendirilen Leyla ile Mecnun dizisinin transmedya hikâye anlatımına örnek olacak uygulamaları taşıdığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Transmedya Hikâye Anlatısı, Transmedya Hikâyeciliği, Dijitalleşme, Yöndeşme/Yakınsama, Leyla ile Mecnun.*

STORYTELLING IN THE AGE OF CONVERGENCE: ANALYSIS OF "LEYLA AND MECNUN" SERIES WITH TRANSMEDIA STORYTELLING CONCEPT

Abstract

Technology-based structural changes experienced with mass communication tool digitalisation transformed the story and narrative structure, an important element in content creation in the media space into a new form. Henry Jenkins considers this change in the digital era with "Transmedia Storytelling" content and defines transmedia storytelling as re-creating the story with different media tools. Therefore, it is important to understand the change and transformation of traditional storytelling in the digital period and grasp its position in the contemporary entertainment world. Based on this, explaining transmedia storytelling emerging in all media fields of today's intertwined world in details helps to understand this concept. Understanding and grasping the flow of content across media systems provide valuable contributions to identify media convergence effects in terms of media's content creators or consumers. This study considers "Leyla and Mecnun" TV-show broadcasted in 2011 on TRT1 TV channel and became a phenomenon among young people based on Jenkins' "Transmedia Storytelling" concept;

*Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, İSTANBUL.
e-posta: fzengin@gelisim.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-6785-3257>)

seven basic properties in Jenkins' transmedia storytelling is analysed in this TV-show. In this study, Leyla and Mecnun TV-show is analysed as a case study and it is found that this TV-show has applications to be an example to transmedia storytelling.

Key Words: *Transmedia Storytelling, Digitalization, Convergence, Leyla and Mecnun.*

1. GİRİŞ

Teknoloji insan yaşamına her geçen gün yenilikler getirmeye devam etmektedir. Dijital Dönem, Yakınsama Çağı, Bilgi Çağı, Yapay Zekâ Çağı, Enformasyon Toplumu, Ağ Toplumu gibi farklı kavramlarla içinde bulunduğumuz çağ ve toplumu anlamlandırmaya çalışırken; teknolojinin etkilediği yeni toplumsal düzendeki bireyin konumunu da x, y, z kuşakları ya da dijital yerliler, dijital göçmenler gibi sınıflandırmalarla açıklamaya çalışırız. Bu anlamlandırmaları ve sınıflandırmaları yapmamızın nedeni insanoğlunun sürekli olarak değişen toplumsal düzeni ve yapısıdır. Üretim ve tüketim bağlamında toplum ve bireyin yaşamını etkileyen buradaki başat unsur ise iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerdir. Özellikle de iletişim teknolojilerinin dijitalleşmesi, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasına ve bu teknolojilerin daha fazla kullanıcıya ulaşarak etkisini artırmasına neden olmuştur. Bilginin çevrimiçi ağlarla "içerik"leştiği bu dijital dönüşümde, bireyin gündelik yaşamı da online erişim sağlanabilen ortamlardaki pratikler ve deneyimlerle şekillenmiş ve biçimlenmiştir. Kitle iletişim araçlarının dijital çağda yaşadığı teknoloji tabanlı bu yapısal değişiklikler, kitle iletişim araçlarının içerik üretiminde önemli bir unsur olarak yer alan hikâye ve onun anlatı yapısını da yeni bir forma dönüştürmüştür. Dolayısıyla hikâye ya da günümüz ifadesiyle içerik yapısının değişen söz konusu bu yeni formunu anlamaya çalışmak önemli bir hale gelmiştir. Çalışma buradan hareketle dijital dönemde değişen bu yeni formu araştırmakta ve kavramaya çalışmaktadır.

Dijital dönemde hikâye anlatıları, tek bir olay etrafında ve tek yönlü bir iletişim süreciyle değil; daha çok çoklu medya ortamları ve farklı platformlar aracılığıyla derinleşilebilen bir anlatı yapısına dönüşmüştür. Bu yeni anlatı yapısıyla tüketici ya da okuyucu, hikâyenin farklı katmanlarını da öğrenmek istemektedir. Çünkü izleyici de hikâyenin bir parçası olmak istemektedir. Robert Pratten (2015, s. 4) bu durumu şöyle ifade eder: "Çünkü tek bir medya merakımızı ve yaşam tarzımızı tek bir platformda karşılamıyor. Etrafımız ürünleri ve eğlence olanaklarıyla eşi benzeri görülmemiş bir içerik okyanusu ile çevrili. Hikâyelerimizi anlatmak istediğimiz insanlar, bu okyanusta gezinmek için yelken açmayı, durup dinlenmeyi seçebilecek teknolojilere sahipler."

Yeni medya araçlarının yakınsama/yöndeşme eğilimi göstererek iç içe geçtiği bu dijital çağda hikâye anlatıları da bu anlamda yeniden tasarlanmış ve üretilmiştir. Henry Jenkins, bu yeni hikâye anlatı formuna kendi kavramsallaştırdığı adıyla "transmedya hikâyeciliği" der. Jenkins, transmedya hikâye anlatıcılığının tüketiciler üzerinde yeni talepler yaratan, aktif katılıma bağlı medyaların yakınlaşmasına (yakınsaması) karşılık olarak doğmuş yeni bir estetiğe işaret ettiğini belirtir (2016, s. 42). Medya yakınsamasını da teknolojik, sektörel, kültürel ve sosyal değişiklikleri, medyada dolaşma yollarına göre tanımlayan bir sözcük olarak ifade eden Jenkins, "en geniş anlamıyla medya yakınlaşması, çeşitli medya sistemlerinin bir arada bulunduğu ve medya içeriğinin bu sistemler arasında akıcı bir şekilde dolaştığı bir duruma karşılık gelir" (2016, s. 436) diyerek bu olguyu açıklar. Dolayısıyla hikâyeler aracın ya da ortamın özelliklerine göre yeniden şekillenebilir ve akışkan bir özellik gösterebilir. Bu anlamda bir hikâyenin ya da içeriğin farklı mecralarda akışı sırasında, yaşadığı içeriksel ve biçimsel değişim ve dönüşümü takip etmek anlatıyı anlama adına önemli hale gelmektedir. Bu kavrayış düzeyi içerik üreticilerini ya da tüketicilerini bilinçlendirecek, akademisyenlerin ve teorisyenlerin yeni akademik çalışmalarına değerli katkılar sunacaktır. Ayrıca dijital dönemin bu yeni kavramıyla bir içeriğin medya sistemleri arasındaki akıcılığının anlaşılması ve kavranması, medyanın içerik üreticileri ya da tüketicileri bağlamında medya yakınsamasının etkilerinin tespit edilmesini kolaylaştıracaktır.

Bu çalışmada, medya yakınsaması nedeniyle iç içe geçen günümüz medya ortamlarında ortaya çıkan transmedya hikâye anlatıcılığı detaylı bir şekilde ele alınarak tarihsel, kavramsal ve kuramsal olarak incelenecektir. Bu bağlamda çalışma, transmedya hikâye anlatıcılığı kavramını ortaya atan Jenkins'in bu konudaki çalışmalarına odaklanmaktadır. Dolayısıyla çalışmanın kapsamı Jenkins'in konu hakkındaki çalışmalarıyla sınırlandırılmaktadır. Bu, kavramın ortaya çıkışı ve gelişim süreci konusunda önemli bir bütünlük sağlayacaktır. Bu çalışmanın olay incelemesi olarak ele alınan TRT1 televizyon kanalında yayınlanan bir dönemin popüler ve fenomen televizyon

dizisi “Leyla ile Mecnun”un farklı medya platformlarında genişleyen hikâyesi, çalışmada ortaya konulan Jenkins’in transmedya hikâye anlatısının sahip olması gereken yedi temel özelliğine göre incelenecek ve betimsel yaklaşımla analiz edilip değerlendirilecektir. Çalışmanın amacı, geleneksel hikâye anlatısının dijital dönemde değişim ve dönüşümünü anlamak ve çağdaş eğlence dünyasındaki yerini ortaya koymaktır. Dolayısıyla çalışma transmedya hikâye anlatıcılığı kavramının teorik ve pratik anlamda anlaşılmasını sağlayacaktır. Dijital dönemde bir içeriğin medya sistemleri arasındaki akıcılığının anlaşılması ve kavranması ise araştırmacılara kuramsal ve yöntemsel bakış açıları sağlamasının yanı sıra medyanın içerik üreticilerine, hikâye anlatılarında nelere dikkat etmeleri gerektiği bilgisini kazandıracaktır. Çalışmada, Leyla ile Mecnun dizisinin transmedyal hikâye anlatıcılığı uygulamaları çerçevesinde serimlenmesi, Türk edebiyatında benzeri hikâyelerin de bu kapsamda değerlendirilmesinin önünü açacaktır. Bu anlamda önemli bir boşluğu dolduran çalışma, ayrıca tüketicilerin bir hikâyeye alışkanlık göstermesinin nedenlerini de ortaya koyacaktır.

2.TRANSMEDYA VE TRANSMEDYA HİKÂYE ANLATICILIĞI KAVRAMI

Hikâye, bir olayın sözlü, yazılı ve görsel olarak anlatımı olarak açıklanmaktadır. Bir hikâyenin aktarılmasına da anlatı adı verilir. “Şiirin ve tragedyanın, masalların, hikâyelerin, roman, film, opera ve futbol yayınlarının, olimpiyatların ve fıkraların ortak özellikleri, her birinin anlatı olmasıdır. Her anlatıda olmazsa olmaz bir takım temel kavramlar; zaman, uzam, karakterler, eylemler, olaylar, çatışma, neden sonuç ilişkisi, anlatıcının konumu ve bu kavramlara görece yakın zamanda eklenen seyircinin konumu onların bu arayışına yardımcı olur” (Yaren, 2013, s. 167).

İlk çağlardan beri insanoğlu kendi dünyasını hikâyeleştirme yoluna gitmiştir. İşaretler ve sembollerle iletişim kurduğu ilk haberleşme araçlarını takiben insanların hikâyeye anlatma güdüsünü mağaraların içine çizdikleri resimlerden (aslan, gergedan, bizon, at, mamut, insan elleri vb.) anlayabiliriz. İlk insanların yaşadığı düşünülen ve binlerce yıl sonra keşfedilen farklı coğrafyalardaki mağaraların içindeki çizimlerde perspektif, ışık ve gölgelendirme teknikleriyle insanların hikâyeler anlattığı öne sürülmektedir. Bu teorisyenlerden biri olan Lascaux Müze Müdürü Jean-Michel Geneste (2017), mağaraların bir hikâyeye anlatma aracı olarak kullandığını ifade etmektedir. Arkeolojist Marc Azéma ise bu durumu bir adım ileri götürerek, mağaralardaki çizimlerin ilkel animasyonlar olduğunu düşünmekte; küçük bir ateşin veya fenerin yaydığı ışıkla mağara resimlerine bakıldığında figürlerin hareket ettiğini savunmaktadır. Bu teorisini güçlendirme adına mağaralardaki figürleri ışık ve gölgelerle hareket ettiren bir video hazırlayan Azéma, bu görüntüleri de sinemanın öncüsü olarak görür.¹

Ona göre mağaralardaki figürler harekete ve bir anlatıma sahiptir (Hanet, 2017). Dolayısıyla insanoğlu çok eskiden beri sembol, işaret ve figürler taşıyan resim sanatının ilk görselleriyle hikâyeler anlatmaya çalıştığı düşünülmektedir. Tevfik Fikret Uçar’a (2004, s. 19-20) göre “çevresinde gözlemediği nesnelere görselleştiren, onları yorumlayan insanoğlu, hayal gücünün de yardımıyla farklı bir boyut keşfetmiş, hatta kimi zaman görmediklerini, görünmeyen soyut kavramları da görselleştirerek yeni sanat türleri yaratmıştır.” Ona göre “bugün ‘resim’ dediğinde bir sanat dalı aklımıza gelse de bundan 17000 yıl önce bu güçlü bir iletişim, mesaj ve dışavurum aracı olarak kullanılmaktaydı. Yazı öncesi tüm süreçleri incelediğimizde resimsel yaklaşımın ve benzeştirme yoluyla mesajları kurgulama biçiminin ne kadar etkin olduğunu gözlemleyebiliriz” (Uçar, 2004, s. 19-20).

Yazının icadıyla büyük bir gelişim gösteren hikâyeye anlatımı, gazete, radyo, sinema, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının icadıyla yeni bir evreye geçmiştir. Hikâyelerin seri üretimle kitleselleştiği bu araçlar sayesinde özellikle hikâyeye anlatımı medya araçlarının önemli bir içeriği haline gelmiştir. Hikâyeye anlatımında önemli gelişme ise hikâyelerin dijital olarak üretilmesi ve dağıtılmasıdır. Hikâyelerin dijital medyalarda üretilip farklı dijital platformlarda tüketildiği bu dijital dönüşümde hikâyeye yapıları geliştirilebilir, kişiselleştirilebilir, sınırsız etkileşime açık, interaktif, ağ tabanlı ve sosyal ağlarla bağlantılı yeni bir yapıya dönüştürülebilir. Geleneksel hikâyeciliğe göre oldukça farklı dijital dönemdeki bu yeni hikâyeye anlatım yöntemleri de yeni kavramlarla açıklanmaktadır.

