



Yıl: 17 Sayı: 58 Fiyat: 15.- TL OCAK - ŞUBAT - MART - NİSAN - MAYIS - HAZİRAN'11 ISSN 1303 - 4146  
Year: 17 Number: 58 Price: 15.- TL JANUARY - FEBRUARY - MARCH - APRIL - MAY - JUNE '11

# MOTİF

**Halk Oyunları Eğitim ve Öğretim Vakfı Dergisi**

Motif Folk Dances Training Society Magazine



58



# başka bir dünya kuruyoruz...

Burası Pelican Hill... Çok özel hayalleri olan çok özel insanlar için tasarlanmış bir düş projesi... Kaliforniya mimarisinin ihtişamı, Akdeniz'in romantizmi ve Anadolu'nun yaşam kültürünü Pelican Hill'de buluşuyor.



**KKG**  
GROUP

Keleşoğlu, Karneroğlu, Gül  
ortak girişimidir.

Akçaburgaz Mevkii, Alman Lisesi Yolu Üzeri,  
218/4 Büyükçekmece - İSTANBUL

Tel. : 0212 886 5495 Faks : 0212 886 54 98

[www.pelicanhilllevleri.com](http://www.pelicanhilllevleri.com)

2 Söz Gider Yazı Kalır,  
Asıl Olan Eserdir...

4 Anadolu Halkının Giyim-Kuşamında Yer Alan  
İşleme Tekniklerinden Örnekler



8 Türkiye ve Azerbaycan Müziğinde  
Bağlama ile Saz'ın Yeri ve Önemi



12 Tahtacılar Topluluğundan Olan Balıkesir Merkez Türkali  
Köyü ve Edremit Çamcı Köylerinde Evlendikten Bir Gün  
Sonra Yapılan Baş Bağ Adetlerinin Karşılaştırılması

18 Enformasyon Toplumu ve Kültür

24 Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Âdetler Üzerine Etkisi  
(Kayseri Örneği)

34 Konya - Ereğli İlçesinde Kullanılan Kadın Kıyafetleri

40 23. Motiflerle Anadolu Kültür Şöleni

44 Motiften Haberler

# Söz Gider Yazı Kalır, Asıl Olan Eserdir...

Değerli Motif okurları;

Türk halk kültürüne hizmet yarışına başladığı günden bu yana akademik ve sanatsal arenada, hizmet bayrağını yorulmadan taşımaya gayret gösteren Motif Vakfı, gelecek nesillere aktarmayı görev edindiği kültürel değerleri en doğru biçimde korumak ve en gerçek şekliyle geleceğe aktarmak amacıyla Motif Vakfı Yayınları'nı, Türk kültürünün hizmetine sunmuştur.

Görev bilinci, amatör ruh ve profesyonel birikimin bir araya getirdiği Motif Vakfı Yayınları, Türk Halk Biliminde hak ettiği onurlu yeri edinmiştir. Bu vesile ile Motif Vakfı Yayınları'nın, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü'nün olurları ile İl Halk Kütüphanelerinde yer almaya başladığını siz değerli okurlarımıza duyurmaktan onur duyuyoruz.

Türk halk kültürünün bilinen tüm alanlarında akademik ve sanatsal faaliyetlerde bulunan ve yurt içi ve yurt dışında çeşitli başarılarla imza atmış olan Motif Vakfı'nın "Söz gider yazı kalır, asıl olan eserdir" düsturuyla hayata geçirdiği Motif Vakfı Yayınları, halk bilim camiasında aranan eserler olma yolunda ilerlemektedir.

Kültürel değerlerimizi özünden kopmadan ve aslına uygun biçimde gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir yere sahip olduğuna inandığımız Motif Vakfı Yayınlarının, sadece araştırmacı akademisyenler tarafından değil, halkın her kesiminin erişebileceği halk kütüphanelerinde yer alacak olması, misyonumuzun bir parçası niteliğindedir.

Değerli okurlar; Bilgisayar çağının getirdikleri tartışılmazdır. Gelişen teknolojinin her alanda kendisini fazlasıyla hissettirdiği, ansiklopedilerin bilgisayar ortamına aktarıldığı, kütüphanelerin sanal ortamlarda varlığını sürdürdüğü ve internet vasıtasıyla aradığımız her şeye kolaylıkla ulaşabildiğimiz günümüzde, Motif Vakfı yayınlarının da internetin en önemli sanal kütüphanelerinden birinde varlığını sürdürmeye başlaması ayrıca gurur vericidir. Motif Vakfı Yayınları,

Pecya Dijital Yayıncılık aracılığı ile ulusal ve uluslar arası üniversiteler, kamu kurum ve kuruluşları ve ilgili kamuoyuna dijital yayın olarak ulaşacaktır. Geçmişte, halk kültürü ürünlerini araştırmak sadece alan araştırmacı tarafından yapılabilmekte iken, artık teknoloji sayesinde her birey kendi alan araştırmasını yapabilecektir. Gerek yazarları, gerek bilimsel duruşu ve gerekse konularındaki özgünlük, Motif Vakfı Yayınlarının, söz konusu araştırmalar için iyi bir kaynak olduğu, yayınlarımıza olan ilgi ve alakanın kanıtıdır.

Değerli Okurlar, Motif Vakfı ile T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve İstanbul Kültür Üniversitesi işbirliğinde 16-17-18 Eylül 2011 tarihlerinde İstanbul Kültür Üniversitesi'nde Motif Halk Bilim Sempozyumları kapsamında "Türk Halk Biliminin 100. Yılına Doğru Bir Durum Tespiti: 1. Türk Halk Bilimi Çalışmaları Kurultayı" gerçekleştirilecektir. Kurultay, "Türk Halkbilimi Araştırma Eğitimlerinde Yöntemler, Kuramlar, Tespitler ve Öneriler" konu başlığı ile gerçekleşecektir. Kurultayın amacı; Ülkemizde bir bilimsel disiplin olarak varlığının 100. yılını kutlamaya hazırlandığımız Türk Halkbilimi çalışmalarındaki belli başlı araştırma eğilimlerini ve araştırma, yöntem ve kuramsal çerçevelerinin tespiti, bu bakış açılarıyla elde edilenler ve bu araştırma eğilimlerinin yöntem, kuram bakımından gelecekte yönelmesi beklenenler üzerine önerilerin toplanıp bir araya getirilmesidir. Bir başka ifadeyle, Türk Halkbilimi alanına yönelen 100 yıllık entelektüel ilgi ve bilginin tespit edilmesi ve yeni yüzyılda hedeflerin ve yöntemlerin belirlenip tartışılarak yaygınlaştırılmasıdır.

Motif Vakfı'nın, gerek görsel ve sanatsal çalışmaları ve gerekse yayınları ile desteklediği akademik çalışmaları, sizlerden alacağı güç ve destekle devam ederek artacaktır.

Saygılarımla.

M. Zeki BAYKAL  
Yönetim Kurulu Başkanı

# Verba Volant, Scripta Manent,

Dear Motif Readers,

Motif Foundation, which has tirelessly been trying to carry the service flag in the academic and artistic areas since the very first day of its active existence in the race of serving for Turkish Popular Culture, has presented Motif Foundation Publications to the service of Turkish Culture for the purpose of protecting and transmitting the cultural values in their most righteous and realistic forms which it has committed itself to transfer them to the future generations.

