

**YENİ DÖNEM BAĞIMSIZ TÜRK SINEMASINDA  
ÜRÜN YERLEŞTİRME KAVRAMI:  
Nuri Bilge Ceylan'ın Üçlemesi Üzerine Ürün Yerleştirilme  
Kavramının İncelenmesi**

Ergün YOLCU\*

*Product Placement Concept in New Turkish Independent Cinema:*

*Product Placement Analysis on Nuri Bilge Ceylan's Movies*

Product placement is a method of advertising in cinema and TV films. According to company owners and advertising agencies since it's not an effective way of advertising placing products or brands into independent cinema films because of their characteristic of notaiming benefit.

**Key words:** Product Placement, Brand Placement, Surreptitious Advertising, Independent Cinema

.....

---

\* Yrd. Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü

**Amaç:** Çalışmamızın amacı, Nuri Bilge Ceylan üzerine bir araştırmadan yola çıkarak ürün yerleştirme yönteminin Türkiye’de bağımsız filmlerde nasıl uygulandığının araştırılmasıdır.

**Sınırlılık:** Çalışmamızda Nuri Bilge Ceylan’ın Kasaba (1997), Mayıs Sıkıntısı (1999) ve Uzak (2002) filmleri incelenmiştir. Bu yönetmen ve filmlerinin seçilme nedeni, yönetmenin Türk Sineması’ndaki bağımsız yönetmenlerin başta gelenlerinden biri olması ve her üç filmini de bu türde çekmiş olmasıdır.

**Varsayımlar:** Bağımsız sinema ürünü filmler gerek yapım gerekse gösterim aşamasında bir çok olumsuzlukla karşılaşmaktadır. Bağımsız filmler ticari amaç kaygısı ile üretilen filmlerden daha az kaynak sağlayabilmektedir. Bu da bağımsız yönetmenlerin ve filmlerinin destek görmemesi anlamına gelmektedir. Ürün sahibi olanlar, bağımsız sinema ürünlerini ticari görmedikleri için bu tür filmlere reklam yatırımı yapmamaktadırlar.

Günümüz sanatçısı konu, dil, teknik, aynı anda farklı sanat alanlarında çalışabilmek açısından -daha önceki dönemlere göre- neredeyse sınırsız bir özgürlüğe sahip; ekonomik açıdan ise, eskisinden çok daha fazla toplumun her kesiminden destek almak zorunda. Çünkü günümüzde herşeyin bir bedeli var; yaşamı sürdürebilmenin asgari koşulları tüketim toplumunun körüklemeleri ile arttı, üretmek için gerekli olan malzemelere ve çağın en vazgeçilmezi olan tanıtıma ödenen bedeller de giderek artıyor. ([www.milliyet.com.tr/2002/01/24/sanat/san02a.html](http://www.milliyet.com.tr/2002/01/24/sanat/san02a.html))

Günümüzde hem bir sanat hem de gelişmiş bir sanayi olarak niteleyebileceğimiz sinema; Scognomillo'ya göre ondan önceki sanatlara kıyasla, en masraflı olanıdır; çünkü tekniğe, araçlara, buluşlara, günden güne gelişen teknolojiye sıkı sıkıya bağlıdır. Sanatçı bir birey ise; sinema geniş finans kaynakları gerektiren kolektif, toplu bir çalışmadır. Her defasında değilse bile (az imkanlar ile başarımlar yaratılabilir) genelde -ve bir yatırım olarak- öyledir ve öyle olduğunda sinema iktisadi bir boyutu gerektiren, kendi iktisadına sahip olan tek sanattır. (Scognamillo, Giovanni, Dünya Sinema Sanayi, önsöz)

İşte bu dev sanayi içinde, bağımsız sinemayı; büyük stüdyolardan bağımsız olarak çekilen, genellikle yaratıcılarının özverili çabalarıyla gerçekleştirilen ve düşük bütçeler dolayısı ile oldukça kısıtlı olanaklarla çekilen filmleri bünyesinde toplayan bir tür diye tanımlayabiliriz.

Bağımsız sinema, giderek Avrupa ülkeleri başta olmak üzere birçok ülkede etkisini göstermektedir. Türkiye'de de kendi koşullarını ve kurallarını (ya da kuralsızlıklarını) yaratan Zeki Demirkubuz, Nuri Bilge Ceylan, Serdar Akar, Derviş Zaim, Yeşim Ustaoglu gibi yeni kuşak yönetmenler, bu akımın getirdikleri üzerinde son rötuşları yaparak doludizgin ilerliyorlar. ([www.milliyet.com.tr/2002/01/24/sanat/san02a.html](http://www.milliyet.com.tr/2002/01/24/sanat/san02a.html))

Bağımsız sinemanın üzerine temellendiği; endüstriden uzak ve yapımının ticari kaygıları değil de yaratıcının kendini anlatma kaygısıyla çekilme özelliği ele alındığında bağımsız sinema yapıtlarının ürün

yerleştirme uygulamaları için çok da cazip bir ortam oluşturmadığı görülmektedir.