Dijital dönemin yeni kavramlarından biri Transmedya’dır. İngilizce’de “Transmedia” olarak kullanılan terim Latince kökenli “*trans ve medium*” kelimelerinin birleşiminden türetilmiştir. Latince de “öteye geçmek, ötesinde,

¹ Marc Azema tarafından hazırlanan bu videoya “Sequential Animation: The First Palaeolithic Animated Pictures” adıyla internet ortamında erişim sağlanabilir.

karşı, aşmak” anlamlarını taşıyan “*trans*” edat/fiil ön ekinin, “*araç, ortam*” anlamında “*medium*” kelimesinin birleştirilmesiyle oluşan bu yeni kavram Türkçe olarak “*medya/araç ötesi*” olarak ifade edebilir ama kelimeyi tam olarak karşılayacak Türkçe bir sözcük bulunmamaktadır. Transmedya kavramını kullanan ilk kişi olan Güney Kaliforniya Üniversitesi (USC) akademisyenlerinden Sinema Televizyon Bölümü Öğretim Üyesi Profesör Marsha Kinder’dir. Kinder, 1991 yılında yayımlanan “*Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*” adlı kitabında transmedya kavramını “*metinlerarasılık*” (intertextuality) ile birlikte kullanmıştır. Çocuklara yönelik televizyon, video oyunları ve filmlerden oluşan bir “*üst sistemin (süper sistem)*” çocuklara yalnızca belirli ürünler almaya teşvik etmediğini, aynı zamanda onları post-modern tüketim kültürü aşıladığını öne sürdüğü kitabında Kinder (1991), *metinlerarasılık* ile kullandığı transmedya kavramını, “*daha geniş ticari bir süper eğlence sistemi*” olarak açıklamıştır.

Transmedya hikâye anlatıcılığı (transmedia storytelling) kavramını ise ünlü yeni medya kuramcısı Amerikalı Profesör Henry Jenkins 2003 yılında, MIT (Massachusetts Institute of Technology) Technology Review sitesinde yayımlanan “*Transmedia Storytelling*” adlı yazısında kullanmıştır. Marsha Kinder gibi Güney Kaliforniya Üniversitesi (USC) akademisyenlerinden olan ve aynı zamanda Annenberg İletişim Okulu temsilcilerinden biri olarak Jenkins, söz konusu bu yazısında birden fazla medya kanalında içerik akışını neredeyse kaçınılmaz kılan bir medya yakınsaması (convergence) çağının içine girildiğini ve bu bağlamda da bir içeriğin farklı medyalardaki hareketini yaratıcı bir sürecin gelişimi olduğunu ifade etmiştir (2003). İletişim bilimci burada, modern eğlence endüstrisinin yapısıyla ilgili her şeyin yeni eğlence alanlarının inşası ve geliştirilmesiyle tasarlandığını belirtmektedir. Önceden topluluk temelli bir dramının hikâye anlatıcılığının zirvesi olduğunu söyleyen Jenkins, gelecek nesiller için bu durumun çocukça görüleceğini belirterek, genç tüketicilerin bilgi avcıları ve toplayıcıları haline geldiklerini, karakterlerin arka planlarını ve olayları (hikâyeyi) takip etmeyi ve aynı franchise² içindeki farklı metinler arasında bağlantı kurmaktan zevk aldıklarını açıklamaktadır. Bu bağlamda da izleyiciler, kendilerine yeni açılımlar sunan kurgusal dünyaları seyretme beklentisi içindedirler.

Henry Jenkins, transmedya hikâyeciliğini ilk kez ele aldığı yazısında (2003), “*transmedya hikâye anlatıcılığında ideal biçiminde her ortam elinden gelenin en iyisini yapar -böylece bir hikâye bir filmde tanıtılabilir, televizyon, roman ve çizgi romanlar yoluyla genişletilebilir ve dünyası oyunlarla keşfedilebilir ve deneyimlenebilir*” demektedir. Bu durumu da Pokemon örneğinden aktaran Jenkins, Pokemon’un oyunlar, televizyon programları, filmler ve kitaplarla yayıldığını vurgulamaktadır. Jenkins’in burada üzerinde durduğu konu her bir içeriğin/hikâyenin tek başına yetecek şekilde özerk olması gerektiğidir: “*Oyunun tadını çıkarmak için filmi izlemenize gerek yoktur; bunun tersi de geçerlidir.*” Ona göre, medyalar arasında okumayı sürdürmek daha fazla tüketimi motive eden derin bir deneyim sağlar. Böylelikle bu yeni deneyim franchise’ı yeniler ve tüketici sadakatini sürdürür: Her medya ortamının kendine özgü bir kitle vardır ama iyi bir transmedya anlatıcılığında bir içerik, farklı medya ortamlarında farklı bir şekilde bir araya getirilerek geniş bir kitleyi kendisine çekebilir. Böylelikle bu yeni deneyim herhangi bir medya ortamındaki potansiyel pazar hasılatını artırır (Jenkins, 2003).

Özellikle akademik alanda kısa sürede ilgi gören transmedya hikâye anlatıcılığı kavramını Henry Jenkins, 2006 yılında yayımlanan “*Converge Culture Where Old and Media Collide*”³ kitabının “*Searching for the Origami Unicorn: The Matrix and Transmedia Storytelling*” adlı bölümünde “*The Matrix*” (1999) fenomeni üzerinden daha geniş kapsamda ele almıştır. Bu makalesinde Jenkins, transmedya hikâye anlatıcılığı kavramının “*Blair Cadısı*”nın (1999) olağanüstü başarısını anlamlandırmaya çalıştığında aklına geldiğini söyler (2016, s. 152). Çünkü filmin kurgusal dünyası öncesi ve sonrasıyla tüketiciye bambaşka bir dünya sunmaktadır. Seyirci de ilk kez deneyimlediği bu sıra dışı evrenin içine dalmıştır. Blair Cadısı filminin senaristi ve yönetmeni Eduardo Sanchez bu durumu Jenkins’e şöyle anlatmaktadır:

“*Blair Cadısı’ndan şunu öğrendik; insanlara keşfedecek yeterli malzeme verirsiniz, keşfederler. Herkes değil ama bazıları eder. Keşfeden ve tüm dünyadan faydalananlar sonsuza dek hayranlarınız olurlar; size reklamları satın alamayacağınız bir enerji verirler... İnsanların ilgilerini sürdürecek ve onun için çalışmalarını devam ettirecekleri*

2 “*Franchise, “ruhsat, izin, ayrıcalık verme, tanınmış bir firmanın markasını kullanma hakkı”* manasında İngilizce bir kelimedir (Nişanyan Sözlük, 2020). Türk Dil Kurumu’na ait sözlüklerde Türkçe lügat manasına an yakın anlamı “*imtiyaz*” sözcüğü karşılamaktadır. Ayrıca, isim hakkının verilmesi anlamında “*bayilik*” de kelimeyi karşılayan sözcüklerden biridir ama tam olarak anlam karşılanmadığı için kelime aynen kullanılmıştır.

3 “*Cesur Yeni Medya*” Teknolojiler ve Hayran Kültürü (çev: Nihal Yeğengil), İletişim Yayınları, 2016.

şekilde hazırlanmış olan bu bilgi ağıdır. İnsanlar, bir şey için çalışmaları gerekiyorsa, buna daha fazla zamanlarını verirler. Ve ona daha çok duygusal değer verirler” (Jenkins, 2016, s. 153).

Transmedya hikâyeciliği kavramını Jenkins (2010, s. 944), “bir kurgunun tamamlayıcı (ayrılmaz parçası olan) unsurlarının birleşik ve eşgüdümlü bir eğlence deneyimi oluşturmak amacıyla farklı medya ortamlarında sistematik olarak dağıldığı bir süreç” olarak açıklar. Çağdaş eğlence dünyasını şekillendiren “yeni bir tür hikâye anlatıcılığı” (2016, s. 167) olarak gördüğü bu kavramda, ideal olarak her medya hikâyesinin ortaya çıkmasına kendine özgü benzersiz katkı sağlamaktadır (2010, s. 944). Jenkins’in transmedya hikâye anlatıcılığı, dijital dönemde yakınsama, ortamlarasılık (intermediality), interaktivite, çoklu ortam, katılımcı medya uygulamaları bağlamında ortaya atılmış bazı kavramlarla karıştırılabilir. Buna göre “‘cross-media’⁴ (Petersen, 2006), ‘multiple platforms’⁵ (Jeffery-Poulter 2003), ‘hybrid media’⁶ (Boumans 2004), ‘intermedia’⁷ (Higgins 1966; Rajewsky 2002)” (Petersen, 2006); “‘intertextual commodity’⁸ (Marshall, 2004), ‘transmedia worlds’⁹ (Klastrup & Tosca, 2004), ‘transmedia interactions’¹⁰ (Bardzell, Wu, Bardzell, & Quagliara, 2007) gibi kavramlar aynı kavramsal alanın ve akademik tartışmanın bir parçasıdır (Scolari & Ibrus, 2019) ama transmedya hikâyeciliği kavramı bu kavramlardan farklılık göstermektedir. Örneğin en çok karıştırılan çapraz medya (cross-media) kavramı aynı içeriğin farklı medyalar arasında dağılımını tanımlamak için kullanılmaktadır. Burada hikâyenin gelişiminden söz etmek mümkün değildir. Fakat transmedya hikâye anlatıcılığında bir hikâye medyalar arasında gelişim göstererek ilerlemekte ve genişlemektedir. Transmedya hikâye anlatıcılığının bir “dünya yaratma sanatı” olduğunu vurgulayan Jenkins (2016, s. 43), hikâyenin gelişimi ve kurgusal bir dünyanın bütünüyle deneyimlenmesi için ayrıca “tüketicilerin avcı ve toplayıcı rolüne bürünmesi, medya kanalları arasında hikâyenin parçalarının izini sürüp bulması, çevrimiçi tartışma grupları aracılığıyla birbirleriyle notlarını karşılaştırması, zaman ve çabalarını ortaya koyan herkesin daha zengin bir eğlence deneyimi elde etmesi için iş birliği yapması gerektiğini” söyler.

3. TRANSMEDYA HİKÂYE ANLATICILIĞININ TEMEL ÖZELLİKLERİ

Sinema ve Medya Çalışmaları Derneği’nde öğrencileri için hazırladığı “Transmedya Hikâye Anlatımı 101” adlı çalışmasında Henry Jenkins, transmedya hikâyeciliğinin anlatım özelliklerini 10 başlık altında toplamıştır (Jenkins, 2007):

1- Transmedya hikâye anlatımı, bir kurgunun ayrılmaz unsurlarının birleşik ve koordineli bir eğlence deneyimi yaratmak amacıyla birden fazla dağıtım kanalına sistematik olarak dağıldığı bir süreci temsil eder. İdeal olarak, her ortam hikâyenin ortaya çıkmasına benzersiz bir katkı sağlar. Örneğin, The Matrix filminin kilit bilgi parçaları üç film, bir animasyon kısa film dizisi, iki çizgi roman hikâyesi ve birkaç video oyunu aracılığıyla aktarılmıştır. Dolayısıyla Matrix evrenini kavramak amacıyla gerekli tüm bilgileri elde etmek için danışılacak tek bir kaynak ya da metin bulunmamaktadır.

2- Transmedya hikâye anlatımı, medya konsolidasyonunun ekonomisini veya endüstri gözlemcilerinin “sinerji” dediği şeyi yansıtır. Modern medya şirketleri yatay olarak bütünleşmiştir. Bir medya şirketi, markasını yaymak ya da franchise’larını mümkün olduğu kadar çok farklı medya platformlarında yayma konusunda güçlü motivasyona sahiptir. Örnek olarak “Batman Begins” ve “Superman Returns” filmlerinin vizyona girmesinden önce filmdeki kurgusal karakterlerin yaratıcısı olan Amerikalı çizgi roman yayıncısı DC Comics’in (bu filmleri yayınlayan stüdyo Warner Bros’un alt kuruluşudur) yayınladığı çizgi romanları aklınıza getirin. Bu çizgi romanlar, izleyenlerin filmle ilgili deneyimini geliştirmenin yanı sıra yayınlanacak filmleri duyurmayı ve izleyicinin seyir zevkini arttıracak olan arka hikâyeyi de açığa çıkarıyorlardı.

3- Transmedya hikâyeleri çoğu zaman, bireysel karakterlere ya da belirli olaylar dizisinden ziyade birbiriyle ilişkili birçok karaktere ve onların hikâyelerini devam ettirebilecek karmaşık kurgusal dünyalara dayanır. Bu dünya kurma süreci hem izleyiciler hem de yazarlarda ansiklopedik bilgi arama dürtüsünü teşvik eder. Bu, klasik olarak inşa edilmiş anlatılardan çoğunda oyunun sonunu tahmin edebildiğimiz hikâyelerden daha farklı bir zevk verir.