Motif Foundation Publications, which have been combined together with a cooperation of amateur spirit and professional experience, have gained their righteous place in the Science of Turkish Folklore. Therefore, we are hereby honored to announce that Motif Foundation Publications have started to take their place in the shelves of Provincial Public Libraries with the approval of Republic of Turkey, Ministry of Culture and Tourism, Directorate of Libraries and Publications.

Motif Foundation Publications, which have been brought into the life with the motto "VERBA VOLANT, SCRIPTA MANENT" of Motif Foundation which is engaged in all academic and artistic areas of Turkish Popular Culture and has undersigned many achievements both in and abroad, advances on the path of being artworks which are looked for in the community of folklore.

Availability of Motif Foundation Publications which we believe

that they have high importance to transfer our cultural values without any diversion from its originals, to the future generations, in Public Libraries, where people from all strata can benefit not only the academicians, is a part of characteristic of our mission.

Dear Readers, the benefits of the computer age are beyond of any argument. It fills us with pride that Motif Foundation Publications maintain their existences in one of the most important virtual libraries of internet in this day and age, in which the high technology is strongly felt with internet facilities where we can obtain all kind of information easily, the existence of the libraries in virtual environments and the encyclopedias in computerized environment. Motif Foundation Publications will reach to national and international universities and public institutions as digital broadcasting through with Pecya Dijital Yayıncılık. While the popular culture products could only be researched by field researchers in the past, now it would be possible for each individual to make their own field research with the assistance of the technology. The authors, the scientific stand and the genuineness of the Motif Foundation Publication are the proof of interest which indicates that they are reliable resources for scientific researches.

Dear Readers, " An Assessment of Status toward 100. Year of Turkish Folklore; 1. Turkish Popular Science Convention " will be held within scope of Motif Popular Science Symposiums in



Istanbul Culture University on the dates of September 16-17-18 with the cooperation of Istanbul Culture University, Ministry of Culture and Tourism and Motif Foundation. The purpose of the convention is to determine certain research approaches methods and theoretical frames in Turkish Popular Culture which we are preparing ourselves to celebrate the 100th year of it as a discipline, and gathering all theoretical advices, research approaches and methods together. In other words, determining the information and interest which had been directed to Turkish Popular Science during this 100 years period., and defining, discussing, and expanding the targets and methods in the new century.

Motif Foundation's visual and artistic works and academic studies supported by Motif Foundation Publications will continue to increase with the strength and the support which will be provided by you.

Sincerely Yours

M.Zeki Baykal

# Anadolu Halkının Giyim-Kuşamında Yer Alan İşleme Tekniklerinden Örnekler (Sayılarak Yapılan İşleme Teknikleri)

## Samples From The Embroidery Techniques At The Clothing Of Anatolian People (Embroidery Techniques Made By Counting)

Arş. Gör. Tuba ÇİTTİR

Gazi Üniversitesi, Mesleki Eğitim Fakültesi, El Sanatları Eğitimi Bölümü,  
Nakış Eğitimi Anabilim Dalı

**Özet:** İşleme, değişik lifler kullanılarak üretilmiş dokumaların ve bazen de keçe ve deri yüzeyinin üzerine; ipek, yün, keten, pamuk, metal gibi iplikler kullanarak yapılan süslemelerdir. İplik sayılarak yapılan işleme teknikleri, dokumanın en ve boy iplikleri sayılarak yapılan işlemlerdir. Anadolu halkının giyim-kuşam parçalarında, bu işleme tekniklerini görmek mümkündür. Genellikle işlemler, gömlek, içlik, don, uçkur, yağlık, peşkir, gecelik, başörtüleri, takke, heybe gibi gündelik hayatta kullanılan parçaların süslemesinde uygulanmıştır. Araştırma kapsamında incelenen kıyafetlerde, göynekte, hesap işi, kanaviçe-çapraz iğne, goblen ve sarma teknikleri, takkelerde susma, heybelerde susma ve sarma, başörtülerinde düz hesap iğnesi-verev hesap iğnesi, sarma, susma teknikleri uygulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sayılarak yapılan işlemler, kıyafetlerde işlemler.

**Abstract:** Embroidery is a decoration worked on either fabrics produced by using various fibres, or on felt or leather by using silk, wool, linen, cotton, metal threads. The techniques used by counting thread are the embroidery done by counting the threads of width and length of the fabric. At the parts Anatolian people embroidered on their clothing, it is possible to meet this embroidery. They are mostly applied to such daily materials as shirts, inner shirt, pants, uçkur, bandkerchiefs (yağlık), band towels, night gowns, scarves, takke (small hat), saddle bag as a decoration. At the clothing examined within the study, the techniques of counting, embroidery canvas – cross needle, goblen and rolling at göyneks (shirts), susma technique at takes, susma and rolling techniques at saddle bags, and plain counting needle – diagonal counting needle, rolling and susma techniques were used.

**Key words:** Embroidery done by counting, embroidery at clothing

### Giriş

Giyim-kuşam insan vücudunu dış etkenlerden korumak amacıyla ortaya çıkmış, aile kurumunun etkisiyle örtünme ihtiyacına hizmet etmiştir. Yaşanan süreçte, 'güzel', 'estetik' gibi kavramların yansımaları giyim kuşamda kullanılmış ve böylelikle giyim-kuşam sanat beğenisini de yansıtarak önemli bir kültürel öge haline gelmiştir. Bu özellikleriyle giyim-kuşam, insanı doğanın tahrip edici özelliklerine karşı korumakta, toplumsal bir norma hizmet etmekte ve sanatsal bir görünüm sergileyerek işlevsel bir kimlik kazanmaktadır. Giyim-kuşam, kişisel değer yargılarının yanı sıra oluştuğu toplumun toplumsal yargılarının, kültürel ve ekonomik koşullarının şekil verdiği, önemli bir kültür aktarım ögesidir.

Her toplumun üzerinde yaşadığı coğrafya, oluşturduğu tarih, kurduğu toplum düzeni, ürettiği kültür birbirinden farklıdır. Farklı kültürlerin kendilerine has özellikleri giyim-kuşamın obje, renk ve biçimlerini etkileyip belirlediği için de toplumların bir 'giysi kültürü'ne sahip olduğu söylenebilir.

Giyim-kuşam, ait olduğu toplumun kültürel özelliklerinin bir sunumudur. Ait olduğu toplumun iklim ve doğa koşullarını, ekonomik yapı ve olanaklarını, gelenek ve törelerini, değer yargılarını, estetik ve sanatsal özelliklerini, ahlaki değer sistemini yansıtır.

Anadolu insanın yaşam kültürü de giysi kültürüne yansımaktadır. Giysilerin geleneksel işlevleriyle kullanımının ötesine geçilerek, giysi üzerine yapılan işlemler ve bu işlemlerdeki zarafet, teknik ve motif zenginliği Anadolu'nun yaşam zenginliğinin bir sonucudur.

İşleme, değişik lifler kullanılarak üretilmiş dokumaların ve bazen de keçe ve deri yüzeyinin üzerine; ipek, yün, keten, pamuk, metal gibi iplikler

kullanarak yapılan süslemelerdir. Elde veya makinede, iğne veya tıgla, düz veya kabarık değişik iğne teknikleri yardımıyla yapılır.

