

## LEVENT ERDEN

“Herkes farklı ekranlarda farklı şeyler seyrediyor. İnsanlar aynı zevklere sahip değiller.”

RÖPORTAJ



## YENİ EĞLENCE ANLAYIŞLARI

**TRTakademi:** *Sosyal medya, apple ve anroid uygulamalarla eğlence anlayışımız dijital ortama kaydı. Bugünün insanı yeni bir eğlence tarzıyla hayatını sürdürüyor. Nasıl görüyorsunuz bu değişimi?*

**Levent Erden:** Birincisi; bunlar bir eğlence değil. Eğlence lafı Türkçede zor bir laf. İngilizcede *entertainment* kelimesi çok daha geniş. Futbol maçını da diğer aktiviteleri de kapsayan bir şey. Bizde, haydi eller havaya olarak anlaşıldığından, eğlence kelimesi bizde güdük bir laf. İkincisi; sosyal ortamlara kayışın sebebi, teknolojinin ilerlemesine değil, teknoloji zaten böyle bir ihtiyaç olduğu için o tarafa doğru ilerledi. Teknoloji ilerleyip insanları bir yere getirmez, insanların gelişen ihtiyaçlarına çözümler üretir. Her zaman böyle olmuştur. İnsanlar sosyal ortamlara yönelmedi. İnsanlar zaten buradaydı. Bu durum büyükşehir hayatının mecburi dayatmasıdır. Benim sosyallik lafına karşı söylediğim bir terim var; ‘tekil sosyallik’. İnsanlar sosyal değildir, tek başınadır, yalnızdır. İnsanların sosyal hayatta birbiriyle paylaştıkları hiçbir şey olmamak zorundadır. Eskiden herkes Jr.’ı Sue Ellen’i, Boby’yi tanıyordu. Annelerin soyduğu elmalar bıçak ucunda evde dolanıyordu. Günümüzde böyle bir şey kalmadı. Herkes farklı ekranlarda farklı şeyler seyrediyor. İnsanlar aynı zevklere sahip değiller. Herkes kendi ilgi alanlarına yakın kişiselleştirilmiş ilişkiler kuruyor. Böyle baktığınız zaman; insanların kitlesel olandan kaçtığını ve kendine ait kendi gibilerle paylaşabildiği alanlara yöneldiğini görebiliyorsunuz. Diğerleri tek yönlü kitlesel iletişimdi. Reklamda böyleydi, televizyonda böyleydi. Siz sunuyorsunuz, karşı taraf beğeniyor ya da beğenmiyordu. Hâlbuki buna dijital demenin yanlışlığı da işte tam burada. İletişimin 1 ve 0 kodlarla yapılıyor olması değil interaktifliği, etkileşimli olması önemli. Yani; siz bir şey dediğinizde anında karşı taraftan reaksiyon geliyor ve iletişimin yönü ona göre değişebiliyor. Çok önemli bir terim var o da “gerçek zamanlı”. Canlı yayın kelimesi çok önemliken karşımıza son zamanlarda, gerçek zamanlı diye bir kelime ortaya çıktı. Gerçek zamanlı terimini sindiremezsek zaten bugünü anlayamayız. Dolayısıyla işin dijital olması değil, interaktif olması ve bunun gerçek zamanlı çalışıyor olması hayati bir şey. İnsanların istediği bu hız. Tek başlarına kaldıkları zaman birlikte, ortak hareket etmektense tekil olarak sadece kendi ilgi alanlarını, aynı merak alanlarını, aynı kültürü ya da aynı akıl ve zekâ seviyesini paylaştıkları insanlarla bir arada olmak durumunda ve zorundalar. Diğer türlü birbirlerinden koparlar. Onun içinde herkes kendi ilgi alanları doğrultusunda kendi küçük cemaatlerinin peşinden gitmek zorunda. Zaten bunlar vardı, bunlar da sosyal ortamın gelişmesini sağladı. Dediğim gibi kimse kimseyi tanımıyor, herkes tek başına, şehirler çok büyük. Bakın otobüs duraklarına, tren garlarına, metro duraklarına... Herkesin

kulaklarında kulaklık var. İnsanlar yaşadıkları ortamın sesini dahi duymuyorlar. Vapura bindiklerinde bir martı sesini bile paylaşmıyorlar. Herkes ne dinlemek istiyorsa, ne duymak istiyorsa onu duyuyor, neye bakmak istiyorsa ona bakıyor. O yüzden burada bir sosyallik yok, tam tersine bir tekillik var. Ayrıca sosyal mecralarda insanlar belli bir kişiliğe de sahip olmayabiliyorlar. Kimi zaman bir kedi, erkeğe kadın, kadınsa erkek olabiliyor, birbirinden çok farklı rollerde karşımıza çıkabiliyor. Sahip olmanın öldüğü bir yerde, ait olmanın derdinde olan insanlar çevrelerinde onlara önerilen aidiyetler yoksa bu mecralardan daha başka aidiyetler elde edebiliyorlar.

**TRTakademi:** *Hayatımız değişti o yüzden eğlencemiz değişti diyebilir miyiz?*

**Levent Erden:** Hayatımız değişmedi, şehir değişti, kalabalıklaştı. Bir şeyleri değiştiren şey teknoloji değil şehrin kendisi. Eskiden birbirimizi daha sık görüyorduk. Oturduğumuz binalardaki insanları tanıyorduk. Komşumuzdan gelen tabağı biz de doldurup komşumuza veriyorduk. Şimdi komşuya merhaba diyemeyeceğimiz büyüklükte yerlerde oturuyoruz. Eskiden şehre, kasabaya, semte, mahalleye aittik, şimdi değiliz. Burada bir yalnızlık var. Bu yalnızlık korkutucu. Bu yalnızlıktan imkân sağlanan ortamlarda kurtulmaya çalışıyoruz. Yoksa yapayalnızsınız. Şehir kalabalık, iş hayatı zor, iş bulmak zor, insanlarla iletişim zor, her şey çok fazla sert, yollar çok kalabalık, eve gitmek

**“Hâlâ reklamcılar 30 saniyelik reklamlar yapıyorlar, hâlâ McLuhan’ı konuşuyoruz, hâlâ aynı siyasi söylem üzerinden dünyayı kurguluyoruz. 1974’te bunlar bitti.”**

çin saatlerinizi harcıyorsunuz. Küçücüksünüz.