4 Çapraz medya

5 Çoklu platformlar

6 Karma medya

7 İntermedya

8 Metinlerarası meta

9 Transmedyal dünyalar

10 Transmedyal etkileşimler

4- Uzantılar (eklentiler) farklı fonksiyonlara hizmet edebilir. Örneğin BBC, televizyon için yeni bir bölüm üretmeden neredeyse on yıl boyunca Doctor Who serisine olan ilgiyi radyo dramalarını kullanarak korudu. Uzantı karakterlere ve onların motivasyonlarına dair içgörü sunabilir, kurgusal dünyanın bazı yanlarını ayrıntılarla anlatabilir veya devam serilerinde anlatılan olaylar arasında köprü kurabilir (Star Wars II ve III arasında geçen zaman için köprü görevi görme amacıyla Cartoon Network'ta yayınlanan The Clone Wars animasyon serisi gibi). Uzantı bütün olarak kurguya daha fazla gerçeklik hissi ekleyebilir (Blair Cadısı ile ilişkili sahte belgelerin ve zaman çizelgelerinin üretildiği internet sitesi veya farklı bir şekilde James Cameron'ın belgesel filmlerinin ve CD'lerinin Titanic için tarihsel bağlam sağlaması).

5- Transmedya hikâye anlatma uygulamaları, farklı kitle segmentlerine farklı giriş noktaları oluşturarak potansiyel pazarı genişletebilir. Örneğin Marvel, Örümcek Adam'ın hikâyesini kadınlara ("Mary Jane Örümcek Adamı Seviyor" romantik çizgi roman gibi) veya daha genç okuyuculara (boyama kitapları veya klasik çizgi romanın resimli kitap versiyonu gibi) çekici gelecek şekilde anlatan çizgi romanlar üretir. Ayrıca benzer strateji, izleyicileri alternatif medya platformlarına çekmek için de kullanılabilir. Örneğin ABC kanalında 2004 tarihinde yayınlanan Amerikan televizyon dizisi Desperate Housewives'a (Umutsuz Ev Kadınları) dayanan "Desperate Housewives: The Game" in (Umutsuz Ev Kadınları Oyunu) piyasaya sürülmesi gibi. Bu oyun, dizinin daha yaşlı kadın tüketicilerini oyun dünyasına çekmek için tasarlanmıştır.

6- İdeal olarak her bağımsız bölüm, bütün olarak anlatı sistemine benzersiz bir katkıda bulursa bile kendi koşullarında erişilebilir olmalıdır.

7- Transmedya hikâye anlatımı farklı medya sektörleriyle yüksek seviyede koordinasyon gerektirdiğinden şu ana kadar, aynı sanatçının bir hikâyeyi, medyalar arasında şekillendirdiği bağımsız projelerde ya da aynı şirketin, hikâyenin farklı bölümleri için güçlü iş birliğinin (veya ortak yaratımın) teşvik edildiği projelerde en iyi şekilde çalışmıştır.

8- Transmedya hikâye anlatımı kolektif zekâ döneminde ideal bir estetik formdur. Kolektif zekâ terimi Pierre Levy tarafından bilginin ağ halindeki toplum içerisinde üretilmesini ve dolaşmasını sağlayan yeni sosyal yapıyı ifade etmek için kullanılmıştır. Katılımcılar bilgilerden havuz oluştururken ve sorunları çözmek için birlikte çalışırken diğerlerinin uzmanlığına başvurur. Levy, kolektif zekâ çağındaki sanatın, yeni bilgi toplulukları oluşturmak için benzer fikirlere sahip bireyleri bir araya getirerek, kültürel bir cazibe merkezi işlevi gördüğünü öne sürer. Transmedya anlatıları aynı zamanda bilgi üretimi, değerlendirme ve arşivleme ile metinsel aktivatör olarak işlev görür. Örneğin ABC televizyon dizisi Lost'un ikinci sezon ortalarındaki bir bölümde derin bir harita görüntüsü gösterildi. Dizinin hayranları da adadaki Hanso Şirketinin faaliyetleriyle ilgili tahminlerde bulunulması için görselin dondurulmuş karesini dijitalleştirdi ve internete yükledi. Transmedya hikâye anlatımı, herhangi bir tüketicinin her şeyi bilmemesini ve seri hakkında diğerleriyle konuşmasını sağlayacak şekilde bilgileri dağıtarken belirli bir kurgu hakkında bilinebilecekleri genişletir. Tüketiciler yayılmış bilgilerden uyumlu bir resim elde etmek için farklı anlatımları bir araya getirmek için avcı toplayıcı haline gelir.

9- Transmedya sadece bilgileri yaymaz; okuyucuların hikâyenin yönlerini günlük yaşamlarıyla sahneleyeceğini varsayan roller ve amaçlar da sağlar. Bu edimsel boyutu çocukların kurgu karakterleri veya kostümleri hakkında kendi hikâyelerini yarattığı ve kurgu dünyasına kendilerini sokmak için rol oynama oyunlarına dâhil olduğu aksiyon figürlerinin sunulmasında görebiliriz.

10- Transmedya metinlerinin ansiklopedi bilgisi edinme tutkusu, genellikle hikâyenin gelişmesinde boşluklar veya aşırılıklar olarak görülebilecek şeylerle sonuçlanır. Yani tam olarak anlatılamayan potansiyel olay örgülerine veya daha fazlasının ortaya çıkacağı için ipucunu veren ekstra detaylar sunabilirler. Bu nedenle okuyucular bu hikâye unsurları üzerine spekülasyonlarla hikâyeyi detaylandırmaya devam etmek için güçlü teşviklere sahip olur. Bu hayran kurguları (fan fiction), okuyucunun ticari olarak üretilen içerikte keşfettiği "boşluğu doldurma" arzusunu yansıtır ve hikâyenin yeni boyutlara yetkisiz bir şekilde genişlemesi olarak görülebilir.

Transmedya hikâyeciliğinin, kültürün üretimine ve tüketimine dair bir değişim olarak anlaşılması gerektiğini söyleyen Henry Jenkins (2010), transmedya hikâye anlatısının sahip olması gereken özellikleri yedi temel başlıkta toplar. Bu başlıklar şunlardır: 1-Yayılabilirlik-Derinleşebilirlik (Spreadability vs. Drillability). 2- Devamlılık-Çeşitlilik

(Continuity vs. Multiplicity). 3- Dâhil Olma-Çıkartılabilirlik (Immersion vs. Extractability). 4- Dünya Oluşturma (World Building). 5- Dizisellik (Seriality). 6- Öznellik (Subjectivity). 7- Performans (Performance).

1- Yayılabilirlik – Derinleşebilirlik: Yayılabilirlik bir içeriğin (veri parçalarının) anlamlı bir şekilde dağılım sürecini ve içeriğin paylaşılabılır olma becerisi ve seviyesi ile bir kişinin o içeriği paylaşması için motive edici faktörleri ifade eder. Derinleşebilirlik ise bir kişinin gerçekten ilgilerini çeken bir kurguyla karşılaştıkları zaman anlatı uzantısını derinlemesine keşfetme yeteneğidir.

2- Devamlılık – Çeşitlilik: Medya endüstrisi tüm uzantılarda belirli bir hikâyenin maksimum inandırıcılık için süreklilik göstermesini ister ve devam eden uyumu (tutarlılığı) benimser. Çeşitlilik ise aynı hikâyenin farklı mecralarda birçok olası alternatiflerle (hikâyelerinin paralel evren versiyonlarını veya karakterlerinin farklı versiyonlarını) yeniden ele alınmasını ya da tekrar nasıl anlatıldığını ifade eder.

3- Dâhil Olma – Çıkartılabilirlik: Dâhil olma tüketici hikâyenin evrenine girmesi (örneğin tema parkları gibi); çıkartılabilirlik ise hayranların hikâyenin bazı yanlarını günlük yaşam alanlarında uygulamak için kaynak olarak alması, kendi gerçek yaşamına aktarmasıdır (örneğin hediye dükkânından alınan eşyalar gibi).

4- Dünya Oluşturma: Bir hikâyenin içeriğinden yeni bir kurgusal dünya (kurgusal bir coğrafya) inşa edilmesidir. Genellikle hikâyede temel anlatının merkezinde olmayan detaylardan inşa edilen bu dünya, transmedya uzantılarında (farklı mecralarda) hikâye anlatının bitirdiği dünyaya dair daha zengin tasvirler sağlar. Bu uzantılar genellikle dağınık öğelerin yakalanması ve kataloglanması şeklinde hayran davranışlarına neden olur. Örneğin dünyalara güçlü bir şekilde odaklanan kitaplar genellikle haritalar içerir (J. R. R. Tolkien'deki Orta Dünya'nın büyük ölçekli haritası gibi). Bu kitapları okumaktan zevk aldığımız şey, o kurgusal coğrafyayı haritalayarak veya yorumlayarak hâkim olmaktır.

5- Dizisellik: Transmedya hikâye anlatımında dizisellik, anlatı arkını, birden fazla ayrı parçaya bölerek farklı platformlarda yaymayı veya tek bir platformda seriye ayırmayı ifade eder.

6- Öznellik: Özünde öznellik, bir hikâyedeki olaylara birden çok bakış açısından bakmayı ifade eder (yan karakterler veya üçüncü taraflar gibi). Transmedya uzantıları genellikle yeni gözler aracılığıyla merkezi anlatıyı keşfeder. Bu bakış açısı çeşitliliği genellikle hayranların konuşan kişinin kim olduğunu ve kimin için konuştuklarını ele almasına yol açar.

7- Performans: Transmedya uzantıları transmedya anlatısının parçası haline gelebilecek hayranların ürettiği performans katılımlarına yol açar. Bazı performanslar yaratıcısı tarafından davet edilirken bazıları edilmez; hayranlar aktif olarak katılım sağlayacak potansiyel performans alanı arar (Jenkins, 2010).

4. EFSANE BİR AŞKIN ABSÜRT KOMEDİSİ: “LEYLA İLE MECNUN” TELEVİZYON DİZİSİ

Leyla ile Mecnun, ilk bölümü 9 Şubat 2011 tarihinde TRT1 televizyon kanalında yayınlanan absürt komedi türündeki Türk televizyon dizisidir. Eflatun Film'in yapımcılığını üstlendiği, genel yönetmenliğini Onur Ünlü'nün yaptığı dizinin senaryosu ise Burak Aksak tarafından kaleme alınmıştır.¹¹ Dizinin konusu, Arap, Fars ve Türk kültürlerinde önemli bir yeri olan “Leyla ile Mecnun” efsanesine dayanır. Birbirine kavuşamayan iki genç sevdalının aşkının geçtiği bu hikâyede Kays (Mecnun), Leyla'nın aşkından çöllere düşen, gözü gönlü Leyla'sından başka hiç kimseyi görmeyen genç bir mecnundur. Bu öykünün kendisi de, “Kays'ın, sevgilisi Leylâ için söylediği şiirler ile bu şiirlere yapılan yorumlar ve bunlara eklenen bazı söylentilerden meydana gelmiştir” (Levend, 1959: 1 akt:Çeçen, 2015, s.208). Yüzyıllarca farklı kültürlerde dilden dile söylene gelen “Leyla ile Mecnun” hikâyesi “günümüzde bir dünya klasiği olarak tanınmaktadır” (Çeçen, 2015, s. 207). Bu efsaneden yola çıkan dizi, Leyla ile Mecnun aşkını İskender, Erdal Bakkal, İsmail, Yavuz, Ak Sakallı Dede gibi kurgusal yeni karakterler ve onların hikâyeleriyle günümüze göre yorumlayarak tekrar ele almıştır. Dizinin hikâyesi TRT1'in web sayfasında şöyle anlatılır:

“Aynı gün, aynı hastanede dünyaya gelen iki bebek, yatak sayısının azlığından dolayı yan yana yatırılırlar. Ailelerinin ‘doğar doğmaz birbirlerini buldular’ sözü üzerine beşik kertmesi yapılan bebekler, isimlerini de efsane âşıklar Leylâ ve Mecnun'dan alırlar. Aradan 25 yıl geçer. Bir sabah ailesi Mecnun'a durumu anlatır ve Leyla'yı

¹¹ Ayrıca dizinin farklı bölüm ve sezonlarında yönetmen koltuğuna Eyüp Boz ve Murat Onbul da oturmuştur.

istemeye giderler. Mecnun başta bu durumdan rahatsızlık duysa da Leyla'yı görür görmez âşık olur. Onu etkilemek için ne yapacağını bilemeyen Mecnun, bir gece rüyasında aksakallı dedeyi görür. Aksakallı dedenin rüyalarından çıkıp Mecnun'la beraber yaşamaya başlamasıyla da işler karışır" (TRT, 2020).