Nuri Bilge Ceylan'ın kendi ifadesiyle; "Sinemanın klasik bağımlılıklarını ekarte edebilmiş, yani yapımcının yaptırımlarını, ya da bütün dış yaptırımları yok etmeyi başarabilmiş bir yöntem yaratabilmiş sinemaya "bağımsız" deniyor. Dolayısıyla "bağımsız sinema" yaratıcısının iradesine çok daha bağlı bir sinema. Ama bir film tabii ki bağımsız olduğu gibi samimiyetsiz, ahlaksız ve yalancı vs. olabilir. Önemli olan bağımsız sinemanın daha gerçekçi, namuslu ve kişisel bir sinemanın ortaya çıkmasını kolaylaştıran bir ortam olmasıdır. Bir yönetmen kendisine hiç kimseyi karıştırmayacak bir yöntem yarattığı halde tümüyle ticari, içsel olmayan nedenlerle bir film yapabilir. Buna da tanım gereği bağımsız sinema demek gerekiyor. Bağımsız sinemanın her örneğini, tanım gereği "bağımsız" tanımına girenleri beğenmiyorum. Diyelim sadece para kazanmak için yönetmenin kendi parasıyla yaptığı bir film... Ben kayıtsız şartsız içten gelen bir zorlama ile ortaya çıkan, ortaya çıkarmak zorunda olduğu şeyi yapmak uğruna birtakım fedakarlıklara girerek yapılan bir sinemaya saygı duyuyorum. Tabii şunu da mutlaka söylemek lazım; iyi sinema mutlaka bağımsız koşullarda olur diye bir şey yok. Sadece bu olasılığı artırır." (<http://www.nbcfilm.com>)

Nuri Bilge Ceylan'ın sözlerinden de anlaşılabilceği üzere bağımsız sinema felsefesi ile yapımcıların çıkarları sinema endüstrisi üzerinde etkili olan reklam gelirleri dolayısıyla çelişmektedir. Bu da

bağımsız sinema ürünlerinin, sektörü bir reklam aracı olarak kullanan ürün sahiplerinin talebine yanıt veremeyecek bir konumda olduğunu göstermektedir.

Nuri Bilge Ceylan'ın ilk uzun metrajlı filmi Kasaba Adana ve Antalya Film Festivallerinde aldığı ödüllerle sanat çevrelerine başarısını kanıtlamış olmasına karşın, içerisinde herhangi bir reklam unsuru (gizli reklam-ürün yerleştirme) taşımayışıyla yapımcıların ve firma sahiplerinin bu filmi ticari bir film olarak görmediğinin de bir kanıtıdır.

Nuri Bilge Ceylan'ın, çok özel ve özgün bir sinema dili var. Popüler sinema kaygısı taşımadan, sadece ilgi duyanlar için sinema yapıyor. Piyasa şartları, seyirci beklentileri, hele hele de çok para kazanmak onu hiç mi hiç ilgilendirmiyor. Aslında o konuşmayı da fazla sevmiyor. Belki de onun için görüntülerden oluşan bir dil kullanıyor kendini anlatmak için. Kurduğu bu bireysel dünyası 'yabancı'lara da o kadar uzak değil. Orada bizim de kendimizi bulabileceğimiz unsurlar var. (<http://www.nbcfilm.com>) Anlaşılabilceği gibi yönetmenin filmi üretirken ticari kaygı taşıyor olması da bir sinema filminde ürün yerleştirme ya da gizli reklam yöntemlerinin kullanılıp kullanılmaması konusunda etkili olmaktadır.

Nuri Bilge Ceylan'ın ikinci uzun metrajlı filmi Mayıs Sıkıntısı yine bağımsız sinemanın bir ürünü olarak var edilmiş olmakla birlikte, film için bir sponsor belirlemiştir.