**TRTakademi:** *Sosyal medya Marshall McLuhan’ın “Global köy” kavramını gerçekleştirmeye doğru gidiyor sanki. Tüm dünyada sosyal medya gençliği diye bir kuşak ortaya çıktı. Nedir bu kuşağın özellikleri? Talepleri, beklentileri, olayları algılama şekli, bu yeni nesil hakkında biraz bilgi verebilir misiniz?*

**Levent Erden:** McLuhan 1960 yılında bu çözümlenmeyi yapmış. 1974 yılından önce söylenmiş şeylerle günümüzü analiz edemezsiniz. Dünya 1974 yılında petrol kriziyle darbe yemiştir. Dünyada büyüme 1945-74 arası 1974 sonrasının iki katıdır. Dünya bu tarihten sonra büyümemiş hatta küçülmüştür. Bu yüzden 1960’ların terminolojisini yeniden ve yeniden ortaya koymaya çalışıyoruz. Hâlâ reklamcılar 30 saniyelik reklamlar yapıyorlar, hâlâ McLuhan’ı konuşuyoruz, hâlâ aynı siyasi söylem üzerinden dünyayı kurguluyoruz. 1974’te bunlar bitti. Ne globalizm var ne de köyüz. Köy denilen yerde herkes birbirini tanır, birbirinden haberdardır. Evet

günümüz dünyasında bilgi çok hızlı yayılıyor ama hangimiz neyi biliyor? Globalizmin sonu geliyor. Herkes her yere ulaşabiliyor; ama global değiliz. Evet bir dönem herkesin, her şeyin, her yerde aynı şekilde anlaşılıyor olması, her yerde geçerli olması güzel bir şeydi; ama bu bitti. Mikro aidiyetlerden bahsettiğinizde global olmanın anlamı kalmıyor. Burada farklı olan şey coğrafi aidiyetlerden, etnik aidiyetlerdense başka şeylere aidiyetlere sahip olunması. Bu aidiyetlere dünyanın her yerinden kolay katılımlar oluyor. Bu dünyanın bir köy olması anlamına gelmiyor, gelemez zaten. 1960'ların 1.5 milyarlık nüfusu için bunları söylemek kolaydı.

**TRTakademi:** *Siz kitleleşme kavramı yerine kişiselleşme kavramını tercih ediyorsunuz.*

**Levent Erden:** Benim kabul etmemin ya da etmememin bir anlamı yok. Kitleleşme diye bir şey yoktur. Kitle dediğiniz şey; diğerlerinin, yani niş olarak kabul edilen küçük alt grupların toplamıdır. Dolayısıyla kitle dediğimizde her parçasını aynı şekilde ifade ettiğimiz bir şeyden bahsedemeyiz. Ancak bu küçük parçalar kitle olarak tepki verebilirler. Yani aynı şeyi seven, aynı yere giden, aynı yere oy veren, aynı takımı tutan insanlar kitle değildir. Bunun içinde birçok parça vardır ve her birinin buna olan aidiyet saiki farklıdır. Sonuç kitlese olsa dahi kitleyi oluşturanların saiki tekildir, bireyseldir ve dar gruplara aittir. Bakın, Coca-Cola 2 sene önce Rock and Coke Festivali yapıyor ve *head bang* yapan adamlar var ve aynı zamanda "Orucunuzu iftarda Coca-Cola ile bozun." diyor, aynı zamanda okullar açılıyor: "Çocuğunuzun beslenmesine Coca-Cola koyun." diyor. Mesajlarını farklılaştırıyor ancak hepsini aynı firma söylüyor. Herkes onu içiyor ancak herkesin içme saiki farklı. Normalde *head bang* yapan rockçu ile oruç bozan adam imajı yan yana gelmez. Dolayısıyla farklı kavramsallaştırmalar yapmak gerekiyor. Eski tanımlamalarla yeni durumu tanımlayamayız.

**TRTakademi:** *Sosyal medya kuşağı (gençliği) diye bir kavramdan bahsediliyor. Siz ne dersiniz?*

**Levent Erden:** Bu yanlış ve bu çağdan nasibini alamamışların tanımlaması. Ben 60 yaşındayım ve hangi kuşaktanım ben? Facebook'ta, Twitter'da tüm sosyal mecralarda varım ve binlerce insan beni takip ediyor. Ben sosyal medya diye tanımlanan kuşaktan mıyım? Ben buna içine doğanlar ve doğmayanlar olarak tanımlıyorum. Bu kuşak bu mecranın içine doğdu. Bununla büyüdü. Bu duruma adapte olabilenler var, adapte olamayanlar var.

**TRTakademi:** *O zaman X kuşağı Y kuşağı şeklindeki kategorilendirmelere siz karşısınız?*

**Levent Erden:** X, Y, Z kuşağı gibi bir tanımlama dünyayı anlayamamaktır. Bir şeyi böyle yaftaladığınızda her bir parçasının aynı reaksiyonu vermesini beklersiniz. Malatya İstanbul kuşağı mı var ki X kuşağı Y kuşağı olsun. Bu Amerikan kaşığıyla Türk çorbası içmektir, bundan vazgeçmek lazım. Aynı yaşta, aynı eğitim düzeyinde, aynı gelir kategorisindeki insanların bu kadar farklı davranışlar gösterdiği bir yerde kuşaktan bahsedemezsiniz. Başka ülkeler için konulan standartlarla bu ülkeyi anlayamazsınız. Bu yeni değil. Yeni birey tipi, 1945'te doğup 1968'li olanlar yeni bir bireydi. Savaşın hemen sonrasında yetişmiş bu kuşak 1974 petrol kriziyle susturuldu. Şimdi hiçbir şekilde ilerleme şansı bulunmayan, kalabalık, hayatı sıkışıklıklarla dolu, kariyeri, trafiği, evliliği sıkışık olan insanlar var. Yeni olan bu sıkışma hissiyatının giderek artması. İnsanlar bundan kurtulmak zorundalar. Eski eğlence anlayışımız gayet basitti. 1970'lerde senfonik rock vardı, Londra'da kraliyet senfoni orkestrasıyla uzun saçlı rockçular beraber müzik yapıyordu. Sonra disko müziği geldi. Neden? Çünkü disko müziğinde metronom 120-130'dur. Üretim hatlarındaki ritmin ta kendisidir bu. Mavi yakalıların üretim hatlarında alışmış oldukları ritmi, eğlencelerinde de kullanmışlar ve işteki verimliliklerini artırmak istemişlerdir. Bu yeni bir eğlence anlayışı falan değildir. Bunun için neyin yeni neyin eski olduğuna iyi karar vermek gerekir. Bugünün eğlencesi bugünün insanının bahsettiğimiz sıkışıklıktan nasıl çıkabileceği ve onun bireyselliğinin üzerine kuruludur. Bugünün eğlencesinin yeni olan kısmı gerçek zamanlılığıdır. Eskiden sinema filmi dediğimiz zaman 120 dakikalık, 90 dakikalık sinema filmlerinden bahsederdik. Diziler de keza en kısıtı 27, en uzununu 50 dakikadır. Türkiye'de daha da uzun diziler var tabii. İnsanların böyle bir zamanı, konsantrasyonu yok. YouTube'da videolar ortalama 3 dakika 10 saniye, Instagram'da 15 saniye, Vine'da 6 saniye seyrediliyor. Artık sabah kalktıığımızdan itibaren yapacağımız çok şey var. Akşam yatarken sabah yapmayı planladıklarımızın ancak %10'unu yapmış oluyoruz. Geri kalanı yapmıyorsun ama planladığının dışında birçok şey yapıyorsun. Ertesi güne yapılacak birçok şey bırakıyorsun. Bu arada da sosyal medyada bir sürü şey okuyup izliyorsun. Günler maalesef 24 saat ve bunun 5 ile 7 saatini uyumak zorundasın, yemek yemek zorundasın, çalışmak zorundasın ve kendine ayıracağın minimum bir zamanın var. Bu kalan kısa zamanda yapacaklarını maksimize etmek zorundasın. Asgari zamanda azami iş yapmak zorundayız. İşte insanın bu kısa zamanda çok fazla şeyi bir arada yapacağı nadir alanlardan birisi de sosyal mecralardır. İnsanlar uzun metraj filmlerle kendini eğlendirecek zamanı bu mecralarda onlarca videoyu izleyerek değerlendiriyor artık. Büyük kitaplar okumak yerine makaleler okuyacak, tüm bir albüm yerine birkaç şarkıyı uygulamalardan dinleyecektir. Sıkıştırılmış zamanlarda yaşamının özelliği budur. Hepimizde benim "YİK" diye tarif ettiğimiz bir sorun var. Bu "Yakalamayıp Iskalama Korkusu"dur. Ne yaparsanız yapın yapmak zorunda olduğunuz ve yapmak isteyeceğiniz şeyler ya-