El sanatlarının bir dalı olarak kabul edilen işleme sanatı, insan ihtiyaçlarını gidermeye dönük, çeşitli hammaddelerin kullanıldığı, ortaya çıkardığı ürüne estetik katkı sağlayan ve ekonomik değer üreten bir sanat dalıdır.

Gelenek, görenek, moda gibi kaynaklardan beslenen işlemler genellikle ev dekorasyonunda ve giyim süslemele-riyle aksesuarlarında kullanılmaktadır.

İşlemlerde kullanılan teknikler, "İşlemlerde gözlenen uygulama biçimleri, işlenecek dokumayı oluşturan iplikler üzerinde yapılan temel işlemlerdeki sistem doğrultusunda beş ana grup altında toplanmaktadır.

1- Dokumanın iplikleri üzerinde yürütülen iğneler

a) Serbest Stil İğneler

b) İplik Sayılarak Yapılan İğneler

2- Dokumanın iplikleri kapatılarak yürütülen iğneler

3- Dokumanın iplikleri çekilerek yapılan iğneler

4- Dokumanın iplikleri kesilerek yapılan iğneler

5- Dokumanın veya dokumaların iplikleri bağlanılarak yapılan iğneler." (Barışta, 1997).

İplik sayılarak yapılan iğneler, dokumanın en ve boy iplikleri sayılarak yapılan işlemlerdir. İşleme tekniğinin ve motifin özelliğine göre tekli, ikili, üçlü, dördü yada istenilen sayıda dokuma ipliğinin sayılmasıyla yapılan bu tekniklerde işlemler, düzenli olarak dokunmuş bir kumaş görünümündedir.

Sayılarak yapılan işlemlerden, hesap iğnesi (düz- verev hesap iğnesi), kum iğnesi, yüzeysel pesent, pesent, muşabak, mürver, çiğerdeldi, sayılı sarma sıraları, çiğerdeldi ve tel kırma teknikleri uygulama yaygınlığı açısından en yaygın olarak kullanılan iğne teknikleridir (Barışta,1997). Civankaşı, hasırığne, goblen, kanava- çapraz iğne, susma iğne teknikleri de sayılarak yapılan işleme tekniklerindedir.

Anadolu halkının giyim-kuşam parçalarında, bu işleme tekniklerini görmek mümkündür. Genellikle işlemler, gömlek, içlik, don, uçkur, yağlık, peşkir, gecelik, başörtüleri, takke, heybe gibi gündelik hayatta kullanılan parça-

ların süslemesinde uygulanmıştır.

Bu çalışmanın amacını, Anadolu halkının giyim-kuşam parçalarında süsleme amaçlı uygulanan, sayılarak yapılan işlemlerin, teknik, bezeme, kompozisyon ve renk özelliklerinin belirlenmesi oluşturmaktadır.

## MATERYAL VE YÖNTEM

Bu çalışmanın materyalini, Anadolu halkının geleneksel giyiminde yer alan, göynek, takke, heybe, başörtüsü gibi parçalarda yer alan sayılarak yapılan işlemler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında incelenen giyim-kuşam parçaları, hazırlanan ürün bilgi formuna, işleme teknikleri, kullanılan gereçler, bezeme ve kompozisyon özellikleri açısından işlenmiştir. Bu bilgiler değerlendirilerek araştırma bulguları elde edilmiştir.

## BULGULAR VE TARTIŞMA

### 1.Giyim-Kuşam Parçalarında Uygulanan Sayılarak Yapılan İşleme Teknikleri

Araştırma kapsamında incelenen giyim - kuşam parçalarında, kanaviçe (çapraz iğne), goblen (Fotoğraf 1), susma, sarma, düz hesap iğnesi, verev hesap iğnesi, iğne teknikleri kullanılmıştır. Araştırma kapsamında incelenen kıyafetlerde, göyneklerde, kanava (çapraz iğne), hesap işi, goblen ve sarma teknikleri, başörtülerinde düz hesap iğnesi-verev hesap iğnesi, sarma, susma



Fotoğraf 1. Goblen işleme tekniği ile işlenmiş

teknikleri uygulanmıştır. Sinop'ta kanaviçe tekniği ile işlenmiş göynek yakaları "yüzlü yaka" adı ile bilinmektedir (Fotoğraf 2). Bu işleme tekniklerinin karakteristik özelliği, dokumanın en ve boy ipliklerinin, kullanılan gereçlerin kalınlığına uyumlu olacak şekilde ikili, üçlü, dördü sayıda işleme tekniğinin özelliğine göre sayılarak işlenmesidir.

### 2. Sayılarak Yapılan İşlemlerin Uygulandığı Giyim-Kuşam Parçaları

Özellikle iç giyimde kullanılan göynekler (Fotoğraf 3), şalvar, takkeler, heybeler, başörtüleri incelenmiştir.

İç giyimde kullanılan kıyafetlerde, özellikle pamuk lifinden yapılmış kumaşlar tercih edilmiştir. Pamuk lifinin fiziksel yapısı gereği nem çekme yeteneği yüksektir(Arabacı, 2004). İç giyimde kullanılan kıyafetlerin doğrudan insan tenine temas etmesi ve teri emebilmesi nedeniyle su ve nem çekme kabiliyeti yüksek liflerin kullanılması önem taşımaktadır. Aynı durum araştırma kapsamında incelenen Sinop yöresi göyneklerinde de tespit edilmiştir. Sinop'ta geçmişte yoğun olarak kültürü yapılan keten bitkisi ihtiyacı karşılamak üzere life dönüştürülmüş ve dokunarak özellikle iç giyimde kullanılmıştır. Keten lifi de yüksek oranda nem çekme yeteneğine sahiptir. Bu kıyafetlerde işleme gereci olarak dokumaya uyumlu bir görünüm sağlama amacıyla çoğunlukla pamuk iplik tercih edilmiştir.



Fotoğraf 2. Kanaviçe işleme tekniği ile Sinop göynek yakası işlenmiş Sinop göynek yakası



Fotoğraf 3. Tokat geleneksel kadın kıyafetinden kanavice-capraz iğne tekniği ile işlenmiş göynek-saya

İşlemelerde bitkisel bezemelerden stilize edilmiş çiçekler, yapraklar; geometrik bezemelerden dörtgenler, zikzak, (Fotoğraf 4) ok biçimleri kullanılmıştır. Kenar bordürlerinde geometrik biçimler bezeyici nitelikte uygulanmıştır. Bu kıyafetlerde



Fotoğraf 4. Bitkisel ve geometrik bezemelerle süslenmiş, Tokat geleneksel kadın giyiminden iç etek.

işlemeler göyneklerin etek ucunda, kolun omuz kısmına yakın bölgesinde ve yaka çevresinde kullanılmıştır. Bazı kıyafetlerde işlemler bu üç bölgede kullanılabildiği gibi bazılarında sadece etek ucunda ya da sadece yaka çevresinde uygulanmıştır. Yaka çevresi işlemeciliğine Sinop göynek yakalarında sıklıkla rastlanmaktadır.