Sponsorluk da elbette ticari sonuçları hedefleyen bir tanıtım yöntemidir. Tüketici reklamın parası ödenerek yayımlandığını bildiği için reklama ön yargılı yaklaşırken, önem verdiği konudaki sponsorluklardan daha çok etkilenir. Yapılan araştırmalar göstermektedir ki, kamuoyu artık topluma katkıda bulunan şirketlere daha çok itibar ediyor ve bu tercihi tüketime de yansıtarak satışları arttırıyor. Çünkü tüketiciler artık ürünün kalitesi kadar onu üreten kurumun imajına da önem veriyor. İmaj geliştirmek için de sponsorluk en uygun iletişim araçlarının başında geliyor. (<http://www.aryasponsorluk.com.tr>)

Sponsorluk sisteminin şu an Türkiye’de sinemaya destek sağlayan diğer kaynaklardan daha adaletli olduğuna inanıyorum. “Kasaba” filmi için ayaklarım geri gide gide Kültür Bakanlığı’na yaptığım başvurudan öğrendiğim tek şey, bu hayatı bir kez daha tekrarlamamam gerektiği oldu. Sinema Vakfı için de aynı. Bürokrasinin labirentlerinde kaybolup gitmek bir yana, paranın paylaşılması konusunda son derece ilkesiz ve adaletsiz bir mekanizmanın varlığını hissettiğim için tabii. Sponsorluk sistemi şimdilik gözüme daha iyi görünüyor. İstanbul Film Festivali’nde kazandığım ödül nedeniyle bir sonraki filmim için kısmen Efes Pilsen’in sponsorluğu sözkonusu olacak. Şimdiye kadar yaptığımız görüşmeler ve çalışmalar bile gösteriyor ki, her şey kısa, net ve mantıklı bir işbirliği içerisinde geçiyor. Beni, sinemanın ne yazık ki yapılması zorunlu birtakım can sıkıcı yan işlerinden arındırıyorlar. Filmin sanatsal tarafına kesinlikle karışmıyorlar. (<http://www.nbcfilm.com>)

Bağımsız bir yönetmen olarak Nuri Bilge Ceylan'ın açıklamalarından da anlaşılabilceği üzere sponsorluk da bir reklam uygulaması olmasına karşın, sponsor olan firmanın, ortaya çıkacak olan filme sanatsal boyutta herhangi bir müdahalede bulunmaması nedeniyle bağımsız sinemacının istediğini yapabilmesine olanak veriyor. Aynı zamanda sponsor olan firmanın filme maddi katkısı sayesinde yapım aşamasında yönetmenin olanakları da artmış oluyor.

Yönetmenin üçüncü uzun metrajlı filmi Uzak, diğer iki filminden farklı olarak içerisinde çeşitli markaların görüldüğü bir film. Fakat sinema filmlerine ürün yerleştirme, bilindiği üzere çoğunlukla ticari kaygılarla yapılıyor olmasına karşın, filmdeki karakterlerin kullandığı ürün ve markaların onlara kişilik kazandırmak, yaşam standardı ve tarzı hakkında bilgi vermek gibi işlevleri de vardır. İzleyiciye perdede gördüğü hayatların, kişilerin gerçek yaşamdan olduğu duygusunu vererek, onları konunun içine çeker. Nuri Bilge Ceylan'ın bu ürünleri hangi kaygılarla filme yerleştirdiği bilinmemekle birlikte, birbirine yabancılaşmış iki kuzenin İstanbul'daki bir dairede bir süreliğine kesişen hayatlarının anlatıldığı Uzak filminde görülen markalar karakterlerin sosyo-ekonomik konumları ile ilgili çıkarım yapmamıza olanak sağlar.

**Tablo 1: Mayıs Sıkıntısı Filminde Görülen Markalar**

Ürün	Gösterilme Süresi (sn)	Söylem
Sony Handycam	196	Kamera gösterilirken farklı zamanlarda 3 filmler bununla mı çekiliyor diye soruluyor.
Sony Televizyon	59	-
Sheltox Böcek İlaç	56	-
Algida	3	-
<b>TOPLAM</b>	<b>314 sn</b>	

Mayıs Sıkıntısı filminin sponsoru Efes Pilsen olmasına karşın, film boyunca markaya ait herhangi bir ürün gösterilmemektedir, filmin başında ve sonunda Efes Pilsen'e katkılarından dolayı teşekkür edilmiştir. Yine Filmin sonunda teşekkür edilen diğer kurum ve markalar: Kalebodur, Yenice Gıda Sanayi, Yenice Öğretmen Evi, Kardeşler Pide Salonu, Nevruz İlkokulu, Atatürk İlkokulu, Yenice İlköğretim Müdürlüğü olup film içerisinde açık şekilde gösterilmemişlerdir.