pabileceklerinizden çok daha fazladır. İşte tam bu yüzden eğlence denilen şeyi de sıkıştırmak zorundayız. Bu anlarımızı dakikalara, saniyelere indirgemek zorundayız. Gerçek zamanlılığın karşılığı da tam olarak bu. Gerçek zamanlı eğlenmemiz gerekiyor. İşte insanlar çalışırken kulaklıklarla çalışıyor. Birçok şeyi karıştırmazsanız yapma şansınız yok.

**TRTakademi:** *Peki bu eğlenceli bir şey mi?*

**Levent Erden:** Eğlenceden kastettiğiniz şeye bağlı. *Entertainment* anlamında kullanıyorsanız tüm bunlar *entertaining*, ama eğlenceli değil. Bizim dilimizdeki eğlence kavramının sorunsalından kaynaklanıyor. Ayrıca da eğlenceli bir şey. Neden 6 saniyelik videoların bir milyon beğenisi var? Neden insanlar televizyondan uzaklaşıyorlar? Neden belli bir yaşın altındaki insanlarda televizyon izleme süresi iki buçuk saatin altına inmişken diğer ekranlarda insanlar 6 saatini harcıyor. Tek sebebi işte bu. Çünkü alternatif ekranlardan size sunulan eğlence televizyonlarda bize sunulan 2 saatlik uzun ve sıkıcıdan çok daha farklı ve zamansallığı size bağlı. Üç beş dakikalık videolara girip çıkmak daha rahat. Prensipten dolayı insanın hata yapma şansı yok. Haftada bir kere sinemaya gitme şansı olan insanların kötü bir filme gitme şansı yoktur. Oysa internet ortamında iki üç dakikalık içeriklere girerim, kötüyse derhal değiştiririm. Oysa sinemada izlediğim film kötüyse beğenmedim diyerek yandaki salonda oynayan filme giremem. Dolayısıyla burada çok hızlı, hata şansını minimize edebilen ve benim kısa sürede çok fazla şeye erişebilmemi sağlayan bir ortam var. Hıza ihtiyacım var, tamamıyla hızla yaşıyorum ben.

**TRTakademi:** *Mesela periskop uygulaması?*

**Levent Erden:** Periskop uygulaması gayet açık ve net. Herkesin çok daha fazla yayıncı olduğu, artık medya denilen şeyin ortadan kalktığı bir dönemin ürünü. Madem medya konusunu açtınız, medya bir aracı kurumdur. Adı üstünde *medium*. *Disintermediation* denilen şey de bu zaten. Aracının ortadan kaldırılması. Doğrudan üreticiden alışveriş yaptığınız gibi artık bu uygulamayla insandan direkt seyre diyorsun. Hudson River’da düşen bir uçak vardı. Hiçbir haberci o süre içinde yetişemez; çünkü uçak düştükten sonra insanların uçaktan çıkması en az 4 dakika sürer. Yanında olsa kamerayı alıp oraya koşamazsın. Bu olayı görme sebebimiz İran asıllı bir depo bekçisinin o şehirden çok uzak olan bu yerde o an onu çekiyor olması ve bunu Twitter’da paylaşmış olması. Adamın Twitter’daki takipçi sayısı 50’den az, ama üç saat sonra bütün dünya televizyonları bunu yayınlıyordu. Demek ki aracının ortadan kalktığı, kendine medya diyen araçların artık gittikçe azalacağı, herkesin yapıp ettiklerinin başka araçlarla doğrudan yayılacağı bir ortama doğru gidiyoruz.

**TRTakademi:** *Konsere gidiyorsunuz ve konseri periskoptan canlı yayınlıyorsunuz?*

**Levent Erden:** Bu sadece konser için değil. Burada telif hakları ve hukuk geriden geliyor. Açık denizde bulduğun senindir gibi internette de bulduğun senindir. Hukuk burada geriden geliyor. Telif dediğiniz şey gelir modelidir. Bu gelir modellerinin ne olması gerektiği konusunda tartışmalar var. Medyada bu gelir modeli, reklamla birleştirilir, hâlbuki dünyada bu kadar içeriği finanse edebilecek reklamın olduğunu düşünmüyorum, zaten olamaz da, hiçbir zaman da olmayacak. Onun için bunları reklama bağlamanız imkânsız. Telif dediğimiz şey de oluşacak gelirden payınızı almanızdır. En büyük sorun da burada. Artık müziğin facia olmasının sebebi işte bu teliflerdir. Telif olmadığı için kötü müzik var, iyi müzik yok. Niye olsun ki! İnsanlar parayı konserden kazanıyorlar. Yaptıkları müzikten sattıkları albümden kazanamıyorlar. Konser görsel bir şov olduğu için müziğin kendisi eğlence niteliğini kaybetmeye başladı. Hukuk konusunda ise var olan bütün kanunlar burada da geçerlidir. Telif konusunda biraz daha kaygılı durumlar var. Telif konusunda var olan kanunlar, günümüzün oldukça gerisindedir. Bu 1970'lerden beri böyle. Bu tarihten sonra teknolojinin gelişmesiyle birlikte bandrol gibi çağdışı, arkaik bir çözümlerle bu sorun aşılıp çalışıldı. Bandrolle ne korsan kitaba, ne müziğe, ne de filme karşı koyulamadı. Konvansiyonelde çözemediğiniz bir şeyi bugünkü ortamlarda nasıl çözeceksiniz? Kanunlar zaten gerideydi.