Leyla ile Mecnun televizyon dizisi, absürt komedi türü başta olmak üzere, romantik komedi, müzikal, fantezi, bilim kurgu, macera gibi farklı türleri içinde barındırması bakımından Türk televizyon tarihinin sıra dışı yapımlarından biri olarak dikkat çeker. Özellikle genç kitlenin ilgi gösterdiği ve internette fenomen haline gelen dizi, TRT1 ekranlarında üç sezon yayımlandıktan sonra, 17 Haziran 2013 tarihinde yayınlanan 103. bölümden sonra ani bir kararla yayından kaldırılmıştır. TRT'nin bu ani kararı, dizi ekibinin 2013 yılındaki Gezi Parkı protestolarına katılmasının neden olduğu düşünüldüğünden dolayı özellikle sosyal medya üzerinden dizinin yayından kaldırılması eleştirilmiştir. O dönem Türkiye gündemini oldukça meşgul eden bu durum sonrası TRT yönetimi, dizinin düşük reytinglerden dolayı yayından kaldırıldığını açıklamıştır (Cumhuriyet, 2013). Dizinin son bölümü 104. bölüm ise 27 Ocak 2014 tarihinde TRT1'de yayınlanmıştır. Leyla ile Mecnun dizisinin finali ise aynı ekibin 25 Ekim 2013 tarihinde Star TV'de yayınlanan "Ben de Özledim" dizisinin ilk bölümünde Burak Aksak tarafından açıklanmıştır. Aksak'ın açıklamalarına göre, hikâyeye, bir trafik kazasında felç geçiren Mecnun'un (Ali Atay) kafasından kurduğu hayal dünyasında geçmektedir. Mecnun'un odasında geçen bu hayal dünyasına göre, Mecnun'un Leyla'sı ilkokulda hiç konuşmadığı platonik aşkıdır. Kızın sadece ismini bilen Mecnun, televizyon ekranında gördüğü kadınları ise hep Leyla'sı (Ezgi Asaroğlu, Melis Birkan) olarak hayal etmektedir. Mecnun'un hayal dünyasında Erdal bakkal tuzluk; İsmail Abi akvaryumundaki Japon balığı, Yavuz pencereden içeriye gölge yapan ağaç dalları; Kaan ilkokuldaki çocukluk arkadaşı, Ak Sakallı Dede ise doktorun Mecnun'a yaptığı aşı, şırıngası esaslıdır.

Internet Movie Database'e (IMDb) göre tüm zamanların en çok beğenilen ilk 50 dizisi arasında yer alan tek Türk dizisi (İHA, 2013) olan Leyla ile Mecnun, aynı sitenin 2020 verilerine göre 85.635 oy üzerinden aldığı 9.1/10 puanla en iyi televizyon dizileri sıralamasında 23. sıradadır (IMDb, 2020). Yayında olduğu 2012 yılında ise 9.2/10 puan elde eden dizinin en iyi televizyon dizileri arasında ilk 10 içerisinde yer almıştır (IMDb, 2012). Bu anlamda Leyla ile Mecnun dizisi, dünyada tanınmış birçok diziyi geride bırakarak en iyi diziler arasında olma başarısı göstermiştir.

Leyla ile Mecnun dizisinin gerçek anlamda popülerleştiği mecra alanı sosyal medyadır. Dizi düşük reytinglere rağmen TRT1'de yayınlandığı günlerde Türkiye ve Dünya TT (Twitter Trendleri) listelerine girerek internet fenomenine dönüşmüştür. Eflatun Film'in sosyal medya sorumlusu Fırat Altun, pazartesi akşamları yayımlanan dizinin her pazartesi akşamında Twitter'da TT listesine girdiğini ve bazen de salı akşamına kadar bu listede kaldığını ifade eder. Altun ayrıca dizinin Dünya TT listesine de defalarca girdiğini vurgular (TimeTürk, 2013). Örneğin dizinin 87. bölümünde dizinin başlamasıyla açılan "#kireçburnuçokalları" hashtag'i kısa sürede hem Türkiye hem de dünyada TT listesine girerek 1. olmuş, uzun süre de dünya gündeminde bir numarada kalmıştır (Star, 2013). Dolayısıyla Leyla ile Mecnun, TRT ekranlarından yayınlanmaya başladığı günden itibaren Türkiye'de ses getiren özel bir yapımlarından biri olarak dikkat çeker: "Türk televizyon tarihine geçen dizinin, bu 'özel olma' durumunu yaratan sebeplerin başında ise 'Leyla ile Mecnun'un 'absürt komedi' gibi Türkiye'deki televizyon seyircisinin alışık olmadığı bir alanda, kendine has dilini yaratmış olmasıdır" (NTV, 2011).

4.1. Hikâyenin Arka Planı

Henry Jenkins'in kavramsallaştırdığı transmedya hikâyeye anlatıcılığında hikâyenin farklı medya araçlarında farklı içeriklerle akması gerekmektedir ama bununla beraber her medya kendi anlatı özellikleriyle hikâyenin gelişmesine katkı vermelidir. Bu bağlamda Leyla ile Mecnun dizisinin arkaik hikâyesi kendi başına transmedyal bir anlatıya sahiptir. Bir Arap efsanesi olan Leyla ile Mecnun anlatısı zamanla farklı kültürlerde farklı içerik ve üslupla gelişim göstermiştir.

"Türk Edebiyatı'nda Leylâ ve Mecnun kıssasına ilk defa Gülşehrî, 1313'te yazdığı Mantıku't-tayr'ında yer vermiştir. Anadolu sahasında bu konuyu mesnevi şeklinde ilk tertip eden ise XV. yüzyıl şairi Şahidî'dir. Şahidî, mesnevisini H.883/M.1478-79 tarihinde tamamladığını eserinin hatimesinde bildiriyor. Türk Edebiyatı'nda birçok şair tarafından kaleme alınan Leylâ ve Mecnun mesnevileri arasında en beğenileni Fuzulî'nindir. O, eserini H.942/M.1535-1536 tarihinde yazmıştır" (Levend, 1959: 108-237 akt: Çeçen, 2015, s. 208).

Leyla ile Mecnun hikâyesi geçmiş zamanlardan günümüze kadar Türk edebiyatında sıklıkla işlenen konular arasında yer almıştır. Cumhuriyet döneminin ünlü Türk romancısı Reşat Nuri Güntekin'in de "Leylâ ile Mecnun" adlı bir eseri vardır. Çağdaş Türk gülmece edebiyatının önemli ismi Aziz Nesin'in halk öyküsü olarak kaleme aldığı Leyla ile Mecnun eseri de yine aynı efsaneyi konu edinmiştir. Bu anlatılarda Leyla ile Mecnun hikâyesi yeni içerikler, motifler ve yorumlarla gelişim göstermiştir. Örneğin "Aziz Nesin, Fuzûlî'ye dayanarak ortaya koyduğu eserinde onun gazellerine yer vermez, ancak bunların yerine kendisi manzumeler yazar. Eserde, başlık olarak bazı bölümleri birleştirir, bazılarını da kısa kısa geçer. Hatta kimi bölümlerin yerlerini değiştirir, kimilerini de geçirir ve eserine almaz" (Yavuz, 2005, s. 67-68). Leyla ile Mecnun hikâyesi aynı zamanda tiyatro oyunlarına, sinema filmlerine de konu olmuştur. Örneğin Duygu Sağıroğlu'nun yönettiği 1972 yapımı "Leyla ile Mecnun" filminin anlatısı klasik Leyla ile Mecnun hikâyesinden oldukça farklıdır. Kadir İnanır ve Fatma Girik'in başrollerinde oynadığı filmde, çocuk yaşta birbirini seven Ali ile Leyla'nın aşkının olay örgüsü, Leyla ile Mecnun efsanesine dayandırılarak ele alınmış olmasına rağmen filmin hikâyesi, Türk kültürüne özgü motifler ve tasavvufi öğeler ile zenginleştirilmiştir. Duygu Sağıroğlu'nun filminden 10 yıl sonra Halit Refiğ'in uyarlamasıyla tekrar beyaz perdeye gelen "Leyla ile Mecnun" (1982) filmi ise içeriksel ve biçimsel olarak hem Leyla ile Mecnun efsanesinden hem de Sağıroğlu'nun hikâyesinden farklı bir anlatıyla ele alınmıştır. Orhan Gencebay ve Gülşen Bubikoğlu'nun başrollerinde oynadığı bu film, Leyla ile Mecnun anlatısından yola çıkarak senaryolaştırılmış olmasına rağmen Orhan Gencebay'ın şarkılarıyla film anlatısı kurgulanmış ve dönemin arabesk film kültürüyle içerikleştirilmiştir. 2011 tarihinde ise Leyla ile Mecnun hikâyesi farklı bir medya aracı olarak televizyon ekranlarında absürt komedi türünde bir televizyon dizisi olarak karşımıza çıkmıştır. Dolayısıyla Leyla ile Mecnun efsanesi her anlatıcının, her mecranın kendi anlatı özellikleriyle günümüze kadar gelişmiş ve yayılmıştır. Leyla ile Mecnun dizisi de kendi hikâye evreninden yola çıkarak kendi anlatı dünyasını oluşturmuş ve transmedyal bir anlatıya dönüşmüştür.

4.2. Transmedya Hikâyeciliği Örneği Olarak "Leyla ile Mecnun" Dizisi

Henry Jenkins'e (2003) göre iyi bir anlatı dünyası, birden fazla karakteri (ve onların hikâyelerini) taşıyabilir, devam ettirebilir ve böylelikle başarılı bir transmedya franchise'ını başlatabilirdir. Bu bağlamda her kesime hitap eden ama özellikle gençler arasında fenomene dönüşen Leyla ile Mecnun dizisi kendisine has üslupla yeni bir anlatı dünyası inşa etmesi ve bu anlatının bir finale sonlandırılmaması, hikâyenin farklı medyalarda akmasına ve bir transmedya franchise'ına dönüşmesine kapı aralamıştır. Ayrıca dizi karakterlerin her birinin çok katmanlı yapısı hikâyeyi zenginleştirdiği gibi hikâyenin transmedyal anlatıya dönüşmesine önemli katkı sağlamıştır. Örneğin sürekli iş arayan ama aslında çok da çalışmak istemeyen İsmail (Serken Keskin), sadece kendi evreni içinde replikleri, renkli ve pullu giysileri, geçmişe dönük "benim büyük dedelerim..." ya da "benim genlerimde var..." gibi geriye dönüşlerle (flash back) canlandırdığı Picasso, Beethoven, W. Shakespeare, Mimar Sinan, Hipokrat, Karacaoğlan ve benzeri karakterleriyle kendi hikâyesini sürekli olarak yenilemiş ve kendi hikâye evrenini oluşturmuştur. Bir diğer örnek ise Erdal Bakkal (Cengiz Bozkurt) karakteridir. Hırslı yapısı, paragözlülüğü, patavatsızlığı, menfaatçiliği ile kötü karakter özellikleri taşıyan Erdal Bakkal'ın, bu kötü karakteristik özelliklerinin saflık, sempatiklik ve sevimlilik duygusuyla işlenmesi, karakteri ilgi çeken ve sevilen bir kişiye dönüştürmüştür. Burak Aksak (2012), "oyuncuların karakterlere kattığı yorumlarla, dizi kendi çölünde kaybolanların hikâyesine döndü" diyerek bu durumu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla dizideki her bir karakter kendi başına ayrı bir anlatı dünyası oluşturur. Bu, Jenkins'in (2007) "transmedya hikâyesi çoğu zaman birbiriyle ilişkili birçok karaktere ve onların hikâyelerini devam ettirebilecek karmaşık kurgusal dünyalara dayanmalı" gerektiğini söylediği durumu yansıtır.

Seyirci ile özdeşlik kuran her bir karakterin nev-i şahsına münhasır özelliği bu anlamda dizinin özel bir seyirci kitlesi kazanmasını sağlamıştır. Ayrıca Leyla ile Mecnun tipi küfür ve beddua jargonunun oluşması, sigara yerine sakız çiğnenmesi, meyhane yerine manava gidilmesi, içki yerine üzüme düşülmesi gibi klişeden uzak, alışık genel anlatı kalıplarının dışına çıkılması, dizinin izleyiciyle kurduğu ilişkiyi daha çok güçlendirmiştir. Asu Mora (2013), Türkiye de daha önce Asmalı Konak, İkinci Bahar gibi "fenomen" kabul edilebilecek diziler görüldüğünü söyler ama hiçbirinin fantastik dünyasının "Leyla ile Mecnun" kadar seyirciyi etkilemediğini belirtir: "RTÜK'e takılmamak adına, kahramanlarımız efkalandıkça 'eriğe, incire, üzüm'e dalarlardı. Sigara içmez sakız çiğnerlerdi, 'kapalı alanda sakız çiğnemek' yasaktı. Saat 10'dan sonra meyve satışı da yapılmazdı... Küfürleri 'damacana', 'duş perdesi' gibi 'bip'lenemez türdendi" (Maro, 2013). Ayrıca karakterlerle birlikte edebiyat, resim, şiir, heykel, sinema, tiyatro gibi farklı sanatsal konulara dizi içinde yapılan göndermeler dizi anlatısını zenginleştirmiştir. Bu

bağlamda Yavuz karakterinin (Osman Sonant) parçalarını okuduğu roman ve şiirler sosyal medyada gündem olurken; online kitap satış mağazalarında “Leyla ile Mecnun’un Selam Durduğu Edebiyatçılar” (Bozkurt, 2018) başlıklarıyla bir pazarlama unsuruna dönüşmüştür.