Fotoğraf 5. Balıkesir-Dursunbey'den bezemelerin bağlantılı sıralamalı düzende işlendiği, yöresel isimli "almalı göynek"



Fotoğraf 6. Bezemelerin bağlantısız sıralamalı düzende işlendiği göynek.

İşlemlerin kompozisyonu yerleştirildiği bölgeye göre değişebilmektedir. Etek ucuna yerleştirildiği takdirde kenar bordürü üzerine bezemeler bağlantılı (Fotoğraf 5) ve bağlantısız sıralamalı (Fotoğraf 6) düzende yerleştirilmiştir. Kolun omuz kısmına yakın bölgesinde yer alan işlemlerde kenar bordürü kullanılmamıştır. Yine bu bölgedeki işlemlerde bağlantılı ve bağlantısız sıralamalarda kompozisyon düzeni uygulanmıştır. Yaka çevresi işlemlerinde bağlantılı sıralamalı kompozisyon benimsenmiştir. Göyneğin altına giyilen şalvarlarda işlemler paçalarda yer almıştır.

İşlemlerdeki renk tercihi yöreden yöreye farklılık göstermektedir. Sinop göynek işlemlerinde renk kullanımı, bütün yakalarda bordo ve siyah renk olmak üzere yeşil, sarı, turuncu, mavi, beyaz, kırmızı, mor, pembe renkleri kullanılmıştır. Tokat sayalarında sarı, açık-koyu mavi, kiremit rengi, kahverengi, kırmızı, yeşil, turuncu, Balıkesir-Dursunbey'de turuncu ve mavi renkleri kullanılmıştır.

Başörtülerde kumaş olarak, halk arasında tül-bent adı verilen, en ve boy iplikleri eşit kalınlıkta olan pamuklu dokumalar kullanılmıştır. Hafif, yu-





Fotoğraf 7. Balıkesir-Dursunbey'den çok sayıda rengin kullanıldığı başörtüsü

yaygındır. Bunun yanında aynı rengin tonlarının ve çok sayıda rengin kullanımına da rastlanmıştır (Fotoğraf 7). Bazı başörtülerinde ikili renk kullanımı ile aynı rengin tonlarının kullanımları tespit edilmiştir. Başörtülerinde mavi, turuncu, sarı, badem yeşili, yeşil, kahverengi, eflatun, yavruağzı renkleri kullanılmıştır.

Başörtülerinin kullanım amacı yöreden yöreye farklılık gösterebilmektedir. Çoğunlukla namaz başörtüsü olarak kullanılan bu başörtüler Kastamonu-İnebolu'da günlük sokak kıyafetleri üzerinde giyimi tamamlayıcı amaçlı kullanılmaktadır. Bu yöredeki bir başka kullanım özelliği ise başörtülerin örtülüş biçimidir. Başörtülerini başa örtüldüğünde işlemler, vücudun sırt bölgesine gelmektedir (Fotoğraf 8).

İşlemlerdeki motifler, başörtülerinin uzun kenarlarının orta kısmına tek taraflı olarak yerleştirilmiştir. Geometrik biçimlerden oluşan geometrik beze-



Fotoğraf 8. Kastamonu-İnebolu'da başörtülerindeki işlemlerden görünüm

meler ile stilize edilmiş çiçek, yaprak, ağaç gibi konulardan oluşan bitkisel bezemeler tek başına ya da birlikte kullanılmıştır. Bu bezemeler çoğunlukla kenar bordürü üzerine yerleştirilmiştir. İncelenen örneklerde kompozisyonlar çoğunlukla bordür şeklinde, yatay, dikey ve yan yana yerleştirilen düzgün atlamalı ve bağlantılı sıralamalar şeklinde düzenlenmiştir. Kenar bordürlerinde bağlantılı sıralamalı kompozisyon düzeni uygulanırken, ana motifler yatay, dikey, yan yana yerleştirilen düzgün atlamalı ve bağlantılı sıralamalarla düzenlenmiştir.

Giyimi tamamlayıcı amaçlı kullanılan, takke ve heybelerde geometrik biçimlerden oluşan bezemeler bağlantılı sıralamalı kompozisyonlarda düzenlenmiştir. Takkelerde dokuma olarak pamuk-keten lifleri, işlemede keten iplik, işleme tekniği olarak susma ve çok sayıda canlı renk kullanımı tercih edilmiştir (Fotoğraf 9). Heybelerde kıl dokuma ve dokumaya uyum açısından işlemede yün iplik kullanılmıştır (Fotoğraf 10). İşleme tekniği olarak sarma ve susma teknikleri uygulanmıştır. Sarı, kırmızı, turuncu, lacivert, mavi, siyah gibi çok sayıda renk kullanımı gözlenmiştir. Geleneksel baklava, eli belinde motifleri heybenin iki ucunda uygulanmıştır.

Sonuç olarak Anadolu insanının kullanıldığı giyim- kuşam parçalarını süs-



Fotoğraf 9. Balıkesir-Dursunbey'den takkeler

lediği, kendi güzellik algısını giyim parçalarına taşıyarak yaşamını zenginleştirdiği görülmektedir. Çoğunlukla geleneksel bezemelerin tercih edildiği bu ürünlerde halkın ananevi giysi kültürü yaşatılmıştır. Bu kıyafetler araştırılarak Anadolu halkının geçmişte yaşam tarzının giysilere nasıl yansıdığı öğrenilebilmektedir. Söz konusu giysiler ve bu giysilerdeki işlemler, günümüzün değişen yaşam algı, standart ve uygula-



Fotoğraf 10. Balıkesir-Dursunbey'den yün iplik ile işlenmiş heybe

malarına uyumlaştırılarak devamlılığını sürdürmektedir.

#### Kaynakça

ARABACI, Hasan. 2004. Elyaf ve İplikçilik Bilgisi. Devlet Kitapları Genel Müdürlüğü. İstanbul.

BARIŞTA, H.Örcün. 1997. Türk İşlemlerinden Teknikler. Gazi Üniversitesi Mesleki Yaygın Eğitim Fakültesi Yayın No:2. Ankara.

KÖKLÜ, Hülya. 2002. El İşlemleri. Ya-Pa Yayın Pazarlama San. Ve Tic. A.Ş. Turan Ofset. İstanbul.

#### Dipnotlar:

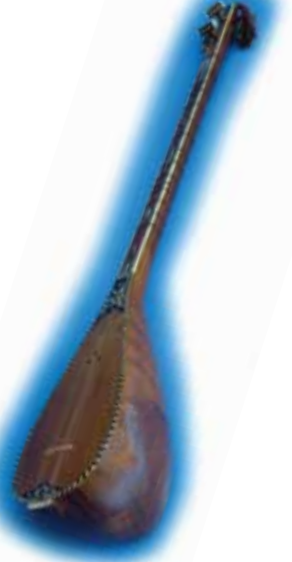
2- İşleme tekniğine,kullanılan kumaş ve iplik kalınlığına göre bu sayı artabilir.

3- Sayılarak yapılan işleme teknikleri hakkında işlem basamakları, Prof.Dr.H.Örcün Barışta'nın (1997) "Türk İşlemlerinden Teknikler" kitabı ile Hülya Köklü'nün (2002) "El İşlemleri" kitaplarında detaylı olarak bulunmaktadır.