**TRTakademi:** *Facebook un kendi içinde uyguladığı bir otokontrol sistemi var ve hukukî prosedürü de işletiyor.*

**Levent Erden:** Var olan kanunlar dediğimiz zaman o iş bitiyor. Twitter'da zaten 140 karakter var. Bir şeyi alıp kullanıyorsunuz. Instagram daha kötü, bir sürü fotoğraf yayımlanıyor. Bir taraftan deniliyor ki internete konulan her şey ortak kullanımdadır, herkesin olur, açık deniz malıdır, herkes kullanır. Ha burada meşruiyet vardır, nezaket vardır, bunun gereği kaynaklar belirtilir. Ancak gelir paylaşımında bunların bir değeri yoktur. Bu yüzden farklı gelirler ve gelir modelleri çıkmadıktan sonra iyi ürünler çıkmaz. Zaten sarsıntı burada. Burada o kültü konuşmak lazım. Şu anda iki tane telefondan bakılıyor, iki tane ekrandan bakılıyor, 6 saniye Vine seyredildi, 3 dakikalık klip seyretti tamam ancak o kült geldiğinde başka oyunlar, başka reklam sistemleri, başka numaralar gelecek. Şu anda o külte doğru gidiliyor. Bu tip uygulamaların 3-5 sene daha da gelişip, daha uzmanlaşıp, daha mükemmelleştiği durumda bugünkü televizyon falan tamamıyla anlamsız kalacaktır. Bu sürecin içinde yaşıyoruz. O yüzden televizyon seyretme saatleri sürekli olarak düşüyor. Kısa vadede minimum seyretme ile karşı karşıya kalacağız. Televizyon dediğimizde duvara asılı ekrandan bahsediyoruz. Yoksa ekranlar hep var olacaktır. Buradaki kastım sabit bir ekrandan sabit bir marka altında belli bir içeriğin verilmesinin söz konusu olamayacağını söylüyorum. Niçin Netflix'ler, HBO'lar var?

Niçin Netflix dizileri dünyada başka türlü tutuyor, nasıl dağılıyor, onlara girmek gerekir yeni bir eğlenceden bahsediyorsak. Niçin dünyanın en çok tutan dizileri televizyon olmayan araçlar üzerinden üretiliyor?

**TRTakademi:** Sosyal medyada insanlar kendi özel hayatlarını paylaşıyorlar. Bu şöyle bir eleştiriye konu oluyor; İnsanlar kendi özellerini teşhir ederek buradan yeni bir eğlence ürettiler. Bu durum hakkında fikirleriniz nelerdir?

**Levent Erden:** Bu durum yeni değil. Bu sadece daha geniş kitlelerin erişimine açıldı. Siyasetçiyse her şeyinizi görüyoruz. Pazar günü kimle kahvaltı ettiniz, menünüz nedir, bunları görüyor, biliyorum.

Kimle görüştünüz, kimle el sıkıştınız, annenizin elini nerede öptünüz, nerede tatil yaptınız, biliyoruz. Futbolcuysanız, şarkıcıysanız, dizi oyuncusu iseniz biliyoruz. Bizim onlardan ne eksikimiz var? Onları bir milyon, bizi elli kişi biliyor izliyor. Burada yeni hiçbir şey yok. Zaten şöhretseniz bu birçok insan tarafından hayatınızın merak ediliyor olması demek. Tamam, biz de şöhretiz ama elli ama yüz kişiye. Çünkü insanlar beğenilmek istiyor. Sıradan insanı kim beğenecek? Artık sizi iş yerinde kimse beğenmiyor, çünkü çok mekanik bir işiniz var. Artık eşiniz sevgiliniz, çocuklarınız beğenmiyor, çünkü onların kriterleri farklı. Ne yaparsanız mutlu olacaksınız? Kim aferin diyecek sizlere? O zaman bilmediğiniz insanların

aferinine açılıyorsunuz kendinizi. İşte Like denilen şey bu. *Rating*iniz üzerinden size kimse kredi vermiyor. Siz kendi kendinize aferin bana diyorsunuz. İnsanların bana aferin demesinden daha önemli olan şey benim kendime aferin dememdir. Bunu dememin ölçüsü bana gelen aferinlerdir. Ben de bunları büyütmeye çalışıyorum. Bunun için düşünüp mutlu olmaya çalışıyorum. Şarkıcı, siyasetçi, futbolcu bilmem kimin yaptığını ben kendi boyutlarımda yapıyorum. Onlar teşhirci değil de ben mi teşhirciyim? Ben onların hayatlarının her türlü ayrıntısını biliyorum. Benden farkları yok ki o insanların. İnsanlar fark edilmek, beğenilmek, takdir edilmek istiyor, onun içinde Twitter’da bir şeyler yazıyor, paylaşıyor. Bir örnek vermek gerekirse; bundan iki sene önce pazar sabahları *top twit* olarak #günaydın hatta çift klavyeden dolayı #gunaydin çıkıyordu. Hatta bakıyordunuz ünlü sanatçı bilmem kimin attığı günaydın tweeti 5.500 kere retweet edilmiş. Yani insanlar benim tweetim değerli değil, o yüzden benim beğendiğim ünlü kişinin tweetini atıyorum diyordu.

**“Şarkıcı, siyasetçi, futbolcu bilmem kimin yaptığını ben kendi boyutlarımda yapıyorum. Onlar teşhirci değil de ben mi teşhirciyim? Ben onların hayatlarının her türlü ayrıntısını biliyorum. Benden farkları yok ki o insanların.”**



Bu durumun arkasına bakmak lazım. İnsanlar duyulmak, adam yerine konmak istiyor. Çünkü onu adam yerine koyacak kimse yok etrafında. Mahallesi yok, ailesi yok, binası yok, komşusunu tanımıyor, bu tür sosyallikler bitti. O yüzden bir türlü duyulmak, dinlenilmek, fark edilmek, beğenilmek istiyor, ayrıca işe yaradığını da fark etti. Yazdığı, paylaştığı bir yazıya cevaplar geliyor. Bu ona birey olduğunu hissettirdi. Bireyin gücünü keşfetti. Birisi onu kazıkladığında, bu durumu paylaştığında herkes artık durumdan haberdar oluyor. Eğer karşı taraf bu duruma bir cevap vermezse tüm itibarını yitiriyor. Ben çok güçlüyüm bana bir şey olmaz diyen markalar, kişiler zorda kaldılar. Bugün piyasanın bu aktörleri sosyal medyada bana bir şey diyecekler mi diye önlemler almak zorunda kaldı. İşin eğlence tarafında da aynı şey oldu. Önceden herkesle her türlü eğlencemiz paylaşılmazken şimdi paylaşılır oldu. Herkes fotoğrafların altına bir şeyler yazıp yayınlıyor. Artık herkes medya sahibi oldu. Bugün Türkiye’de 38 milyon medya sahibi insan var. Daha önce verdiğimiz düşen uçağı çeken İranlı çocuğı düşünürsek, büyük bir gücün sahibiyiz. Yazdığınız, çizdiğiniz herhangi bir şey milyonlara ulaşma potansiyeline sahip. Herkes bu durumun farkına vardı. Günümüzde yayın yapmak için bir Murdoch olmak zorunda değil hiç kimse. Keza TRT’nin anlamı da bu yüzden düşüyor. Eskiden TRT’de söyleneni herkes bilmek zorundaydı. O yüzden herkes Bobby’yi, Sue Ellen’i, Jr’ı tanıyordu. Şimdi böyle bir durum yok.