“Leyla ile Mecnun” sırf göndermeleri için adına sayısız site, blog açılmış bir dizi. Daha birinci bölümde Erdal Bakkal’ın vitrininde yazan “Otomatik Portakal”la, Leyla’nın elindeki “Dublörün Dilemması” kitabıyla ilk sinyalleri vermişti. Ya da camiye giden esnafın yazdığı nottaki Attila İlhan şiiriyle (Belki gelmem, gelemem, beş dakika bekle git). Bir kısım izleyici diziyi sadece göndermeleri keşfetmek için bulmaca çözer gibi izledi. Bakıyordun, Yavuz bir Cemal Süreyya şiiri okuyordu ya da Sait Faik’in “Hişt Hişt” öyküsünden bir bölüm... Ya da Sezai Karakoç’un “Şahdama”ından iki dize... Sadece şiire, edebiyata değil, gündelik hayata, popüler kültüre dair de sayısız göndermeleri oldu dizinin. Çiçek Abbas’lar, Tatar Ramazan’lar, Emrah, Ferdi Tayfur, Zeki Müren filmleri, Kayahan’lar, Dr. House’lar, “Altıncı His”ler, Karate Kid’ler, kimler gelip geçmedi dizinin fantastik dünyasından...” (Maro, 2013).

Leyla ile Mecnun dizisinde aynı zamanda güncel ülke gündemine dair eleştirel göndermeler sıklıkla yapılmıştır. Örneğin AVM tartışmalarının yoğun olduğu bir dönemde Erdal Bakkal’ın, “Benim kalbim İstanbul gibidir biliyor musun? Fethi zor Fatih’i tek ve sen bu kalbin tek Fatih’i olmak yerine ona marketler dikiyorsun, AVM’ler dikiyorsun, oteller dikiyorsun, bu güzelim kalbimin içine ediyorsun.” demesi ya da bir sahnede “Banka soyduk adamlar içeri almadılar,” “o zaman kitap yazalım!” sözleri yayımlandığı dönemdeki haberlerde gündem olmuştur (Oda Tv, 2013; Haberler, 2013; Son Dakika, 2013). Dizide kötü belediyeçiliğe vurgu yapmak adına dizide açılan ve kapatılmayan bir çukur gösterilerek, “Sen belediye misin, açtığın çukuru kapatmadan basıp gidiyorsun?” da olduğu gibi birçok kamu kurum ve kuruluşu da eleştirilmiştir. Bu eleştirilerden biri de dizinin kendi yayın kanalı TRT1’e yapılmıştır. Yüksek gelen elektrik faturasına göz gezdiren Erdal Bakkal, yüzde 2’lik TRT payını görünce, “yuh arkadaş, ben TRT izlemiyorum, ben seyretmiyorum arkadaş TRT, vermem ben, ...para kolay mı kazanılıyor” diyerek isyan etmiştir. Sahnenin devamında ise TRT’ye itiraz etmeye giden Erdal, odanın birinde bir TRT yöneticisinin, masa etrafında elleri kolları bağlı yapımcılara karşı, “Burada birtakım kurallar var. Bundan sonra yapacağınız dizilerde oyuncularınız ‘lan’ diyemez, ‘inek’ diyemez, ‘eşek’ diyemez, yeri geldiğinde ‘at’ diyebilirler, ‘kuduz’ diyebilir.” sözlerini işittikten sonra “pardon,” diyerek odadan çıkmıştır. Ayrıca kadına karşı şiddet, medya, eğitim, işsizlik, trafik, gelir dağılımındaki dengesizlik, çevre gibi birçok konuda (bazen kameraya bakılarak, bazen de alt metinlerle) eleştiriler yapılmış ve mesajlar verilmiştir. Bu bağlamda “Leyla ile Mecnun” dizisi kendine özgü has bir dünya oluşturmuş ve hayranlarını da bu dünya içinde devinimleştirmiştir. Böylelikle dizi Jenkins’in transmedya hikâye anlatısına uygun içerik özelliklerini sağlamıştır.

Leyla ile Mecnun dizisinin yaratıcılarından Burak Aksak’ın dizinin bitmesinden beş yıl sonra kaleme aldığı, diziyi aynı adı taşıyan “Leyla ile Mecnun” kitabı, transmedya hikâye anlatısı uygulamasının önemli bir örneğidir. Küsürat yayınları tarafından 2018 yılında basılan kitabın tanıtım yazısındaki “Aynı gün aynı hastanede doğmalarıyla başladı her şey. Bir hayatın birden fazla kez yaşanabileceğinin ve yarım kalmış her hikâyenin tamamlanmaya muhtaç olduğunun bir kanıtıydı onlar. Peki, Mecnun bu sefer Leylasına kavuşabilecek mi? Yoksa yine çölde mi açacak gözlerini? Çünkü o çöl çaresiz âşıkların son durağıdır” (Aksak, 2018) ifadelerden de anlaşılacağı üzere kitabın konusu dizideki hikâyenin bir devamıdır. Kitabının yazarı Aksak, “Senaryoyu yazarken ‘şuraya bağlasam’ dediğim bir final vardı, dizi düşündüğüm finalle bitmedi, kitapta o finali yaptım” (Birgün, 2018) sözleriyle bu durumu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla Leyla ile Mecnun kitabı, dizinin bilinen finalinden farklı bir hikâye evreni inşa ederek, hikâyenin devamını ve genişlemesini sağlamış, okuyucusuna (anlatının takipçilerine) yeni keşifler ve deneyimler sunmuştur. Jenkins (2016, s. 43), transmedya hikâyeciliğinde “kurgusal bir dünyayı bütünüyle deneyimlemek için tüketicilerin avcı ve toplayıcı rolüne bürünmesi, medya kanalları arasında hikâyenin parçalarının izini sürüp bulması” gerektiğini söyler. Bu bağlamda kitabın 2018 yılında en çok satan ve okunan kitaplar arasında yer alması (Nurşah, 2019) dizi hayranlarının halen hikâyeyi takip ettiğini ve farklı mecralarda izini sürdürdüğünü ortaya koymaktadır.

Dizinin transmedyal hikâyeciliği bağlamında diğer bir uygulama örneği ise dizinin başlamasından sonra dizi ekibi tarafından “Leyla the Band” müzik grubunun kurulmasıdır. Vokalde Ali Atay, davulda Onur Ünlü, basgitarıda Serkan Keskin, klavyede Osman Sonant, gitarda Fırat İkisivri, perküsyonda Sarp Aydınoğlu, klarnette Sarper Aksoy’un yer aldığı bu grubun ilk video klibi ise ‘Yokluğunda’ adlı parçadır. Dizinin çekim mekanlarını Mecnun’un

evinde çekilen klip, “Leyla the Band” grubunun resmi sosyal medya hesapları Youtube, Soundcloud, Instagram, Twitter, Facebook’da yayınlanmış ve sadece Youtube üzerinden 145 milyondan fazla izlenmiştir. Aynı zamanda bu klip, 2013 yılında Türkiye’de Youtube üzerinden en çok izlenen video klip olmuştur (Milliyet, 2013). İlk konserini Jolly Joker İstanbul’da 21 Mayıs 2013 günü düzenleyen grup, en kalabalık konserini ise on bine yakın kişiye Küçükçiftlik Park’ta “Leyla ile Mecnun’a Veda ve Ben de Özledim’e Merhaba” adıyla 16 Eylül 2013 tarihinde gerçekleştirmiştir (Medyatava, 2013).

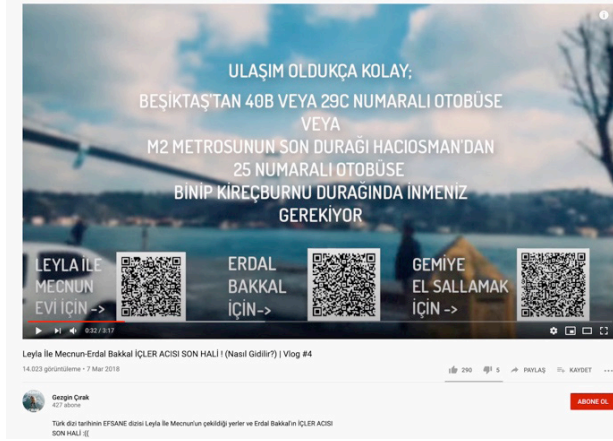


Şekil 1. “Ben de Özledim” Dizisinin Tanıtım Afişi. Kaynak: (Ben de Özledim, 2013).

Leyla ile Mecnun dizi hikâyesinin video anlatıları üzerinden Youtube ve Vimeo gibi video web siteleri üzerinden devam eden akışı, transmedyal hikâyeciliği uygulamasının diğer bir örneğidir. İzleyicilerin hikâyeye katılım göstererek dâhil olduğu bu önemli mecralarda, diziden alınıp yüklenen kısa video parçalarının yanı sıra dizi bölümlerinden kurgulanarak oluşturulan yeni video parçalarını da görmek mümkündür. Sadece Youtube arama motoruna Leyla ile Mecnun yazıldığında diziyi konu alan, izlenme sayısı yüksek sayısız video ile karşılaşmaktadır. Arama motorunun filtre özelliği kullanılarak yükleme tarihine göre sıralama yapıldığında ise kullanıcıların halen Leyla ile Mecnun dizisi ile bağlantılı yeni videolar yüklediği görülmektedir. Örneğin yüklenen yeni videoların birinde TRT1’in 7 Ocak 2020 tarihinde yayınlanan “Tutunamayanlar” adlı diziyi, “Leyla ile Mecnun” arasında bağlantılar kurularak yeni anlatılar oluşturulduğu görülmüştür. Buna göre 1,34 milyon abonesi olan Vibio adlı Youtube kanalında yayınlanan “Tutunamayanlar Dizisi Aslında Ne?” videosunda TRT1’in yeni dizisi ele alınırken, Leyla ile Mecnun dizisinden kurgulanan özel parçalar anlatıyla birlikte sunulmuştur (ViBio, 2020). Dizinin hayranları aynı zamanda, dizinin müziklerini diziye özgü görüntüler ya da bağımsız içerikler ile birlikte video kanallarına yüklediği görülmüştür. Bu videolar arasında dizinin müziklerini farklı müzik aletleriyle seslendiren birçok kişi de vardır. Youtuber ve Vlogger’lar da dizi anlatısını zenginleştiren videolar hazırlamışlardır. Örneğin Resim 1’deki Sancak Sönmez “sancaksonmez” adlı Youtube kanalında paylaşılan videoda, dizinin çekildiği Kireçburnu sokakları detaylı olarak gezilerek diziye ait izler takip edilmiş, seslendirmeler, canlandırmalar ve dizi müzikleri eşliğinde video kurgulanmıştır (Sönmez, 2016). Resim 2’deki Gezgin Çırak adlı Youtube kanalında paylaşılan videoda ise dizinin çekim mekânlarına nasıl gidileceği dijital uygulamalar eşliğinde anlatılmıştır (2018). Başka bir kanalda ise dizinin çekim mekânları Google haritalar üzerinden özgün metinlerle gezinti yapılarak sunulmuştur (Nümismatik TV, 2018). Dijital platformlar sayesinde birçok kişiyle paylaşılan bu tür duygusal içerikler, hikâye anlatı evrenini zenginleştirerek genişletmiş ve dizinin hayran kitlesine yeni keşifler ve deneyimler sunarak hikâye evrenine aktif katılımı sağlamıştır.



Şekil 2. Sancak Sönmez'in Youtube Videosundan Bir Kare. Kaynak: (Sönmez, 2016).



Şekil 3. Gezgin Çırak'ın Youtube Videosundan Bir Kare. Kaynak: (Çırak, 2018).

Leyla ile Mecnun dizisi izleyicilerin günlük gezilerle ziyaret ettiği Sarıyer'deki Kireçburnu semtini de popülerleştirmiştir. Dizi hayranlarının bu gezilerle dizinin çekildiği mekânları ziyaret etmeleri, izleyicilerin hikâye evrenini gezme ve hikâyenin sınırları ötesine gitme isteğini göstermesi bakımından transmedya anlatı özelliklerinden “dâhil olma-çıkartılabilirlik” ve “derinleşebilirlik” uygulamalarını yansıtmaktadır. Örneğin İsmail abinin el salladığı Kireçburnu sahili, dizi hayranları tarafından en çok ilgi gören yerlerden biri olmuştur. Burada fotoğraf çekilip sosyal medya hesaplarından paylaşan, etkileşimler kuran kişiler hikâyeyle ilişki kurmuş, hikâyeyle derinleşmiş ve böylelikle dizi evreninin içine kendi anlatılarıyla dâhil olmuşlardır. Ziyaret deneyimleri ile tanılaştırılan bu anlar sosyal medyadan çevrimiçi paylaşılmakta ve mekânların güncel durumları paylaşılan “story”lerle bilgiselleştirilerek, takipçilerle etkileşim ortamı oluşturulmaktadır. Bu etkileşim ortamı hikâyenin güncel kalmasını bu bağlamda da transmedyal bir özellik göstermesini sağlar. Hayranların dizi hikâyesinde “tamamen keşfedilemeyen veya tüketilemeyen merak uyandırıcı” (Jenkins, 2016, s. 171) ortamları ziyaret edip, bu ortamları yorumlarla açıklaması dizinin kurgusal evrenini de genişletmektedir. Ayrıca kurgusal dünyadan çıkan gerçek mekânları ziyaret etme isteği, dizinin seyircileri kurmuş olduğu simgesel duygusal bağı da ortaya koymaktadır. Pratten, transmedya hikâyeciliğinin özünde seyircileri anbean duygusal bir yolculuğa çıkardığını söylemektedir (2015, s. 2). İzleyicilerin dizi mekânlarını ziyaret etmesi bu anlamda hikâye evrenine yapılmış duygusal bir yolculuktur. Hikâyeyle kurulan bu türdeki duygusal bağ transmedyal anlatıların temel özelliklerinden birini oluşturmaktadır.

