### 

### **Basın Bülteni**

### **6 Mayıs 2019**

### **Fenomen dizi Çukur’un yaratıcı ekibi Boğaziçi’ndeydi**

### ***Boğaziçi Üniversitesi’nde düzenlenen Content Marketing Summit pazarlama dünyasından önemli isimleri kampüste buluşturarak pazarlamada içeriğin önemini vurgulayan ilgi çekici oturumlara ev sahipliği yaptı. Zirvenin dikkat çekici konukları arasında son dönemin beğeniyle izlenen dizisi Çukur’un yaratıcı ekibinden oyuncu Ercan Kesal, senarist Gökhan Horzum ve yapımcı Yamaç Okur, ‘’Çukur: Hikâyenin Gücü’’ panelinde dizinin yaratım sürecini ve seyirciyle kurdukları ilişkiyi anlattılar.***

**Boğaziçi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi** tarafından pazarlama sektörü profesyonellerini kampüste bir araya getiren **Content Marketing Summit 2019(CMS ‘19),** trendlerin ve geleceğin içerik pazarlamasının konuşulduğu ilgi çekici konularla katılımcılar tarafından ilgiyle izlendi.

2 Mayıs’ta Boğaziçi Üniversitesi’nde düzenlenen, akademisyenler, danışmanlık firmaları, sektörün önde gelen yöneticileri ve girişimcilerden oluşan konuşmacılarıyla, farklı bakış açılarını bir araya getiren zirvenin ilgi çekici panellerinden biri de ***‘’Çukur: Hikâyenin Gücü’’*** oldu.Ay Yapım prodüksiyonu olan Çukur’un yapımcısı **Yamaç Okur (BÜ ’98),** senaristi **Gökhan Horzum**, dizinin başrol oyuncularından **Ercan Kesal** ve BABU reklam ajansının kreatif direktörü **Banu Üstündağ Hatip**’in katıldıkları panelde hali hazırda Instagram’da iki milyon, Youtube’da üç milyon takipçisi olan ve Ekşi Sözlük’te yaklaşık 688 sayfa entry’e sahip olan Çukur dizisi, senaryo, oyunculuk, izleyici ile etkileşimin yanı sıra içerik pazarlaması boyutlarıyla ele alındı.

### **‘’Seyirci bildiği bir hikâyeyi izlemez, her zaman sürpriz ister’’**

### Çukur’un senaristi Gökhan Horzum, Türkiye’de dizilerin genellikle dört bölüm yazıldığını zira dört bölümden sonra tutmayan dizilerin yayından kaldırıldığına değindi. Çukur’u başlangıçta 13 bölüm olarak yazdığını anlatan Horzum, Türkiye’de 120 dakikalık bölümlerden oluşan diziler yapıldığı için her bölümde tek bir hikâye akışının mümkün olamadığını belirtti. Gökhan Horzum, bu yüzden her hikâye içinde aynı zamanda farklı kök hikâyeler koyduğunu ve seyirciyi bu alt hikâyelerle yakaladıklarını belirtti. Seyirci ile etkileşime de değinen Horzum, **‘’Hikâye yazarken izleyiciden gelen tepkileri, talepleri çok fazla dikkate almamalısınız. Hocam, yönetmen Yavuz Turgul’un da dediği gibi seyircinin her zaman sürprize ihtiyacı vardır. Bu yüzden siz oraya seyircinin daha önceden bildiği bir hikâyeyi koyarsanız seyirci bunu asla izlemez’’** ifadelerini kullandı.

### **Ercan Kesal: ‘’Ben rol yapmayı bilmem’’**

### Çukur’da **İdris Koçovalı** karakterini canlandıran oyuncu, yazar ve aynı zamanda doktor olan Ercan Kesal ise oyunculuk adına en önemli kaygısının işini iyi yapmak olduğunu şöyle anlattı:

### **‘’Yaptığım işlerle ilgili hayattan tek bir talebim oldu o da adam gibi yaşamak. Çukur’a kadar dizi oyunculuğu yapmamıştım. Çukur’da benim hayatla kurduğum ilişkiye benzer bir ilişki kuran bir senaristle karşılaştım. Buradayım çünkü amacım kendi oyunculuğumla ilgili en iyisini yapmak. Ben rol yapmayı bilmem. Bu yüzden de Çukur’da İdris Koçovalı karakteri olarak değil Ercan Kesal olarak yapabildiklerimle var oluyorum. Dizi oyunculuğunda her hafta uzun metraj film kalitesini yakalamak zorundasınız. Bir oyuncu olarak sahnenizi beklerken sette diğer oyuncularla çok fazla zaman geçirirsiniz. Çok iyi bir casting ile seçilmiş oyuncuların Çukur’dan meşhur olmak veya çok para kazanmak gibi dertleri yok. Çünkü burada iyi senaryo, iyi oyunculuk var ve ben de kendi adıma bu deneyimden çok şey öğrendim’’.**

Kesal, ayrıca iyi bir senaryonun bir oyuncunun performansına nasıl etki ettiğine dair Yılmaz Güney’den örnek vererek sözlerine şöyle devam etti: ‘**’Yılmaz Güney, başlangıçta Adana ve Antep’teki sinema salonlarında gösterilen vurdulu kırdılı filmlerde oynayan ve oradaki seyircinin tanıdığı bir oyuncuydu. Bir gün artık İstanbullu seyirci tarafından da tanınmak istiyor ve gelip Lütfi Akad’a bir kaçakçılık hikâyesini konu alan bir senaryo yazıp veriyor. Lütfi Akad senaryoyu okuyor, hiç beğenmiyor. Kendisi bizzat Urfa’ya gidip orada bir ay kalıyor, kaçakçılık dünyasından insanları tanıyor ve Hudutların Kanunu filminin senaryosunu yazıp Yılmaz Güney’in önüne koyuyor. Yılmaz Güney’i Türk sinemasının Çirkin Kral’ı yapan işte bu filmdir’’.**

Çukur’un yapımcısı Yamaç Okur ise star sistemine değil iyi oyunculuğa inandığını ve Çukur’un bu anlamda iyi bir senarist ve usta oyunculuklar sayesinde başarıya ulaştığını ve bu başarıda en önemli unsurun hikâyeye güvenmek olduğunu ifade etti. Dizinin reklam ajansından Banu Üstündağ Hatip ise Çukur’un reklam kampanyaları ve izleyici ile etkileşiminde izleyicinin de söz sahibi olacağı bir iletişim dili yaratmayı amaçladıklarını; özellikle izleyici etkileşimi yoluyla oluşturdukları duvar yazıları fikri sayesinde seyircinin anlatılan hikâyeyi sahici bulmasının kolaylaştığını aktardı.

**Basın Bilgi:**

Özgür Duygu Durgun, Boğaziçi Üniversitesi Kurumsal İletişim Ofisi

Tel: 0212 359 65 90

[Duygu.durgun@boun.edu.tr](mailto:Duygu.durgun@boun.edu.tr)