**TRTakademi:** *İranlı depocunun o anda orada olması durumu çekmesi bir tesadif değil mi?*

**Levent Erden:** Tesadüf değil. Herkes her şeyi çekiyor, yayınlıyor. Bazısı 100 bazısı milyonlara ulaşıyor. Artık yapıp ettiklerinizde yalnız değilsiniz. Sizi duyabiliyorlar ve duyulabilmeniz için bir mecra var. Bu çok önemli ve hayati bir şey. Bir şey söylüyorsunuz, bazen oy veriyor, bazen bir şeye karşı çıkıyorsunuz, bazen üzülüyor, bazen yapılıp edileni kutluyorsunuz, kutlanmaktan mutlu oluyorsunuz. Kandil geceleri insanlar kandil mesajları yayınlıyor. 100 kişi takipçisi olan da 5 takipçisi olan da yayınlıyor. 5 kişiye telefonla söyleyemeyeceğı şeyleri yayınlıyor. Ama oraya yazdığı zaman herkese bir şeyler söylemiş oluyor. Üstelik paranın geçerli olmadığı bir mecra. Burada para yok hatta rahatsız edici. Girdiğim sınıflarda, katıldığım toplantılarda, gazete okuyanlar dediğinizde % 80-90 el kaldırır. Günlük gazete alanlar dediğinizde bu % 30’a düşer. Sadece hafta sonları alanlar % 50-60’a çıkar. İnternette okuyanlar dediğinizde bu oran % 90’a çıkar. İnternette para ile gazete okuyanlar dediğinizde el kalkmaz. İnsanlar gazeteyi bayiden almaya gittiklerinde gazeteye para vermekten imtina etmez ama internette gazete 1 kuruş desenz kimse bu parayı vermez. Çünkü internette para ödemek, acayiplik olarak görülür. Başka yerde 20-30 katını verdiği şeyleri internette bedava ister. İnternette nelerin ücretli nelerin ücretsiz olması gerektiğı zaman alacak bir durum. Yüze

maske gibi takılan cihazlar ve uygulamaların gelişmesiyle birlikte eğlence anlayışımız da yeniden değişecek. Eğlence daha da kişiselleşecek. Kimse ile paylaşmayacaksınız hatta paylaşamayacaksınız. Konserler karşınızda verilecek, oyunlar karşınızda oynanacak. İnsanların çevresinden tamamen ilişkisini kestiği bu evrede sosyallikten bahsedenlerle eğleneceğiz.

**TRTakademi:** *Peki buradaki kimliğimizin sanal olması.....*

**Levent Erden:** Burada hiçbir şey sanal değil. Her şey gerçek. Fiziki olarak var olan dan farklı kimliklere sahip olabiliriz. Bu sanal değildir. Bu kimlikler gerçektir. İnsanlar bu kimlikleri sanal diye seyretilmiyorlar. Mesela ben Twitter’da adı kedi olan birini takip ediyorum. Ben onun kedi olmadığını biliyorum ancak arkadaşlarımla dün kedi şöyle dedi diyerek konuşuyorum. Kedi sanal mı gerçek mi? Ben başbakanı da hiç görmedim. Kendisi sanal mı gerçek mi? Sadece televizyonda gördüğüm biri. Obama’yı da hiç görmedim. Obama sanal mı gerçek mi? Ekranda görülünce gerçek olunuyorsa kedi de gerçek. *Avatar* filmi dünya da 12 milyar dolar ciro yaptı. Gerçek miydi sanal mıydı? 1976’dan beri *Starwars* var. *Starwars* gerçek mi sanal mı? Gerçek ne?

**TRTakademi:** *Biraz da bu mecranın dilini konuşabilir miyiz? Kısa hecelerle “slm”, “mrb” gibi kısaltmalarla....*

**Levent Erden:** Tabi bu benim gibi 60 yaşında olan birisi için çok zor ve zorlandığım bir konu. Adam svym diyor seviyormuş. Benim bunu anlama şansım yok tabi. Bu kulvar için yaşlıyım.

**TRTakademi:** *Yeni bir dil mi oluşuyor?*

**Levent Erden:** Evet. Yeni bir dilin oluşma nedeni de hız ihtiyacı. Dikkat edin, çok çok fazla şeyi aynı anda yapma yeteneğine sahip olmaya başladık. İştetiyiz, toplandıyız, yemekteyiz, dersteyiz, trafikteyiz ve daha fazla yazıp daha fazla paylaşıyoruz. Aynı anda birçok şeyi yapmak zorundayız yoksa yakalayamayacağız ve iskalayacağız, bundan korkuyoruz. Bu yüzden her şeyi kısaltmak zorundayız. Zaman çok önemli. Yapmamız gerekenler hiçbir zaman yapabileceğiniz zamana sığmıyor. Dolayısıyla mecburen mutsuz oluyoruz. Aslında mutsuzluğu minimize etmeye çalışıyoruz, mutluluğu artırmaya değil. Bunun için ne kadar kısa sürede ne kadar çok şey yaparsanız makbul oluyorsunuz. Bunun için 6’şar dakikalık, 30’ar saniyelik içerikler seyretiliyorsunuz. Onun için yazarken “slm” diyorsunuz. Seviyorsanız “svym” diyorsunuz. Bunu hiç anlayamayacağım ama. Romantizm böyle katledilmemeli. Bu konuda çok yaşlıyım. Buradan kayıtlara da geçsin benim ağır teorime geçelim. Emoji dediğimiz şey ne? Eskiden klavyedeki karakterlerle yapıyordu. Parantezlerle, noktalama işaretleriyle vs. Sonra bunlar karakterize edildi ve belirli