Dizi mekânlarının izleyicilerde kurmuş olduğu duygusal bağ siyasilerin de dikkatini çekmiştir. 2019 seçimlerinde Saadet Partisi Sarıyer Belediyesi Başkan adayı Davut Tepeyurt, Twitter üzerinden yaptığı “O gemi gelsin diye...” ve “Çay erdal bakkalda içilir” paylaşımlarıyla dizinin hayranlarına ulaşmaya çalışmıştır. Benzer yaklaşımı Netflix'in

Erdal Bakkal emojili “Dünyanın bu emojiye ihtiyacı var” tweetinde de görmek mümkündür. Netflix, Leyla ile Mecnun dizisini kataloglarına katmasını sosyal medyada gündem olan¹² “#LeylaileMecnun” hashtag paylaşımıyla duyurmuştur. Netflix böylelikle popüler bir karakter üzerinden hem kendi reklamını yapmış hem de dizinin hayran kitlesine ulaşmaya çalışmıştır.



Şekil 4. Davut Tepeyurt’un ve Netflix Türkiye’nin Twitter Paylaşımları. Kaynak: (Tepeyurt, 2019) (Netflix, 2016).

Leyla ile Mecnun dizisinin dolaştığı başka bir mecrada bilgisayar oyunlarıdır. Bu anlamda en dikkat çeken ise dizinin hayranlarından olan Minecraft oyuncusu Burak Ünal’ın Leyla ile Mecnun dizisinin çekim mekânlarını Minecraft’a harita olarak eklemesidir. Ünal’ın kendi Youtube kanalında paylaştığı videoda, Minecraft haritası üzerinde Erdal Bakkal’ın dükkânı, Mecnun’un evi, Kireçburnu sahili gibi dizinin önemli tüm mekânları oyuna yerleştirilmiştir (2018). Transmedya hikâyeciliğinde her bir ortamın temel hikâyeye ilişkili yeni bir deneyim sunması ve bu deneyimin kendine has anlatı özellikleriyle desteklemesi gerekmektedir. Bu bağlamda Leyla ile Mecnun dizisinin hikâye evreninin Minecraft oyununa örneklenmesi “tüketiciler üzerinde yeni talepler yaratan, aktif katılıma bağlı” (Jenkins, 2016, s. 42) yeni bir deneyim alanı sunmaktadır.



Şekil 4. Burak Ünal’ın Minecraft Oyunundan Görüntüler. Kaynak: (Lilemminecraft, 2018).

Kullanıcılarına çok yönlü kullanım alanı sunan sosyal medya transmedya anlatımlarının da önemli bir akış ortamıdır. Kullanıcıların duygu ve düşüncelerini aktarabildiği, görüş, yorum ve tartışmalarla aktif bir katılım gösterdiği sosyal medya ortamlarında hikâyeler, aynı anda çok yönlü olarak birçok kişiye hızla ulaşabilmekte ve tüketilmektedir. Bu bağlamda TRT1 kanalının resmi sosyal medya hesaplarından da dizinin içeriği hakkında hikâyeler yayın akışı içerisinde paylaşılmış ve izleyiciler ile aktif bir süreç gerçekleştirilmiştir. Örneğin, dizinin şarkılı sahneleri (Eksik bir şey, İstersen vb. klipler) televizyonda yayınlanırken, ekranın alt bandına yansıyan “Bu klipleri Facebook sayfamızdan izleyebilirsiniz” yazısıyla paylaşılmış ve izleyicilerle doğrudan etkileşim kurulmuştur. 12 Netflix, Twitter’deki bu paylaşımı detaylandırmadığı için Leyla ile Mecnun dizisinin Netflix üzerinden devam edileceği düşünülmüş, dizinin hayranlarını heyecanlandıran bu durum da sosyal medyada gündem olmuştur.

Dizinin takipçileri de bu paylaşımların altına kendi düşünce, yorum ve deneyimlerini katarak anlatıyla birebir etkileşim içine girmişlerdir. İzleyicinin aktif bir katılım göstererek dâhil olduğu bu tartışma ortamları aynı zamanda hikâye evrenini sosyal medya üzerinden geliştirmiş ve yaygınlaştırmıştır. Ekşi Sözlük, Uludağ Sözlük gibi katılımcı web sitelerinde Leyla ile Mecnun dizisi hakkında birçok başlık ve yorumların açılmış olması bu durumu ortaya koymaktadır. Bu web sitelerinde “leyla ile mecnun tipi küfürler,” “leyla ile mecnun tipi beddualar,” “leyla ile mecnun gönderme tespit timi” gibi başlıklarla açılan birçok konu altında kullanıcıların yorum ve tartışmaları görülmektedir. Ayrıca dizi karakterlerinin isimleri adına da açılan çokça başlıklar vardır. Örneğin Ekşi Sözlük’te sadece “Erdal Bakkal” başlığı altında 30.05.2011 tarihindeki ilk yorumdan 20.02.2020 tarihinde atılan son yoruma kadar toplamda 35 sayfalık yorum yazılmıştır (Ekşi Sözlük, 2020). Farklı dijital platformlarda hikâyenin bu şekilde çoğalması ve takip edilmesi, çevrimiçi tartışma gruplarının oluşması, tüketicinin hikâyeye zaman ayırıp çaba göstermesi transmedyal anlatılardaki katılımcı kültürü yansıtmaktadır. Hazboun’a göre “Transmedyada izleyiciler, büyüyen bir katılımcı kültürün parçalarıdır. İzleyiciler, aynı zamanda etkileşimde bulunan, yorum yapan, içeriğin gidişatının belirlenmesine yardım eden, cevaplar arayan kişilerdir” (akt:Duğan, 2018, s. 199). Katılımcı kültür bağlamında izleyicinin hikâyeye evrenine dâhil olma isteğini ortaya koyan göstergelerden biri de dizi anlatısı üzerinden üretilen Caps’lerdir. Bu Caps’ler, hikâyenin sosyal medya üzerinden akışını hızlandıran önemli içerikler olarak dikkat çeker. Bazen dizideki film repliklerinden birebir alıntılar şeklinde bazen de dizi karakterlerinin ağzından söylenen ifadelermiş gibi üretilen bu Caps içerikleri halen üretilmekte ve sosyal medya platformlarında paylaşılmaktadır. Anlatı evreninin sürdürülebilirliğini ve hikâye evrenine katılımını ortaya koyan bu tür içeriklerin halen paylaşılıyor olması izleyicinin hikâyeye olan duygusal bağlılığını göstermesi adına da önemlidir.



Şekil 5. İnternet Ortamında Paylaşılan Bazı Caps’ler. Kaynak: (Yetkin, 2014).

Katılımcı kültür bağlamında dizi karakterlerinin sosyal medya üzerinden açılan parodi hesapları transmedyal anlatı özelliklerini ortaya koymasından dikkat çekicidir. Dizi hayranlarını hikâyeye etkileşim içinde tutan bu parodi hesaplar aynı zamanda hikâyenin farklı platformlarda akışını sağlamaktadır. Resmi hesapların yanı sıra takipçi sayısı yüksek olan bu parodi hesaplardan diziyeye özgü ya da günlük meseleler hakkında yapılan paylaşımlar, sosyal medyada çokça beğenilmekte ve paylaşılmaktadır. Sadece Twitter’daki parodi hesaplardan İsmail Abi “@ismailabimm”¹³ hesabının 825 bin, Mecnun Çınar “@mecnuncinariniz”¹⁴ hesabının 97,9 bin takipçisi vardır. Instagram’da ise “leylailemecnunx”¹⁵ adlı hesabının 128 bin, “leylailemecnunizm”¹⁶ adlı fan sayfasının ise 66,8 bin takipçisi vardır. Bu hesapların haricinde ayrıca aynı platformlarda benzer isimlerle açılmış takipçi sayısı yüksek başka parodi hesapları da bulunmaktadır. Diğer sosyal medya platformlarını da düşünürsek bu fan sayfalarının etkileşim alanının oldukça büyük olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca hayranlar kişisel sosyal medya hesaplarından diziyeye ilişkin içerikler paylaşmaya devam etmektedir. Örneğin Koronavirüs (Covid-19) pandemisi nedeniyle karantina günlerini evinde geçiren Türkiye’deki sosyal medya kullanıcıları, güncel meseleler ve ruh halleri hakkındaki paylaşımlarında Leyla ile Mecnun dizisinden üretilen içerikleri sıklıkla kullandığı görülebilmektedir. Bu anlamda güncel bir örnek ise 10 Nisan 2020 akşamı Türkiye’de hafta sonu uygulanacak sokağa sıkma yasağını öğrenen insanların alışveriş için bakkallara akın etmesidir. Bu konu hakkında birçok sosyal medya kullanıcısı Erdal Bakkal karakteri üzerinden ve “#erdalbakkal” etiketiyle paylaşımlar yapmışlardır.

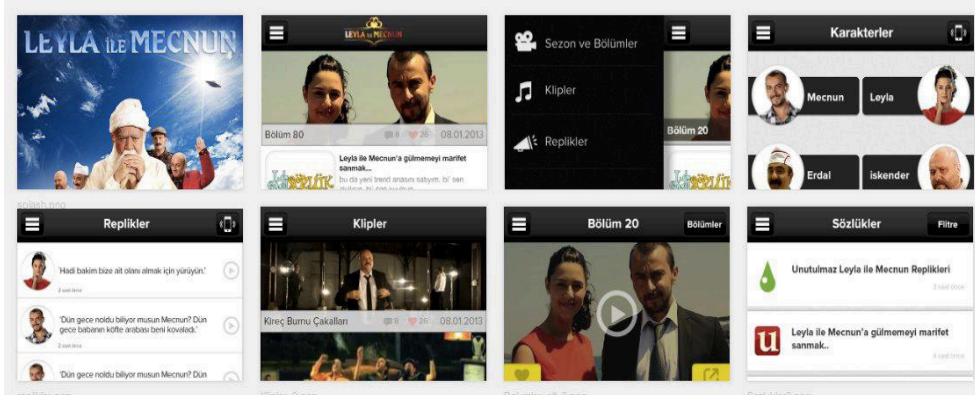
13 <https://twitter.com/ismailabimm?lang=tr>

14 https://twitter.com/mecnuncinariniz?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor

15 <https://www.instagram.com/leylailemecnunx/?hl=tr>

16 <https://www.instagram.com/leylailemecnunizm/?hl=tr>

Leyla ile Mecnun hikâye anlatısının bloglar, web siteleri ve uygulamalar yoluyla da devam ettiği görülmektedir. Hayran gruplarının açmış olduğu “www.leylailemecnundizii.blogspot.com” ya da “www.leylailemecnun.web.tv” gibi web sitelerinde dizi hakkında bilgiler paylaşılmakta ve izleyiciler buralara aktif katılım sağlayabilmektedir. Aynı zamanda dizinin Android ve iOS için yapılmış ücretsiz indirebilen mobil uygulaması da vardır. İzleyicilerin yorum ve sohbetleriyle aktif katılım sağladığı bu uygulamada dizi bölümlerinin yanı sıra dizi hakkında yapılmış röportajlar, ek videolar (100. bölüm senaryo toplantısı gibi) gibi diziden bağımsız içerikler paylaşılmıştır. Bu tür uygulamalar ve web siteleriyle hayranlar hikâye evreninde gezinti yapmaya ve araştırmaya devam etmektedir.



Şekil 6. Leyla ile Mecnun Dizisinin Mobil Uygulaması. Kaynak: (Eflatun Proje Ofisi, 2013).

Dizi hikâyesinin geleneksel ve dijital platformlar dışında farklı ortamlarda da akış göstermeye devam etmiştir. Bu anlamda en dikkat çeken anlatılar diziyle ilgili yazılmış duvar yazılarıdır. İzleyicilerin hikâyeye gerilla usulü katılım sağlaması olarak açıklayabileceğimiz bu duvar yazıları, gündelik yaşamın içinde kendilerine yer edinmişlerdir. Bu bağlamda diziyeye ait ya da dizi ile bağlantılı özgün birçok içeriğin sokak duvarlarına işlendiği görülmektedir: “Leyla ile Mecnun izleyin, kitap okuyun, çay için,” “Ne sen Leylasın ne ben Mecnun,” “Kesse Leyla bileğini, Mecnun kanardı,” “Ben seninle beraber Leyla ile Mecnun izleme ihtimalini sevdim” (Sanal Kaşif, 2019). Özellikle birçok kişi için farklı çağrışımlarıyla metaforik bir anlama sahip olan “O gemi bir gün gelecek” sözleri duvar yazılarında popüler bir anlatıya dönüşmüştür. Kanal D’de yayınlanan “Poyraz Karayel” adlı televizyon dizisinin 50. bölümünde “O gemi bir gün gelecek” duvar yazısının yer alması bu popüleriteyi ortaya koymaktadır. Bu bağlamda Leyla ile Mecnun dizisinin anlatı evreni farklı hikâyelerin anlatılarıyla ilişkilendirilerek yeni anlatılara kapı aralamıştır.