4- Tokat geleneksel kadın giyiminde göynek "saya" olarak bilinmektedir.

## Türkiye ve Azerbaycan Müziğinde

# Bağlama ile Saz'ın Yeri ve Önemi



Öğr. Gör. İlhamе MEMMEDLİ  
Kafkas Üniversitesi Devlet Konservatuvarı

Türk folkloru içerisinde oldukça önemli bir yere sahip olan halk müziği ve oyunları, birçok yönü ile zengin bir yapıya sahiptir. Bu zenginlikler içerisinde gerek halk türkülerinin gerekse halk oyunlarının ayrılmaz parçası olan halk çalgılarının önemli bir yeri vardır.



eski karakterli kopuzlar

Çok çeşitli enstrümanlarla beraber Türk dünyasında kullanımı en yaygın telli Türk halk çalgısı saz ve bağlama'nın kökleri çok eskilere dayanır. Onları icra eden aşıkların ecdadı olan ozanlar Atilla döneminden (m.ö.5.yy) ve Atilla sarayından başlamış 15.Yüzyıla kadar kopuzlarıyla saraylarda, aynı zamanda il il dolaşarak tarihi olaylardan kahramanlıktan söylemiş, onları yaşatmış, kutsallaştırmışlar. Bu çalgıların ilk başlangıcı kopuz olmuştur. Yay ile çalınan bu teller parmak ile de çalınıyordu. Ancak tip ve şekil bakımından birbirlerinden fazla bir ayrılıkları yoktu, bazı açıklamalar kopuz'un hem parmakla hem de yayla çalınan aynı tür çalgı olduğunu ve bu çalgının ilk şekillerinin de yayla çalınan kemençeler olduğunu düşünmektedir. Yay ile çalınan eski karakterdeki Türk kopuzu insana biraz korku ve biraz da sihirle dolu bir duygu verir. Telli kopuzlar yaylı ve yaysız olsunlar, daha çok kapalı yer enstrümanlarıdır. Sevgi ve saygı, tanrıya yakarış, ululardan medet dileme, yarına hazırlanma, birlik, bir millet olma yolunda kopuzlar bir aracı olurlardı. Türk halk musikisinde kullanılan telli / saplı çalgıların atası olan kopuz'un ömrü 18.yüzyıla kadar devam edebilmiştir. Ozan yaratıcılığının en esas musiki

çalgısı olan kopuz nesilden nesile geçerek Anadolu Türk Ozanlarının yaratıcılığında bağlama-saz'a, Azerbaycan Türklerinin aşık yaratıcılığında yerini saz'a vermiş, Orta Asya ve bir çok Türk halklarının müziğinde kendi tarihi adını korumuştur. Kazak, Kırgız, Türkmen, Tatar Kopuzu şimdi de mevcuttur. Türkiye'nin bazı yörelerinde saz enstrümanı kopuz olarak nitelendirilir.

Aynı kökten oluşmuş, onun çalgı geleneklerini taşıyan bağlama ve saz enstrümanı Türkiye ve Azerbaycan gibi Türk topraklarında farklı yolu çizmiştir.

Azerbaycan'da saz demek aşık yaratıcılığı çalgı enstrümanı demektir. Bu çalgı aşık yaratıcılığı formunu oluşturmuştur. Aşık yaratıcılığı birkaç asırlık tarihe sahiptir. Ozan geleneğini devam ettiren aşıklar il il, oba oba gezmiş saz çalarak destanlardan toplumsal, tarihsel, bireysel olgu ve durumlar karşısında nitelendirebileceğimiz söyleyiş geliştirmişler, halk'ın ortak duygu ve düşüncelerini dile getirmiş, Türk kültürünün korunmasında kültür taşıyıcıları olarak görev yapmış ve yapmaktadırlar. 18.Yüzyıldan başlayarak müzik törenlerinin, sözlü sazlı müzik meclislerinin olduğu bir dönemde aşıklar Sanatçı - Sazende statüsünü alırlar. Günümüzde de yaşanan olaylar, problemler, güzellikler aşıkların dillerinden – çalgılarından duyulmaktadır. 18. Yüzyılın ikinci yarısından başlamış meşhur aşıkların yaygınlaştığı bölgeler eski Azerbaycan toprakları sayılan Gencebasar, Borçalı, Göğçe, Dereler, Naçıvan ve Güney Azerbaycan'ın Zencan, Horasan, Save ve Gaşgay v.s. gibi bölgeler olmuştur.

Aşık yaratıcılığının sembolü olan saz çeşitleri ölçülerine, tel ve perdelerinin sayısına göre farklılık taşır. Sadece sinede çalınan büyük ölçü-



lü enstrümanlar (1000-1100 mm. gibi uzunlukta)- tavar ve büyük saz; orta boyda enstrümanlar (800-930 mm.)- orta saz, küçükler ise (540-750 mm.) – cüre, hırda, bala, küçük, koltuk sazi adını almışlardır. Tavar sazdaki tellerin sayısı 8-11; orta saz'da 8-9; cüre saz'da 4-7'dir. Büyük sazları aşıklar, küçük sazları orkestra ve gruplar aynı zamanda aşıklar öğrencilere ders anlatırken kullanırlar.

Geçmişten 1500 mm. uzunlukta 12 telli baş tavar, ana saz gibi büyük sazlar olmuşlar. Şimdiki aşıklar 9-11 telli enstrümanları Ana Saz, 7 tellileri Tavar Saz, 5 tellileri Cüre Saz olarak adlandırırılar. Azerbaycan halk çalgı enstrümanları orkestrasında tavar ve cüre saz'dan pek farkı olmayan orkestra saz'ı yer alıyor. Onun ilk örnekleri 20. yüzyılın 30'lu yıllarında Azerbaycan notalı halk çalgıları orkestrasının gelişimi açısından yapılmıştır. Saz'ın uzunluğu 605 mm. tellerin sayısı 4, perdelerin sayısı 17 idi. Günümüzün halk çalgı enstrümanları orkestrasında uzunluğu 800 mm. 5-6 telli, 17 perdeli orta ölçüde sazlar kullanılıyor.