bir komite tarafından idare ediliyor. Bazı klavyelere baktığınızda ırkçılığa karşı olmak anlamında Like işaretinin altı farklı rengi var. Bunlardan birini seçiyorsunuz ki beyaz bir adam zenciyle zenci beyaz ile Like etmesin diye. Buraya kadar geldi iş. Bugün baktığınızda insanlar bununla konuşmaya başlıyorlar. Farklı dillerde konuşan insanlar bu mecralarda birbiriyle yazışmak zorunda değiller. Instagram gibi ortamlarda insanlar fotoğraf üzerinden konuşabiliyorlar. Birbirlerine bir şey söylemek istediklerinde herhangi bir lisanı kullanmıyorlar. Bunun yerine emoji kullanmaya başladılar. Emojiler yavaş yavaş bir *lingua franka* olmaya başladı. Açıkça söyleyeyim umut ediyorum ki üç beş sene sonra uçaklarda film izlerken alt yazı seçeneklerinden birisi de emoji olacak. Geçen hafta dünyanın en büyük şirketlerinden bir tanesinde işe alacağı adamlara 140 adet emojiyle kendilerini anlatmalarını istediği yazıyordu. İş başvurusu böyle yapılıyor ve işten alacakları para ayda 10.000 euroluk bir iş söz konusu. Yani çocuk oyuncuğu değil bu. Evrensel bir dil oluşuyor. *Lingua franka* derken de bunu kastediyorum. Bir zamanların Latincesi, Fransızcası, günümüzün İngilizcesi gibi. Benim yaptığım bir işte şöyle bir şeyle karşılaştım. Üç ayrı ülkeden üç ayrı insan Türkiye'deki sanayi şehirlerinden birindeydi. Hafta sonları yapacak hiçbir şeyleri ve bu üç insanın ortak bir lisanı yoktu. Telefonlardan emojilerle anlaşarak hafta sonları ne yapıp edeceklerine nerede nasıl eğleneceklerine böylece karar veriyorlar. Hiçbir lisanı konuşmadan bunu yapıyorlar. Buradan da net olarak gözüküyor.

**TRTakademi:** *Sosyal medyanın toplumsal yansımalarından birisi de aile. Örneğin şöyle iddialar var. Örneğin 5 boşanmadan 1'i Facebook yüzünden oldu, anne ile çocuğun arasına girdi, babanın otoritesini yok etti, bütün otokontrol sistemlerini ortadan kaldırdı gibi.*

**Levent Erden:** İlk telefon bulunduğu Amerika başkanının ne söylediğini biliyorsunuzdur. Kim bunu nasıl, ne için kullanacak bilemiyorum demiş.

**TRTakademi:** *Biz şu anda o aşamada mıyız?*

**Levent Erden:** Elbette! Bunların hepsi oluyordu zaten. Facebook hızlandırdı. Aldatan kadın veya koca zaten vardı. İnsanlar bunu üç dört senede fark ediyordu. Şimdi üç dört dakikada fark ediyor. Çocuğunun yaptığını görmüyordu, şimdi üç dört günde görüyor. Bundan dolayı artmadı bu şeyler. Hızlandı sadece.

**TRTakademi:** *Gizlediğimiz mahrem olan şeyler açığa çıkmaya başladı diyebilir miyiz? Mesela şu anda anneler fake hesaplar üzerinden çocuklarını takip ediyorlar.*

**Levent Erden:** Elbette, bırakın onu şirketler çalışanlarını takip ediyor. Kadın kocasını takip ediyor. Ama zaten takip ediyordu. Yapabildiği kadar takip ediyordu.

Şimdi daha iyi takip ediyor. Koca zamparalığını başka türlü yapıyordu şimdi başka türlü yapıyor. Cep telefonu için de aynı şeyi söyleyebiliriz. Eskiden arayıp ulaşamıyordu şimdi her yerde her zaman ulaşabiliyor. Cep telefonu için de Facebook için söylediklerimizin hepsini söyleyebiliriz. Hatırlayın 1994'te cep telefonu çıktığında aynı şeyler cep telefonu için söyleniyordu. Her zaman her yerde ulaşılabilir olmak ne kadar sağlıklı? Bilemem. Yasaklayalım o zaman. Mümkün mü bu? Bıçakla elma da soyuluyor, insan da öldürülebilir. Bıçağı yasaklamak mı lazım? Her an ulaşılabilir olmak belalı bir şey. Onun için de zaten zamana karşı bir şeyleri hızlıca yapmak zorunda kalıyorsun. Her an ulaşılabilir olmaktan kaçmaya çalışıyoruz. Artık bunları tartışmak için çok geç. Annem ilkokulu bitirdiğim gün telefona yazdırdı, mastera başladığımda telefon bağlandı. Telefonla konuşmak için 25 dakika çevir sesi beklerdik. Bu hiç eğlenceli değildi. Bana ulaşılabilirmeli mi? Bu benim tercihim. Yüksek risk yüksek gelir getirir. Ekonominin kuralı bu. Her yatırımın kendisine göre bir riski, o risk doğrultusunda da bir getirisi var. Bana sorarsanız gelişen bu teknolojinin getirisi çok büyük. Bu durum çok nadirdir. Bu teknolojiyi tartışmak zaman kaybı bence. Biz bundan sonra ne yapabiliriz? Bunu tartışmalıyız. 1974 ekonomik buhranı aynı zamanda meta anlatıların, insanlara geleceğe dair reçetelerin sunulduğu bir çağın da sonunu getirdi. Bu dönemden sonra micro düzeyde yorumlamalar, hayatı postmodern anlamlandırma çabalarının ve hermeunetik çağı başlar. Bu dönemden sonra edebiyatta, müzikte ve sanatta kült eserler çıkmayacak mı? Çünkü bunlar bir önceki dönemin üretimleriydi. Bu beni de kaygılandırıyor. Kült eserlerin çıkması iyi bir şey mi onu da bilmiyorum. Bu benim için iyi bir şey çünkü ben bu eserlerle büyüdüm. Virtüöziteye inanan bir insanım. Geçen günlerde Marks Miller'la konuşma fırsatım oldu. Dünyanın en önemli başçılarından ve birkaç enstrümanı çok iyi çalabilen bir insan. Bana şöyle dedi; ***"Eskiden konser verirdik daha çok plak satabilmek için, şimdi albüm yapıyoruz daha çok konser verebilmek için. Ama daha eskiden yalnızca konser verirdik. Belki de en temele yeniden döndük. Tekrardan insanlara gitmeyi, onlar için üretmeyi öğrendik."*** Ben hiç bu gözle bakmamıştım. Acaba neden klasik dönemden sonra büyük evrensel müzik üretimleri çıkmadı? Bir süre de çıkmayacak gibi görünüyor. Bana sorarsanız başka yerlerde, birlikte üretilen, kişi ya da kişilere bağlı olmayan farklı virtüöziteler çıkıyor. Mesela bazı bilgisayar oyunları insanı şaşırtacak kadar muhteşem olabiliyor. Binlerce kişinin bir araya gelerek yaptığı bazı filmler örneğin *Avatar* filmi milyarlarca dolar ciro yapabiliyor. Hangi marka, hangi fabrika bu cirolara ulaşabiliyor? Ben üniversitede okurken Türkiye'nin ihracatı 16 milyar dolardı. Bu rakama iki tane film ulaşabiliyorsa bir başka şeyden bahsediyoruz demektir. Yalnızca eğlence değil bu. Onun için binlerce kişi bir araya geliyor ve üretiyor. Ben tekil kişilerin üretim çağının bittiğini düşünüyorum. Ama çok sayıda insanın bir araya gelerek muhteşem eserler üretebileceğine hâlâ inanı-

yorum. Burada herkes bu üretimlerden aynı sonuçları çıkarmıyor, aynı zevki almıyor, aynı şekilde eğlenmiyor. Televizyoncuların anlamadığı şey de bu zaten. Baktığınız kitle, kitlesel olduğunu zannettiğimiz şey, farklı kategorilere, alt gruplara, farklı zevkler, heyecanlar, eğlenceler veya sıkıntılar yarattığı için kitlesel gözükecektir. Yoksa herkesin aynı saikle aynı reaksiyonu verdiği zamanlar bitmiştir. Bu kitleselin ölümüdür aslında. Bugün yazılmayan kısmı budur.