Şekil 7. Poyraz Karayel Dizisinin 50. Bölümündeki Duvar Yazısı.

Leyla ile Mecnun hikâye evreninden yararlanan ve iki anlatı arasında ilişki kuran bir diğer dizi “Ben de Özledim” dizisidir. Leyla ile Mecnun dizisinin oyuncu ve ekibi, TRT1’den ayrıldıktan kısa bir süre sonra Star TV’de Ben de Özledim adıyla yeni bir dizi çekmişler ve bu dizinin birçok sahnesinde Leyla ile Mecnun’a atıf yapılarak iki dizi arasında bağlantı kurmuşlardır. Benzer bir örnek “Behzat Ç Bir Ankara Polisiyesi” adlı dizide görülmüştür. 8 Mayıs



Şekil 9.Ot Dergisi'nin 2016 Tarihindeki Okuyucularına Dağıttığı "Leyla ile Mecnun" Konulu Posteri (Solda) ve Derginin 2019 Tarihinde Yayımlanan 78. Sayısının Kapak Resmi (Sağda).

5.Bulgular

Transmedya hikâye anlatıcılığının tarihsel, kavramsal ve kuramsal olarak incelendiği bu çalışmada örnek olay incelemesi olarak Leyla ile Mecnun televizyon dizisi ele alınmıştır. IMDb'de tüm zamanların en iyi dizileri arasında yer alan tek Türk yapımı olan Leyla ile Mecnun dizisi, gelmiş geçmiş Türk dizileri arasında en sıra dışı özelliklere sahip yapımlarından biri olarak dikkat çeker. Dizi, Henry Jenkins'in transmedya hikâye anlatısının sahip olması gereken yedi temel özelliğe göre incelenmiş ve analiz edilmiştir. Bu bağlamda incelenen Leyla ile Mecnun dizisinin, zamanla farklı mecralarda yayılım göstererek transmedyal bir anlatıya dönüştüğü saptanmıştır. Bu bağlamda Leyla ile Mecnun hikâye anlatısı, televizyon, kitap, dergi, müzik, dijital uygulama, oyunlar, web sayfaları, forumlar, sosyal ağlar, duvar yazıları, ticari ürünler gibi farklı geleneksel ve dijital platformlarda akış göstermiş, yayılmış ve hikâye evreni sürekli genişlemiştir. Özellikle dizi karakterlerinin her birinin çok katmanlı kendi anlatı dünyasını oluşturması, hikâyenin transmedyal özellik göstermesini kolaylaştırmış ve bu bağlamda dizi karakterleri üzerinden farklı mecralarda yeni anlatılar inşa edilmiştir. Dizi hayranları da inşa edilen bu anlatılara aktif katılım sağlamıştır. İzleyicinin hikâye evrenine aktif katılımına katkı sunan en önemli etkenin ise dizinin izleyiciyle kurmuş olduğu duygusal bağ olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu bu duygusal bağ katılım kültürünün oluşmasına katkı sunarak, izleyicinin sevdiği karakterleri, mekânları ve onların hikâyelerini gerçek ve kurgusal dünyalarda deneyimlemek için avcı toplayıcı rolüne bürünerek iz sürmesini sağlamıştır. Özellikle sosyal medya etkileşimleriyle kurulan duygusal ilişki hikâyenin internet üzerinden akış göstermesine, zenginleşmesine, genişlemesine neden olmuş ve böylelikle hikâye evrenine giriş yapılmasını kolaylaştırmıştır. Araştırma bulguları, Henry Jenkins'in (2010) transmedya hikâye anlatısının sahip olması gereken yedi temel özelliğine göre şu şekilde özetlenebilir:

Leyla ile Mecnun dizisi TRT1 ekranlarında ve Netflix platformunda seri olarak yayınlanmıştır: Dizisellik.

Leyla ile Mecnun dizisi kitap, müzik, dijital uygulama, oyunlar, web sayfaları, ticari ürünler gibi farklı mecralarda ve farklı alternatiflerle yeniden ele alınmaktadır: Yayılabilirlik; Devamlılık ve Çeşitlilik.

Dizide yer alan bölümlerin, müzik veya kliplerin farklı platformlarda yayılmaları gibi dizi anlatı arkına sahip parçalar anlamlı bir şekilde medyalar arasında dağılım göstermektedir: Yayılabilirlik; Devamlılık ve Çeşitlilik.

Dizinin güncel ve geçmiş bağlantılar sunmasının yanında edebiyat, resim, şiir, sinema, tiyatro gibi farklı sanat dallarına yaptığı göndermelerden oluşan hikayesi, izleyiciye farklı okumalar yaptırarak hikâyenin derinlemesine keşfedebilmesini sağlar: Derinleşebilirlik

Temel olarak birbirine kavuşamayan iki genç aşığı konu alan dizinin, çok katmanlı yan karakterleri, hikâyenin genişlemesine ve hikâyenin zenginleşmesine katkı sunmak suretiyle hikâyedeki olaylara birden fazla bakış açısı kazandırır. Bu durum ise merkezi anlatının keşfedilmesini sağlar: Öznellik.

Dizinin hayran kitlesinin dizide geçen kurgusal mekanları günlük gezilerle ziyaret etmeleri, sosyal medya ve dijital uygulamalarla diziyi sürekli olarak takip etmeleri, “Leyla the Band” müzik grubunun konserine katılım sağlamaları, kendi performanslarıyla dizinin müzik parçalarını seslendirmeleri, dizinin bölümlerinden kurguladıkları videolarla yeni anlatılar oluşturmaları, sosyal medyadan paylaşımlarda bulunmaları vb. eylemlerle dizinin hikâye evrenine dahil olurlar: Dahil Olma; Performans; Öznellik.

Hayranların dizi karakterlerinin giysilerini giymesi, dizi içeriklerinden oluşan ticari ürünleri satın almaları, karakterlere özgü konuşma üslubu benimsemeleri, dizi sözlerinden duvar yazıları oluşturmaları gibi örneklerde olduğu gibi diziye ait içerikleri kendi gerçek yaşamına aktarmaktadırlar: Çıkartılabilirlik; Performans.

Dizide yer alan kurgusal dünyalar hayranlar tarafından yeni anlamlarla dijital platformlarda yeniden inşa edilmiştir. Örneğin Google Haritalar üzerinden dizide geçen kurgusal mekanlar gerçek mekanlar olarak işaretlenmiştir (Google haritada “Mecnun’un evi”, “İsmail abi sahili”, “Erdal Bakkal” araması yapıldığı dizide geçen mekanlar karşımıza çıkmaktadır). Hayranlar bu kurgusal mekanları yeni anlamlar ve yorumlar yükleyerek hikâye evrenine dahil olmaya çalışmışlar ve bu deneyimleri kişisel dijital medya araçlarıyla paylaşmışlardır: Dünya Oluşturma; Dahil olma.

6.TARTIŞMA VE SONUÇ

Transmedya hikâyeciliği, dijital dönemin ilgi gören popüler kavramlarından biridir. Bu kavram üzerine son yıllarda artan akademik yayınların sayısı ve üniversitelerin bölüm müfredatlarına “Transmedya Hikâye Anlatıcılığı” ya da benzeri derslerinin eklenmesi söz konusu bu popülerliği ve ilgiyi ortaya koymaktadır. Dolayısıyla medya alanında okumalar ve çalışmalar yapan kişilerin bu kavramı anlaması ve anlamlandırması günümüz medya ilişkilerini çözümlemesi adına önemlidir. Bu çalışmada transmedya hikâyeciliği kavramı ünlü medya kuramcısı ve profesörü Henry Jenkins’in çalışmalarına odaklanılarak ele alınmış, temellendirilmiş ve açıklanmıştır. Çünkü Jenkins, bu kavramı ortaya atan ve geliştiren ilk kişidir. Bu bağlamda Henry Jenkins’in transmedya hikâye anlatıcılığını konu aldığı tüm çalışmaları bu çalışmada derlenmiştir.

Transmedya hikâyeciliği geleneksel hikâye anlatıcılığına göre çok farklı özellikler göstermektedir. Buna göre, klasik ya da geleneksel anlatılarda tek bir mecrada hikâyeler anlatılırken; transmedya anlatılarında farklı medya platformları kullanılmaktadır. Her medya ortamının kendine has anlatı özellikleriyle yeni içerikler katarak zenginleştiği bu hikâye yapısı, tüketicisine yeni keşifler ve deneyimler sunarak izleyicisini yeni bir eğlence dünyasının içine davet etmektedir. Leyla ile Mecnun dizisinin incelenmesinde de görüldüğü üzere, dizi, farklı medya mecralarını anlatısına dâhil ederek medyalar arası akışkan bir özellik göstermiş, kitlesine yeni bir anlatı dünyası oluşturmuştur. Bu özgü bu dünya, hayran kitlenin sürekli olarak yeni şeyler keşfedeceği ve deneyimleyeceği yeni bir anlatı evrenidir. Dolayısıyla transmedya hikâye anlatımını sadece içeriğin farklı medyalar arasında yayılması olarak görmemek gerekir. Transmedya anlatılarında her bir medya ortamı hikâyenin birer parçasını oluşturmakta ve bütüne katkı sunmaktadır. İzleyici bu anlatı içinde pasif konumdan çıkarak deneyimlediği anlatının içinde aktif bir katılımcıya dönüşmektedir. Bu bağlamda çalışma dijital dönemde aktif katılımcılara dönüşen tüketicilerin bir hikâyeyi takip etmesinin nedenlerini de sıralamıştır.

Transmedya hikâyeciliği kavramı üzerine yoğunlaşmanın artış göstereceği düşünülmektedir. Bunun başlıca nedeni gelişen dijital teknolojilerin medya alanındaki yansımalarıdır. Sürekli olarak yeni medya ve sosyal medya platformları ile tanıştığımız dijital çağda, hikâyeler ve içerik yapıları her yeni anlatı platformuna göre tekrardan oluşturulacak ve uyumlaştırılma sürecine girecektir. Buradan da klasik hikâye çatısı dijital hikâyecilik anlayışı çerçevesinde eğilim gösterecektir.

Türkiye gerek coğrafi konumu gerekse çok eskilere uzanan tarihi bakımında çok zengin bir kültüre sahiptir. Farklı kültür yapılarıyla etkileşimli olarak gelişen Türkiye’nin bu kültürel zenginliği masallar, destanlar, halk öyküleri gibi yüzyıllar öncesine ait sözlü ve yazılı hikâye geleneğinin Türk edebiyatında oluşmasını sağlamıştır. Doğu

edebiyatının önemli klasiklerinden olan “Leyle ile Mecnun” hikayesinde olduğu gibi Türk edebiyatının kültürel zenginliğini yansıtan çok sayıda hikâye bulunmaktadır. Çoğu hikâyenin atıl olarak durduğu Türk edebiyatında, bu hikâyelerin yerli üreticiler tarafından gündeme getirilerek transmedya hikâyeciliği bağlamında tekrar işlenmesi Türkiye’nin kültürel tanıtımına katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Eflatun Proje Ofisi. (2013, Nisan 24). *Leyla ile Mecnun Mobil Uygulama*. Nisan 26, 2020 tarihinde Facebook: https://www.facebook.com/pg/EflatunProjeOfisi/about/?ref=page_internal adresinden alındı
- Çırak, G. (2018, Mart 7). *Leyla İle Mecnun-Erdal Bakkal İÇLER ACISI SON HALİ ! (Nasıl Gidilir?) | Vlog #4*. Nisan 24, 2020 tarihinde Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=Yc_ttRzcbYo adresinden alındı
- Çeçen, M. K. (2015). Fuzulî ile Reşat Nuri Güntekin’in Leylâ ve Mecnun Hikâyelerinin Mukayesesi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(14), s. 207-216.
- Aksak, B. (2012, Nisan 28). *Leyla İle Mecnun: Gönüllerin Dizisi*. (E. Gülcan, Röportaj Yapan) Nisan 17, 2020 tarihinde Biomag Cumartesi: <http://bianet.org/biagog/sanat/137938-leyla-ile-mecnun-gonuller-dizisi> adresinden alındı
- Aksak, B. (2018). *Leyla İle Mecnun*. İstanbul: Küsurat.
- Aykanat, A. (2017). *Minecraft’a ‘Leyla ile Mecnun’ Haritası Geldi!* Kasım 27, 2019 tarihinde <https://www.webtekno.com/>: <https://www.webtekno.com/leyla-ile-mecnun-minecraft-h26357.html> adresinden alındı
- Ben de Özledim. (2013, Ekim 23). *Artık “Leyla ile Mecnun” yok. “Ben de Özledim” var.* Şubat 13, 2020 tarihinde Twitter: <https://twitter.com/bendeozledimtv/status/392985743146373120> adresinden alındı
- Birgün. (2018, Nisan 9). *Burak Aksak: Dizi düşündüğüm gibi bitmedi, kitapta o finali yaptım*. Kasım 22, 2019 tarihinde <https://www.birgun.net/>: <https://www.birgun.net/haber/burak-aksak-dizi-dusundugum-gibi-bitmedi-kitapta-o-finali-yaptim-211309> adresinden alındı
- Bozkurt, A. (2018). *Leyla ile Mecnun’un Selam Durduğu Edebiyatçılar*. Kasım 26, 2019 tarihinde İdefix: https://www.idefix.com/kataloglar/_leyla-ile-mecnunun-selam-durdugu-edebiyatcilar/50434 adresinden alındı
- Cumhuriyet. (2013, Kasım 11). *Arınç açıkladı: Leyla İle Mecnun neden bitti*. Nisan 30, 2020 tarihinde Cumhuriyet: <http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/arinc-acikladi-leyla-ile-mecnun-neden-bitti-5259> adresinden alındı
- Ekşi Sözlük. (2020, Şubat 20). *erdal bakkal*. Mart 16, 2020 tarihinde Ekşi Sözlük: <https://eksisozluk.com/erdal-bakkal--2817326?p=35> adresinden alındı
- Haberler. (2013, Haziran 12). *Erdal Bakkal’dan Gezi Parkı Mesajı*. Nisan 23, 2020 tarihinde [www.Haberler.com](http://www.haberler.com): <https://www.haberler.com/erdal-bakkal-dan-gezi-parki-mesaji-4721737-haberi/> adresinden alındı
- Hanet, O. (2017, Ekim 26). *35.000 Yıllık Mağara Resimleri ve İnsanlığın İlk Animasyonları*. Nisan 27, 2020 tarihinde Wannart: <https://www.wannart.com/35-000-yillik-magara-resimleri-ve-insanligin-ilk-animasyonlari/> adresinden alındı
- İHA. (2013, Mart 27). *Leyla ile Mecnun en iyi 50 dizi arasında*. Mart 28, 2020 tarihinde İMDB: <https://www.ihacom.tr/haber-leyla-ile-mecnun-en-iyi-50-dizi-arasinda-269817/> adresinden alındı
- İMDB. (2012, Şubat 17). *TV Series, Rating Count at least 5,000 (Sorted by IMDb Rating Descending)*. www.imdb.com: https://www.imdb.com/search/title/?num_votes=5000,&sort=user_rating,desc&title_type=tv_series adresinden alındı
- İMDB. (2020, Nisan 17). *TV Series, Rating Count at least 5,000 (Sorted by IMDb Rating Descending)*. Nisan 17, 2020 tarihinde www.imdb.com: https://www.imdb.com/search/title/?num_votes=5000,&sort=user_rating,desc&title_type=tv_series adresinden alındı
- Jenkins, H. (2003, Ocak 15). *Transmedia Storytelling*. Kasım 7, 2019 tarihinde Technology Review: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/> adresinden alındı
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. US: New York University Press.
- Jenkins, H. (2007, Mart 21). *Transmedia Storytelling 101*. Kasım 4, 2019 tarihinde <http://henryjenkins.org/>: http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html?rq=transmedia adresinden alındı