Saz'ın ağaç hisselerine derin çanak, küp, uzun kol, aşıklı kelle aittir. Çanak dış görüntüsüyle armut'u hatırlatıyor. Uzunluğu 450-500 mm. eni 300-450 mm. ve derinliği 200-300 mm. dir. Bazı sazlarda çanağın aşağı çizgisi kabarık, bazılarında ise biraz yassı şeklindedir. Buna örnek Tovuz saz'ı pek yaygındır. Önceleri ağaç kötüğü dıştan ve içten yontularak çanak şekline getiriliyordu (Aşık Alesker'in sazi böyleydi). Daha sonraları saz'ın güzel seslenmesinden dolayı çanağı ağaç dilimlerinden yapmaya başladılar. Çanak dut ağacının kötüğünden yapılıyor, bu ağaç kolay eğilir ve güzel ses çıkarır. Kolu (sap) ceviz, armut, fıstık, hurma ve dut ağaçlarından 650-700 mm. uzunlukta yapılıyor. En iyisi ceviz ağacından yapılır. Onun 250 mm uzunlukta yukarı bölgesi (boğazı) aletin kellesini (kolun başı) oluşturuyor. Kolun ön tarafı yassı, arka tarafı yuvarlaktır. Kolun uzunluğu ve eni aşağı bölgede 35-40 mm. olup, kafaya doğru 25-30 mm. kadar inceliyor. Alet iyi seslensin diye bazen kolun içini boş bırakırlar. Küp dut, erik, ceviz ağacından 90-120 mm. uzunlukta hazırlanır. Ona çanak ve kol birleştirilir. Aletin dekası (sine, kapak, üz tahtası)

dut ağacından 3-4 mm. kalınlığa kadar yolunur, rende ile düzeltilir. Sonra demir çengelle ön taraf eğilir. Ön çanağa ipe sıkılarak bağlanır. Birkaç günden sonra ip açılır. Çanağın kenarı at kurgası veya kızıl söğüt ağacından hazırlanmış çizgilerle kapatılıyor. Saz'ın güçlü seslenmesi için sine ön kapağında tellerin altında 5-6 küçük delik – seslikler açılır. Delikler bazen çanakta da açılır. Aşığlar (kulak, burmaç, tel cüyü) ceviz, erik, armut veya fıstık ağacından yapılır, sazın kafa bölgesinde kolun yukarı ve yan taraflarında açılmış gözlere takılır. Kola Ağustos ayında kesilen erkek koyunun acı bağırsağından hazırlanmış perdeler bağlanır. Aletin kökünü düzene sokmak için perdeler kol boyu yukarı ve aşağı çekilebilir. Aşık sazlarının çoğunun önceleri 8 perdesi olurdu. 11 perde ile tüm aşık havalarını çalmak mümkündü. Şimdilerde perdelerin sayısı bazen 14-15 de olur. Bunlardan başka yukarı tellerin dayanıklı olması için yardımcı tel perdesinden kullanılır.



Türkiye'de saz denildiğinde çok çeşitli müzik enstrümanları akla geliyor. Genel olarak kullanılan tüm enstrümanlara saz denilmektedir. Ama bu sazların başında önemi ve yeri çok eski bir kültüre dayanan bağlama çalgısı geliyor. Anadolu da bağlama girmemiş yöre ve ev yoktur. Bağlama Asya kökenli sazlardan olan kopuz'un Anadolu'daki bir devamı olmuştur. Kopuzdan bağlamaya geçiş enstrümanı "çögür" olmuştur. Kopuzda deri olan göğüs kıs-

mı çögür de ahşap'a dönüştürülmüş, sapı uzatılmış ve perde takılmıştır. Beş kıl telli çögür madensel telli büyük gövdeli uzun saplı bir çalgıya dönüşmüştür. Günümüzde çögür orta boy bağlamada küçük bir sazdır. Bağlama adını ilk olarak 18. yy metinlerinde rastlanıyor.

Anadolu da yaygın olarak kullanılan üç tür bağlama çeşidi meşhurdur: uzun saplı, kısa saplı bağlama ve cura. Gerek uzun saplı gerekse de kısa saplı bağlamalar 3 sıra 7 tellidir. Halk arasında yaşayan Meydan Sazı, Divan Sazı, Çögür, Kara Dizen, Aşık Düzeni-Sarı, Bozuk Bağlama, Tambura, Cura, Cura Bağlama, ırızva, Bulgari, Yelteme gibi bölge bölge değişen isimler verilmekte ve tamamı "Bağlama Ailesi" olarak adlandırılmaktadır.

Anadolu'da bağlama ailesi çalgıların, olağanüstü bir çeşitlilik sunması ve hemen her yörede kullanılması, çalgının "yerli"liği adına önemlidir. Anadolu sazlarında, bu türden çalgıların adlandırılmasında, farklı yöntemler uygulanmıştır. Sözelimi tel sayısına göre, boyutuna göre, çalındığı akorda, hatta çalındığı yere yapılan adlandırmalar vardır. Tel sayısına göre yapılan adlamada, önceleri arapça-farsça adlamalar yaygınken (dütar, setar, cıhartar, pençtar, şeştar gibi), bunun yerini Türkçe adlamalar almıştır. Anadolu sazları arasında, adları, "ikitelili" den "onikitelili"ye kadar değişen örnekler saptanmıştır. Bu arada tel sayılarına göre yapılan adlamaların yerini, giderek çalgının boyuna, çalındığı akorda yada çalındığı yere göre yapılan adlamaların aldığı görülür. Söz gelimi cura, ırızva, bağlama, bozuk, tambura, çögür, divan sazi, meydan sazi gibi adlar, her çalgının boyutunu esas alan bir anlayışın örnekleridir. Bağlama, bozuk, abdal gibi adlar, özel bir boyut bildirmenin yanı sıra belirli bir akord türüne görede işaret etmektedir. Divan sazi, meydan sazi gibi örnekler çalgının icra edildiği mekansal büyüklüğe de çağrışım yapmaktadır.



Anadolu sazlarındaki bu adlamaların tarihsel gelişimini incelerken, yararlanılan önemli kaynakların başında halk ozanlarının şiirleri gelmektedir. Yunus Emreden (13. yy.) başlayarak, kopuz, çeşte (şeştar-altı telli), tambura, cura, bağlama, çöğür gibi adların sıkça bu metinlerde geçtiği görülür. Kazak Abdal, Pir Sultan Abdal, Karacaoğlan, Köroğlu, Dadaloğlu, Emrah, Kerem gibi daha pek çok ozan, hayatlarını paylaşan bu “sadık dost” için şiirler söylemişlerdir.

**Meydan Sazı:** Telli çalgılar ailesinin en büyüğüdür, uzun saplıdır, yanık sesi vardır, meydanlarda çalınmasından dolayı meydan sazı denilmiştir. 12 teli bulunması nedeniyle bazı yörelerde 12 telli saz da denilmektedir. Sapında 30-32 perdesi vardır, en ince teli 35-40 numaradır, form boyu 52,5 cm, sap boyu 70 cm, tel boyu 112 cm, form eni ve derinliği 31,5 cm dir.



**Divan Sazı:** Meydan sazı görünümünde 3 grup teli olan olgun ses veren bir sazdır. Bugün meydan sazının yerini almıştır. Meydan sazından biraz daha küçüktür. 9 teli yada 7 teli olarak kullanılabilir. Meydan sazından 4 ses daha tiz akort edilir. Form boyu 49 cm, sap boyu 65 cm, tel boyu 104 cm, form eni ve derinliği 29,5 cm dir. Bağlama ailesinin en kalın ses veren çalgısı divan sazıdır.

Divan ve meydan sazları hemen hemen Türkiye'nin tüm bölgelerinde aşıklar tarafından çalınır. Kafkaslara, özellikle Azerbaycan'a yakın Doğu Anadolu Bölgesi aşıklarının kullandığı enstrümandır. Bununla aşıklar ozan-aşık geleneğini devam ettirerek destan, hikaye, aşıklık geleneğinin

de hayat, yaşam, ölüm, halkın problemlerini anlatıyorlar.