**TRTakademi:** *Peki özgürlük. Televizyon karşısında izleyici ne kadar özgürdür. Kumanda insana özgürlük sunar mı?*

**Levent Erden:** Elbette sunmaz. Tek yönlü bir iletişim imkânı sunar. Oysa interaktive özgürlüğün ta kendisidir. Bana sunulan kötüyse bunu anında iletmeliyim ve bana katılan bin kişiyle duyulur olmalıyım. Özgürlük budur. Geçmişte böyle ifade edemiyordu insan. İlk kez insanlar ifade edebiliyorlar kendilerini. Hayır diyebiliyorlar.

**TRTakademi:** *Biraz felsefe katalım, insan özgürlüğü taşıyabilir mi?*

**Levent Erden:** Taşır. Taşımaz dediğimiz andan itibaren totalitarizmin yüceltilmesi başlar. Özgürlük benim ve insanlar için varoluşsalıdır. Varoluşumu inkâr edemem.

**TRTakademi:** *Bizim Batılılar gibi eğlenemediğimiz, bir festival kültürümüz olmadığı tezi için ne dersiniz? Bu yüzden mi sosyal mecralarda bu kadar geziniyor, eğlence arıyoruz?*

**Levent Erden:** Burası Doğulu bir ülke, bu yüzden burada acının bir şehveti vardır. Arabeskimiz acı doludur. Ne kadar acı çekersek o kadar yüceldiğimizizi düşünürüz. İnsanlar acılarının miktarıyla övünürler. İnsanlar neden korku filmi seyredeler gibi bir şeydir bu. Bu bir. İkincisi insanların imkânlarının iyi olması gerekir kendilerini iyi hissetmeleri için. Toprağın verimli olduğu yerlerde insanlar daha açıktır ya da ekonomik olarak kendi iâşesini rahatlıkla karşılayan insanlar daha açıktır. Bir ülkenin topraklarının verimli olduğu yer ile verimsiz olduğu yerler arasında çok kesin bir çizgi vardır. Madenler ve diğer yer altı zenginlikleri için aynı şey söz konusu değildir. Bu kesin çizgi Doğu ve Batı'yı ayırır. Batı'nın toprakları verimli Doğu'nunki değil. Son altı yüz yıla bakınca sizi kimin yönettiği, hangi ekonomik ve politik mekanizmaların olduğu aşikâr. Bir taraf mutlu diğer taraf mutsuz. Bir tarafınızın şarkısı türkü diğer taraf musiki. Burada eğlenenin, müziğin, sanatın zenginliğinden bahsediyoruz. 30 kişinin farklı hareketlerle farklı müzik aletleriyle farklı notalara basarak aynı müziği yapması bir zenginliktir. Diğer tarafta tek saz tek nota tek söz olması gibi.

**TRTakademi:** *İstanbul kafasında İstanbul insanının nasıl eğlendiğine dair çok güzel şeyler buluyorsunuz. Ya da nasıl eğlenemediğini. Denizi olan bir yerde nasıl sıkılır insan?*

**Levent Erden:** Ben herkese çok ağır laflar ediyorum. Çok zengin olduğumuzu söylüyorum. Maalesef bize zenginliğin evimizin arabamızın büyüklüğü, kolumuzdaki saatin ağırlığı üzerinden bir başarı ve zenginlik tanımı yapıldı. Zenginlik tanımı buysa eğer nüfusun sadece 100 binde 1'i zengin olabiliyor. Bu durumda bunun dışında kalan nüfusun zengin olmadığı düşünülür. Bu tanım hatalı. Ben çok zengin olduğumuzu düşünüyorum. Zenginliği gün içindeki yaşamınızın maksimizasyonu olarak alırsanız bu şehirde bunun için her şey var. Tarih var, sosyal ortamlar var, mimari var, kültür var, yazın var. Neresinden bakarsanız bakın azıcık araştırır ve peşinden koşarsanız o size bütün zenginliğini gösterecek ve harcaya harcaya bitiremeyeceksiniz. Dolayısıyla ben herkese ne kadar zengin olduğunu ve bu zenginliğin tadını çıkarmasını önermek üzere bu programı yapıyorum. Herkes geliri, sosyal statüsü ne olursa olsun zengindir. Hele bahsettiğimiz teknolojiyi de kullandığınız zaman bu zenginliğe nasıl ulaşabileceğinizi, nasıl kullanabileceğinizi kolayca bilebilirsiniz. Biraz uğraşma yeterlidir. İstanbul dışında da her yerde insan isterse zenginliklere ulaşabilir. İstanbul ise zengin kere zengin. Dünyada bu kadar zenginliği bir arada bulunduran yerlerden birisi İstanbul. Burası bir şehir olarak çok zengin. Diğer yerlerde de zenginlikler bulunabilir. Galatasaray'da oturduğum zamanlar, o zaman ileri saat uygulaması yoktu, Beyoğlu'nda Kallavi Sokak'ta saat 6.30'da güneş batardı. Nisan ayının 20'si ile mayıs ayının 5'i arası gerçekleşirdi bu olay. O sokak bir kavis yapar dolayısıyla sonunun Haliç'e açıldığını görmezsiniz. Sokağın en ucunda da eski bir Beyoğlu evi vardı. Bu evlerin çatılarında teras vardır ve çamaşırlık tabir edilir. Bu bölümü cam ile kapatmışlardı. Metruk bir bina ve yıllardır temizlenmediği için bu camlar simsiyahtı ve bir ayna vazifesi görüyordu. Saat 6.30'da güneş batarken güneş kıpkırmızı olur. O kırmızılık o camlardan hiç ışık almayan Kallavi Sokak'aa yansır ve kıpkırmızı olur. Tam o saatte St. Antuan'ın çanları çalmaya başlar. Çanlarla birlikte bu kızılık Kallavi Sokak'ta geriye doğru hareket eder. Ben 4 sene boyunca saat 6.30'da oraya gidip çan sesleriyle uyumlu olarak kızılığın hareket etmesini seyrettim. Bu benim zenginliğimdir. Ararsanız zenginliğe ulaşırsınız. Örneğin açık hava tiyatrosuna çok çeşitli faaliyetler için gidiyoruz. Buranın arkasında bir Osmanlı çeşmesi var. Ancak burada bir Osmanlı çeşmesi olması mümkün değil. Burası ahırların üstü ve yolu bile 1954'te açılmıştır. Araştırınca buldum, Beşiktaş'ta Barbaros'un türbesinin yanında bir çınar vardır. Bu çeşme Barbaros'un türbesinin çeşmesidir. Orada bir meydan düzenlemesi yapılırken bu çeşme çok ortalarda kalmış, diğer tarafta yeni imar edilen ve Osmanlı'dan hiçbir eser bulunmayan bir yer olarak değerlendirildiğinden çeşme buraya taşınmış. Ya da Maçka Parkı'nın karşısında orada olmaması gereken bir

Daranko çeşmesi var. Tophane yıkılırken bu çeşmeyi buraya getirmişler. Şehirle sevişmeye başladığınızda görececek birçok şeyiniz olur.