**Tablo 2: Uzak Filminde Görülen Ürünler**

Ürün	Gösterilme Süresi (sn)	Söylem
Pril Bulaşık Deterjanı	85	-
Hayat Su	26	-
Efes Pilsen	34	Erkeklerin olduğu bir masada fotoğraf ve kadınlar etrafında dönen bir sohbet sırasında bira içiliyor
Doluca Şarap	23	Erkeklerin olduğu bir masada fotoğraf ve kadınlar etrafında dönen bir sohbet sırasında şarap şişesi görülüyor
Tura Turizm	2	-
Onur Air	11	-
THY	11	-
Fashion TV	105	-
Yeni Sinema Dergisi	23	İyi giyimli ve eğitilmiş olduğu hissi verilen bir kadın dergiyi incelerken görülüyor
Beyoğlu Sineması	20	Aynı iyi giyimli kadın sinemaya giriyor
Gillette Traş Köpüğü	11	-
Raid Böcek İlacı	11	-
Samsun Sigara	27	-
<b>TOPLAM</b>	<b>389 sn.</b>	

Uzak filmi herhangi bir sponsora sahip olmamasına karşın, filmin sonunda “36. Altın Portakal Film Festivali Fono Film Tuncan Okan Ödülü Katkılarıyla” ibaresi görülüyor. Bununla anlatılmak istenen filmin

herhangi bir dış kaynaktan maddi katkı sağlamadığıdır. Bunun dışında ayrıca teşekkür edilen markalardan Beyoğlu Sineması dışında diğerlerinin marka unsurları filmde açıkça gösterilmemiştir. (Cadde-i Kebir, Osmanoğlu Kliniği, Torgem Gemi Sanayi, Lokomotif, Fono Film, Cafe Vivache, 1001 Camera, Barış Gıda, Beyoğlu Bursa İskender) Uzak'ta açıkça görülen markalar, konunun işlenişi sırasında izleyiciyi yaşanan olayın gerçekliği içerisine çeken unsurlar duygusu uyandırmaktadır. Buna karşın filmde görülen Efes Pilsen markasının yönetmenin bir önceki filmi Mayıs Sıkıntısı'nın sponsoru olduğuna dikkat çekmek gerekmektedir.

### **Sonuç:**

Sinema endüstrisinin bir parçası olmayı reddeden ve yaratıcısının yani yönetmenin sanatsal ya da insani kaygılarının bir ürünü olarak bağımsız sinema filmleri, reklam desteğini reddetmektedirler.

Çok kısıtlı bütçelerle ve olanaklarla gösterim aşamasına gelen filmler, sektördeki dağıtım firmalarının tekeli oluşumu karşısında gösterim imkanı bulabilme mücadelesi de vermektedirler. Bağımsız sinema ürünleri, reklam veren firmalarca da karlı bir yatırım olarak görülmemektedir. Bu yaklaşımda, kuşkusuz bağımsız sinema tanımı çerçevesinde film yönetmenlerinin, reklam ve reklamverene karşı tutumları da etkili olmaktadır.

Türkiye'de bağımsız sinema türünde filmler yapan Nuri Bilge Ceylan'ın üç filmi ele alındığında ilk uzun metrajlı filmi Kasaba hariç

tutulursa, diğer iki filminde çeşitli ürünlerin kullanıldığı gözlemlenmiştir. Fakat bu ürünler ve kullanış tarzları filmin bütünlüğü ve görselliği etkilemeyip karakterleri ve mekanı desteklemektedir.

Yönetmenin son filmi Uzak'ta kullanılan ürün sayısındaki artış, yönetmenin daha önceki filmlerinin aldığı ödüller ve kazandığı başarıya da bağlanabilir. Böylelikle ürünveren firmaların dikkatinin çekildiği söylenebilir. Dolayısı ile çalışmamızın başında ileri sürdüğümüz varsayımımız doğrulanmaktadır.

#### **Kaynakça:**

- <http://www.aryasponsorluk.com.tr> erişim.28.05.2004
- [www.milliyet.com.tr/2002/01/24/sanat/san02a.html](http://www.milliyet.com.tr/2002/01/24/sanat/san02a.html) erişim.28.05.2004
- <http://www.nbcfilm.com>, erişim. 28.05.2004
- SCOGNAMİLLO, Giovanni, Dünya Sinema Sanayi, Timaş Yayınları, İstanbul, 1997
- Kasaba (1997) , Nuri Bilge Ceylan
- Mayıs Sıkıntısı (1999), Nuri Bilge Ceylan
- Uzak (2002), Nuri Bilge Ceylan