**Bağlama:** Bağlama ailesinin en yaygın Türk halk çalgısıdır. Kopuzun Anadolu da geçirdiği evrimlerden ve sapına perde bağlanmasından sonra ortaya çıkan bağlama Türkmenler tarafından tıpkı kopuz gibi kutsal bir enstrüman sayılıyor. Nitekim Alevi ve Bektaşilerin dinsel törenleri olan “Cem”, bağlamanın öpülüp başa konulmasıyla başlar ve tüm tören boyunca deyişler bağlamayla çalınır. Alevi Bektaşi dedeleri de bir nevi “gezgin ci ozan” sayılabilirler. Bağlamanın kendine has bir ses düzeni (akordu) vardır ki buna bağlama düzeni denilir. Bağlama ses ve perde düzeni bakımından son derece esnek olup, üst teldeki bam telinden başlanmak kaydıyla 2,5 oktavlık ses genişliği elde edilebilir. Tezene hareketlerine düz, çarpma, fırıldak, vurma, kazıma, çekme, okşama, parmak ile denilmektedir. Sazlar genelde insana benzetilmiştir. Sap'ın baş tarafına (Baş-Kaş), burgularına (Kulak), sapına (Kol), yüz tarafına (Göğüs), deliklere (Göz), tambur kısmına (Gövde) denir. Buradan da yukarıda belirttiğimiz Azerbaycan'daki Sazıyla Türkiye'deki bağlamanın bölgülerinin aynı olduğu anlaşılmaktadır. Bağlama tekne, göğüs ve sap olmak üzere üç ana kısımdan oluşmaktadır. Tekne kısmı genelde dut ağacından yapılmaktadır. Ancak dut ağacının dışında ardıç, kestane, ceviz gibi ağaçlardan da yapılmaktadır. Tekne boyu 41,5 cm, tekne eni ve derinliği 24,9 cm, sap boyu 55cm, tel boyu 88 cm dir. Bağlamada ikişerli yada üçerli tel grupları değişik perdelere çekilmekte böylece zengin bir dizem sayısına erişilmektedir. Halk arasında genelde dört düzen şekli yaşamaktadır.



**Bozuk:** Yine bu aileden 80-90 cm boyunda üçerden üç grup telli bir sazdır. Açık ve berrak bir sesi vardır. 15-18 perdesi vardır. Üçerli grup halinde 9 tel takılır.



**Tambura:** Bağlamadan daha küçüktür. İki telli Kazak, Kırgız çalgısı olan “Dombıra”nın bugünkü halidir. Akordu da bozuk sazın akordu gibidir. Yalnız perde bağı fazladır (20-22). Divan



sazından bir oktav tizdir ve divan sazının curası olarak bilinir. Bağlamadan da dört ses daha tizdir. Form boyu 38 cm, sap boyu 50 cm, tel boyu 80 cm, form eni ve derinliği 22.8 cm dir.



**Çögür:** Belli bir sazın adı değil. Yurdun çeşitli yerlerinde çeşitli sazlara çögür denildiği görülmektedir. Güneyde (Adana, Mersin, Gaziantep, Urfa, Diyarbakır) Bozuka 12 telli aşık sazlarına çögür deniliyor. Divan sazına yakın büyüklükte 9 ile 6 tel takılmakta ve 15 e kadar perdesi bulunmaktadır. Çögür ile; Nefes, Ayin ve Semai gibi havalar çalınır.

**Cura:** Bağlama ailesinin en küçük sazıdır. Bu ailenin 50-70 cm boyunda olanıdır. Teknesi küçük, sapı oldukça kısadır. Üzerinde 7-16 perde bulunur. 3-6 teli bulunmaktadır. Genellikle 6



tellidir. Bağlama veya bozuk düzenlerine akort edilebilir. Uzun ve kısa saplı bağlamalar gibi kullanılır.

**Bulgari:** Güney ve güneybatı Anadolu ile Kayseri yöresinde görülen curaya yakın bir saz.

Bağlamalar, Anadolu'nun her yöresinde farklı yapısı, tezene vuruşları, akort sistemini etkiler. Bağlama tezeneyle çalınabildiği gibi daha öncede belirttiğimiz tezenesiz yani parmakla vurarak çalma şekli olan "selpe" yöntemiyle de çalınabilir. Yörelere farklı şekilde tavırları vardır. Örneğin Ege'deki Tahtacılar da bağlamanın göğsüne sert vurulurken, doğudaki Aleviler de daha yumuşak çalınır. 1960'ların sonuna doğru bağlamanın sesini müzik yapılan mekanlarda daha çok duyurmak ve rock müziğinde de kullanabilmek için elektro bağlamalar yapılmaya başlandı. Elektro bağlamalar, bağlamanın yapısal özellikleri korunarak, içine yerleştirilen elektro gitar manyetikleriyle üretildi.

Yukarıda açıklamasını yaptığımız Türk Halk çalgıları saz ve bağlamanın aynı kökten geldiği, yetiştiği ortamın kurallarını taşıdığı görülmektedir. Günümüzde bu çalgılar halk geleneğini yaşatmakla beraber klasik müzik örneklerini de icra ediyor, senfonik

orkestrayla müzik sunuyor, besteci yaratıcılığında batı enstrümanlarıyla beraber kullanılıyor. Buna örneklerden biri ünlü Azerbaycan bestecisi Cavanşir KULİYEV'in yaratıcılığıdır. Eserlerinin yarısından çoğunu saz çalgısı ile zenginleştirmiştir: "Zurna ve senfonik orkestra için uvertür", senfonik orkestra için "Karvan", viyola ve saz için sonatını vs. eserleri gösterebiliriz. Bestecinin senfonik eserlerinde saz enstrümanını kullanması onun ne kadar milli kökene bağlılığını ve bu kökenin taşıyıcı, elçisi sazın önemli yeri olduğunu göstermiştir. Türk müzisyenlerinin yaratıcılığında da bu kenarda kalmamıştır. Örnek olarak Arif SAĞ, Erdal ERZİNCAN, Erol PARLAK'ın senfonik orkestrayla beraber çaldığı "Concerto for Balgama" triyosunu gösterebiliriz.

#### Kaynaklar:

Saadet ABDULLAHYEVA- Azerbaycan Halk Çalgı Aletleri., Adiloğlu Yayıncılık, Bakü 2002 s. 146-152

Gazimihal, Mahmut Ragıp., Milli Eğitim Basımevi, İstanbul, 1961

Yekta Bey, Rauf., Türk Musikisi, Pan yayıncılık, İstanbul 1985

Özbek Mehmet: "Türk Halk Çalgıları" Ötügen Yayınları, Ankara 1975

Ataman Sadi Yaver : "Türk Halk Çalgılarına Ait Ayrıntılı Bilgiler ve Bağlama Geleneği" Türk Halk Kurumu Basımevi., Ankara, 1993



# “Tahtacılar Topluluğundan Olan Balıkesir Merkez Türkali Köyü ve Edremit Çamcı Köylerinde Evlendikten Bir Gün Sonra Yapılan

## Baş Bağı Adetlerinin Karşılaştırılması”



Öğretim Görevlisi Kazım BİBER  
Balıkesir Üniversitesi Necatibey Eğitim Fakültesi  
Oğuz KAPLAN  
Emekli Öğretmen. Araştırmacı-Halkoyunları Usta Öğreticisi

**Özet:** Günümüzde Anadolu'nun pek çok yöresinde kalabalık gruplar halinde yaşayan Türkmenler, Ağaçeri, Tahtacı gibi adlarla anılırlar. Balıkesir Çanakkale il sınırı içerisinde bulunan Kazdağlı Türkmenleri de tahtacı adıyla anılmaktadır. Bu Türkmenlerin tamamı alevidir (Erden, 1995). Kültürel yapısındaki çok eski kültürel unsurları bugünde bütün canlılığıyla yaşayan tahtacıların giyim kuşamlarına baktığımızda aynı canlılığı görmekteyiz. Bunun en güzel örneği, kadının toplum içerisindeki statüsünü de yansıttığı baş bağı adetlerinde görülmektedir. Baş bağı âdeti yeni gelinlere uygulanan bir törendir. Bu çalışmanın amacı Balıkesir merkez Türkali köyü ve Edremit Çamcı köyündeki kadınlara evlendikten bir gün sonra yapılan baş bağı (baş bağlama) adetlerinin karşılaştırılmasıdır.