- Jenkins, H. (2010, 21 Haziran). *Transmedia Education: the 7 Principles Revisited*. Kasım 2, 2019 tarihinde <http://henryjenkins.org/>: http://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html adresinden alındı
- Jenkins, H. (2010, Aralık). Transmedia Storytelling and Entertainment: An annotated syllabus. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 24(6), s. 943–958.
- Jenkins, H. (2016). *Cesur Yeni Medya: Teknolojiler ve Hayran Kültürü*. (N. Yeğengil, Dü.) İstanbul: İletişim.
- Jenkins, H. (2016). *Cesur Yeni Medya” Teknolojiler ve Hayran Kültürü*. (N. Yeğengil, Çev.) İstanbul: İletişim.
- Kara, C. (2014, Ocak 19). *Leyla ile Mecnun ve Futurama Karakterlerinin Uzaktan Yakından Alakası*. Kasım 27, 2019 tarihinde <https://onedio.com/>: <https://onedio.com/haber/leyla-ile-mecnun-ve-futurama-karakterlerinin-uzaktan-yakından-alakasi-238216> adresinden alındı
- Karakullukcu, B., & Şahin, E. (2018). Gelenekselden Dijitale Pazarlama 4.0 Bağlamında Transmedya Hikâyeleştirme: Masumiyet Müzesi Örneği. 23. *Pazarlama Kongresi* (s. 259-283). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi.
- Kinder, M. (1991). *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley: University of California Press.
- Koçyiğit, M. (2018). Dijital Çağın İletişim Sanatı: Transmedya Hikayeciliği ve Dijital Halkla İlişkiler. E. Aktan içinde, *Halkla İlişkilerden Reklama Sosyal Medyadan Turizme: Transmedya Hikayeciliği* (s. 217-254). Konya: Literatürk.
- lilemminecraft. (2018, Haziran 11). *Leyla ile Mecnun - Minecraft*. Nisan 26, 2020 tarihinde Twitter: <https://twitter.com/lilemminecraft/status/1006143940049989632> adresinden alındı
- Maro, A. (2013, Ağustos 23). *Leyla ile Mecnun Hakkında Her Şey*. Nisan 17, 2020 tarihinde <https://www.milliyet.com.tr/>: <https://www.milliyet.com.tr/yazarlar/asu-maroleyla-ile-mecnun-hakkinda-her-sey-1754233> adresinden alındı
- Medyatava. (2013, Eylül 17). *‘Leyla ile Mecnun’a Veda Konserine Rekor Katılım!* Kasım 20, 2019 tarihinde <https://www.medyatava.com/>: https://www.medyatava.com/haber/leyla-ile-mecnuna-veda-konserine-rekor-katilim_96263 adresinden alındı
- Milliyet. (2013, Aralık 11). *2013’te YouTube’da en çok ne izledik?* Kasım 20, 2019 tarihinde <http://www.milliyet.com.tr/>: <http://www.milliyet.com.tr/teknoloji/2013te-youtubeda-en-cok-ne-izledik-1805977> adresinden alındı
- Milliyet. (2013, Mayıs 3). *Leyla The Band sahnede!* Kasım 20, 2019 tarihinde <http://www.milliyet.com.tr/>: <http://www.milliyet.com.tr/pembelar/leyla-the-band-sahnede-1702854> adresinden alındı
- Nümismatik TV. (2018, Mart 1). *Leyla ile Mecnun Dizisinin Çekildiği Yerler*. Nisan 24, 2020 tarihinde Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=vnjkKj38Vel> adresinden alındı
- Netflix. (2016, Ekim 15). *Dünyanın bu emojiye de ihtiyacı var*. Ocak 24, 2020 tarihinde Twitter: <https://twitter.com/netflixturkiye/status/787316896727175168> adresinden alındı
- Nişanyan Sözlük. (2020). *Franchise*. Nisan 30, 2020 tarihinde Nişanyan Sözlük: <https://www.nisanyansozluk.com/?k=franchise> adresinden alındı
- NTV. (2011, Mayıs 25). *Saçma sapan bir dizi!* Nisan 4, 2020 tarihinde NTV: https://www.ntv.com.tr/turkiye/sacma-sapan-bir-dizi,d9xvWlkzYkSmj_nVhaYPWg adresinden alındı
- Nurşah. (2019, Ocak 8). *Efsane dizi Leyla ile Mecnun’un kitabı 15. baskıya ulaştı!* . <https://www.diziler.com/>: <https://www.diziler.com/haber/efsane-dizi-leyla-ile-mecnunun-kitabi-15-baskiya-ulasti-18577> adresinden alındı
- Oda Tv. (2013, Mart 27). *Arama Sonuçları Web sonuçları Leyla ile Mecnun dizi ekibi AKP’yi nasıl ti’ye aldı*. Nisan 23, 2020 tarihinde www.odatv.com: <https://odatv.com/leyla-ile-mecnun-dizi-ekibi-akpyi-nasil-tiye-aldi-2703131200.html> adresinden alındı
- Petersen, A. B. (2006). Internet and cross media productions: Case studies in two major Danish media organizations. *Australian Journal of Emerging Technologies and Society*, 2(4), 94-107.

- Pratten, R. (2015). *Getting Started with Transmedia Storytelling A Practical Guide for Beginners*. CreateSpace Independent Publishing Platform (2nd Edition).
- Radikal. (2013, Eylül 12). *Leyla ile Mecnun'a Konserli Veda...* Kasım 20, 2019 tarihinde <http://www.radikal.com.tr/>: <http://www.radikal.com.tr/hayat/leyla-ile-mecnun-konserli-veda-1150478/> adresinden alındı
- Sönmez, S. (2016, Kasım 26). *Leyla ile Mecnun set mekanları - Kireçburnu (Mecnunun evinin içi)*. Nisan 27, 2020 tarihinde Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=YI90ik3n5ko> adresinden alındı
- Sanal Kaşif. (2019, Eylül 9). *Leyla ile Mecnun Severler İçin Duvar Kağıtları*. Nisan 26, 2020 tarihinde Sanal Kaşif: <https://www.sanalkasif.com/leyla-ile-mecnun-severler-icin-duvar-kagitlari/> adresinden alındı
- Scolari, C. A., & Ibrus, I. (2019). Transmedia Critical: Empirical Investigations into Multiplatform and Collaborative Storytelling. *International Journal of Communication*, 1(8), 2191-2200.
- Son Dakika. (2013, Haziran 12). *Erdal Bakkal'dan Gezi Parkı Mesajı*. Nisan 23, 2020 tarihinde www.sondakika.com: <https://www.sondakika.com/haber/haber-erdal-bakkal-dan-gezi-parki-mesaji-4721737/> adresinden alındı
- Star. (2013, Şubat 26). *Leyla ile Mecnun twitter'ı salladı!* Nisan 17, 2020 tarihinde www.star.com.tr: <https://www.star.com.tr/dizi/leyla-ile-mecnun-twitteri-salladi-haber-730869/> adresinden alındı
- Tepeyurt, D. (2019, Mart 20). *"Çay erdal bakkalda içilir. Hiç bir esnafımız ayakta kalmak için belediyede akraba aramayacaktır. Dayınızın da mafya olmasına hiç gerek yoktur."* Nisan 10, 2020 tarihinde Twitter: https://twitter.com/davut_tepeyurt/status/1108373736527400962 adresinden alındı
- Tepeyurt, D. (2019, Şubat 24). *"O gemi gelsin diye..."*. Nisan 10, 2020 tarihinde Twitter: https://twitter.com/davut_tepeyurt/status/1099654254405525504 adresinden alındı
- TimeTürk. (2013, Mart 19). *Twitter Çetesi*. Nisan 17, 2020 tarihinde www.timeturk.com: <https://www.timeturk.com/tr/2013/03/19/twitter-cetesi.html> adresinden alındı
- Traxex. (tarih yok). *Leyla ile Mecnun Minecraft'ta*. Haziran 5, 2019 tarihinde <https://www.progamertr.com/>: <https://www.progamertr.com/leyla-ile-mecnun-minecraftta/> adresinden alındı
- TRT. (2020). *Leyla ile Mecnun*. Ekim 3, 2019 tarihinde TRT1: <https://www.trt1.com.tr/arsiv/leyla-ile-mecnun> adresinden alındı
- Uçar, T. F. (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkılap.
- Uenal, B. (2018, Nisan 12). *Kireçburnu Sahili (Leyla ile Mecnun) - Minecraft*. Kasım 27, 2019 tarihinde <https://www.youtube.com/>: <https://www.youtube.com/watch?v=4LITDr8Ccl4> adresinden alındı
- Uenal, B. (2018, Nisan 18). *Kireçburnu Sahili (Leyla ile Mecnun) - Minecraft*. Ocak 14, 2020 tarihinde Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=4LITDr8Ccl4> adresinden alındı
- ViBio. (2020, Ocak 27). *Tutunamayanlar Dizisi Aslında Ne?* Nisan 24, 2020 tarihinde Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=DsV3YCemIFo> adresinden alındı
- Wikiwand. (2020, Nisan 17). *Leyla ile Mecnun*. Nisan 17, 2020 tarihinde www.wikiwand.com: [https://www.wikiwand.com/tr/Leyla_ile_Mecnun_\(dizi\)](https://www.wikiwand.com/tr/Leyla_ile_Mecnun_(dizi)) adresinden alındı
- Yaren, Ö. (2013). Sinemada Anlatı Kuramı. Z. Özarslan içinde, *Sinema Kuramları-2 Beyaz Perdeyi Aydınlatan Kuramlar* (s. 167-192). İstanbul: Su.
- Yavuz, K. (2005, Aralık). Leyla ile Mecnun Hikiyasinin Edebiyattaki Yeri. *Modern Türklük Araştırmaları Dergisi*, 2(4), s. 57-69.
- Yeni Şafak. (2016, Kasım 13). *Hala Erdal Bakkal'ın Ekmeğini Yiyorum*. Ocak 7, 2020 tarihinde Yeni Şafak Gazetesi: <https://www.yenisafak.com/gundem/hala-erdal-bakkalin-ekmegini-yiyorum-2563296> adresinden alındı
- Yetkin, H. (2014, Ağustos 14). *En Komik 26 Erdal Bakkal Capsi*. Nisan 26, 2020 tarihinde Onedio: <https://onedio.com/haber/en-komik-35-erdal-bakkal-capsi-354506> adresinden alındı
- Zehrâveyn. (2020, Nisan 10). *Kıymetin sonunda bilindi Erdal başkan*. Nisan 30, 2020 tarihinde Twitter: <https://twitter.com/Penceredekiku1/status/1248698562684354561> adresinden alındı

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).