**TRTakademi:** *Anadolu'nun geleneksel eğlenme şekilleri vardır ya ölmeye yüz tutmuş...*

**Levent Erden:** Bunlar köy ve kasabada daralmıştır. Bunlar az ve birbirini tanıyan insanlarla yapılabilir. Bunları yaşatalım tamam güzel, ama bunlar dar alanda kısa paslaşmalardan ileriye gitmez. Bunların bir kısmı ileriye taşınıp değer kazanabilir. Nasıl ki peynirlerin bir kısmı yalnızca elle yapılabilir ve 20 misli fazla ücrete satılır. Geleneksel eğlence öğelerimizden bazıları da çok değerli olacak ve geleceğe taşıyacaktır, bir kısmı ise sanayileşip seri üretime girip yok olacaktır. Bunun karşısında durulamaz. Eğer öyle olmasaydı bugün Hitit eğlence öğelerinin tamamının bugüne taşınması gerekirdi.

**TRTakademi:** *Günümüzde İstanbul'da Feshane'de, Ankara'da Hamamönü'nde ramazan aylarında geleneksel eğlence anlayışımız yeniden canlandırılmaya çalışılıyor. Bu konudaki fikirleriniz.*

**Levent Erden:** Örneğin Hacivat ve Karagöz oynatılıyor buralarda. Böyle olmaz. Karagöz ve Hacivat deve derisinden özel çekiçle yapılıp kökboyasıyla boyanan, çok acayip mafsalları olan, çok özel bir şeydir. Çin ve İran gölge oyunu geleneğiyle akrabalıkları olan ve yıllar içinde kendine göre inkişaf etmiş bir daldır. Her önüne gelen istediği gibi icra edemez, sahneleyemez. Asıl böyle yaparsanız öldürürsünüz. Bu Hacivat ve Karagöz'e hakaret ve haksızlıktır. Bunların parodileri yapılırsa bunlar kaybedilir. Doğru dürüst bir aplikasyonu bile yapılmadı henüz. Uygulanan örneklerin de karakterleri yanlış, malzemesi kötü, diyalogları özensiz, hikâyesi yanlış. Hacivat ve Karagöz'ün karakterlerinde hangi dönemde hangi koşullarda hikâyeye eklendiği çok önemlidir. Çin'den, İran'dan neyin geldiği, Nadir Şah döneminde hangi karakterlerin eklendiği başlı başına bir hikâyedir ve tarihi vardır. Tüm bunları iki adamın kesip yapıştırma işlerine kurban etmemek gerekir. Orası hayal perdesidir. Hayalî olmak belli bir usta çırak ilişkisi gerektirir. Dolayısıyla hayalî geleneğinden gelmeyenlerin bu oyunun kenarından köşesinden geçmemesi gerekir.

**TRTakademi:** *One Direction hayranı çocuklarımıza bu şekilde geleneksel eğlencemizi sevdiremeyiz diyorsunuz.*

**Levent Erden:** O rekabeti neyle ve nasıl yapacağınız önemli. Karagöz'ün ne olduğunu anlatmadan, çocuklarımıza neden onu sevmesi gerektiğini anlatamazsınız. Bu gelenektir diye satılamaz. Gelenek diye geçmişte yapılagelen, hijyenik olmayan şeyleri yiyebilir miyiz? Bir şeyi sevdirmek, nesilden nesile geçmesinin devamını

istiyorsanız o şeyin gereğini yapmalısınız. Bu zor bir iş. Karagöz 2000 senedir var ise bunu zamana karşı dayanıklı kılan unsurların tamamını çalışıp günümüze adapte etmenin yollarını bulmalısınız. Artık sahnenin arkasında mum yakmaya gerek yok. Bilgisayarda da bu yapılabilir. Önemli olan bunun ruhunu anlamak. “İspermeçet mumu gibi oldu bacaklarım” lafının karşılığı nedir? Bir karşılığını bulmak lazım. Çiçek, dağ, külhan neden var? Neden 6 ayrı fes tipi var? Niçin orada semailer var, hangi semai nerede söyleniyor? Bunlar bilinmeden gelenekseldir yaşatalım diyemezsiniz. Ürünler bana çok fazla konserve geliyor. Karşımızdakiler çalışıyor bunları. Örneğin Spice Girls; Manchester’daki bir ajans araştırma yapıyor ve dört kadın olması gerektiğine karar veriyor. Bu dört kadının pilot resimleri çiziliyor. 20 bin kız arasından bunlar seçiliyor. Müzikleri araştırmayla bulundu ve 2-2,5 buçuk yıl ömrünün olduğu hesap edildi. Gerçekten de bu sürede bitti. Karşınızdaki rakiplerinizin sistematiği bu. Karagöz’ün nasıl yapıp icra edildiğine dair bir konservatuarın var mı? Bunun araştırılması için antropologlara parasal destek mi sunuyorsun? Sevilecek diye emirle sevdiremezsiniz.

**TRTakademi:** Peki “One Direction”ın karşısına ne koymalıyız ya da bir şey koymalı mıyız?

**Levent Erden:** Böyle bir grup oluşturmak için 14-17 yaş aralığının çok iyi bilinmesi, araştırılması gerekir. Bu grup bu aralığın isteklerine göre oluşturuldu ve bu kuşağın tam istediklerine karşılık veriyor. Bugün bir şeyin tutması için arkada çok iyi ders çalışılması gerekiyor. İmaj mühendisliği değil kastettiğim. Bu bir hikâye anlatmak. *Story telling* dediğimiz şey bu. Bugün seçim kampanyaları, müzik albümleri, pazarlama, reklam vb. hepsi bu hikâye yazımına dâhil. Biz henüz bunu bilmiyoruz. Bizde herkes ve her şey monokromatik olsun, itaat etsin anlayışı var. Biz bir şey ortaya koyalım herkes onu sevsin, seyretsün böyle bir dünya yok artık. İhtiyacı gideremiyor bu sunulanlar. *One Direction*’a aidiyet duymaya ihtiyacı olan bir kitle var.