Bu amaç doğrultusunda Türkali Köyü ile Çamcı Köyünde gözlem ve incelemeler yapılmıştır. Araştırma sırasında köyün ileri gelen kadınları baş bağı ve aksesuarları hakkında bilgi vermişler, ayrıca gelin olacak bir genç kızın üzerinde baş bağı (Baş bağlama) âdeti uygulanmıştır. Çalışmalar fotoğraflarla desteklenmiştir. Sonuç olarak aynı Türk boyundan olmasına karşılık her ikisi de “yanyatır (yanın yatır)” ocağına bağlı olan Tahtacı köylerinde baş bağı (baş bağlama) adetlerine yönelik olarak dokuma, kumaş, aksesuar ve bağlama yönünden farklılıklara rastlanmıştır. Aradan geçen 70 seneye rağmen adı geçen köylerde uygulanan baş bağı âdetinin aynı tarzını koruyor olması “eski

değerlerin gün geçtikçe kayboluyor” tezinin baş bağı âdeti için geçerli olmadığını ortaya koymaktadır.

### Giriş

Tahtacıların atalarının XIII-XV. yüzyıllarda yaşamış Ağaçeriler oldukları şüphesizdir (Sümer, <http://www.turkcleronline.com>). Timur Türkistan'ı egemenliği altına alınca, yurtlarını terk etmek zorunda kalan Ağaçerilerin bir bölümü İran'a, bir bölümü de Anadolu'ya yerleşti. Moğolların Anadolu'yu işgal etmesi üzerine, buraya gelmiş olan Ağaçeriler bu kez Suriye ve Irak'a göç ettiler. Bunların bazısının, Timur'un ölümünden sonra (1405) yeniden Anadolu'ya döndüğü ve sonradan Tahtacılar olarak anıldığı kabul edilir (<http://tr.wikipedia.org>). Akerson'a (2006) göre Tahtacılar, Anadolu'ya ilk Türk göçleriyle Horasan üzerinden gelmişlerdir. Ama yüzyıllarca üzerlerindeki baskılar nedeniyle ormanlarda yaşamayı seçmiş ve Orta Asya Türk geleneklerini ağaç kültürüyle harmanlamışlardır. Uzun süre içe kapanık yaşamlarını sürdürebilmişler ve yaşam biçimlerini en az biçimde bozulmadan koruyabilmişlerdir.

Tahtacılar, Ege ve Akdeniz bölgelerinin ormanlık yörelerinde yaşayan ve ağaç işçiliğiyle uğraşan Alevi Türkmenlerdir. Tahtacılar günümüzde daha çok Kahramanmaraş, Adana, İçel, Denizli, Isparta, Burdur, Balıkesir, Aydın ve İzmir yöresinde yaşarlar; sayıları 400 bin dolayındadır. (1990). Alevi olmalarına karşın Tahtacılar Orta

ve Doğu Anadolu'daki Alevilere benzer yönleri çok azdır. İnançlarında ve yaşam biçimlerinde Şamanlığa ilişkin kanıtlarla Alevi, Bektaşî, Hurufî, Sünnî inanç ve töreleri iç içe geçmiştir. Tahtacılar dinsel yönden iki kola ayrılırlar. Yanın Yatırlar, İzmir'in Narlıdere'deki dedeye, Şahaplar de Aydın'ın Reşadiye bucağındaki dedeye bağlıdırlar. Bu iki kolun ortak yanları Caferiye mezhebine bağlı olmaları ve Meşhed'deki İmam Rıza Türbesi'ni tek merci saymalarıdır. Tahtacılar oymak damgasını kutsal sayar, bu damganın kendilerini her türlü kötülükten koruyacağına inanırlar. Ağaç işçiliğinde kadın erkek birlikte çalışırlar (<http://tr.wikipedia.org>). Balıkesir Çanakkale il sınırı içerisinde bulunan Kazdağı Türkmenleri de tahtacı adıyla anılmaktadır. Bu Türkmenlerin tamamı alevidir (Erden, 1995).

#### Balıkesir'de Tahtacıların Yaşadığı Yerleşim Birimleri



Kaynak: [www.balikesir.gov.tr](http://www.balikesir.gov.tr)

Balıkesir İlinin büyük bir kısmını Güney Marmara'da yer almakla birlikte, hem Marmara hem de Ege Bölgesi'nde toprakları bulunmaktadır. Doğuda Bursa, Kütahya, güneyde İzmir, Manisa; batıda Ege Denizi, Çanakkale ve kuzeyde Marmara Denizi ile çevrilidir (<http://www.balikesir.gov.tr>).

Tablo 1'de görüldüğü gibi Balıkesir ilindeki Tahtacıların yoğun olarak yaşadığı yerleşim birimlerinden birisi, Türkali diğeri ise Edremit Çamcı köyleridir. Bu iki köyde aynı Türk boyundan, her ikisi de "Yan Yatır (yanın yatır)" ocağına bağlı olan Tahtacı köyleridir.

#### Tablo 1. Yerleşim Merkezleri: Balıkesir

Tahtacıların Yoğun Olarak Yaşadıkları Yerleşim Birimleri

Kaynak: [http://www.turkcleronline.com/turkler/anadolu\\_turkleri/tahtacilar/tahtacilar](http://www.turkcleronline.com/turkler/anadolu_turkleri/tahtacilar/tahtacilar)

İl	İlçe	Bucak	Köy
Balıkesir	Merkez		Türkali
			Pelittköy [karışık]
	Burhaniye		Tahtacı
			Taşçılar
	Edremit		Artaşı
			Çamcı
	Kepsut		Doyran
			Hacıhasanlar
			Kavlaklar
			Kızılcukur
Mehmetalan			
Savaştepe		Poyralı	
		Tahtakuşlar	
			Yassıçalı
			Mehmetler
			Kongurca

Balıkesir il sınırları içinde yer alan Türkali Köyü, Tahtacı-Türkmenlerindendir. Türkali Balıkesir Merkeze uzaklığı 18 km dir. Türkali köyünün yerleşim tarihi 170-180 yıllıktır. Arzisinin geniş ve tarıma elverişli olması ekonomik yapıyı yükseltmiştir. Merkeze yakınlık ve yurtdışı göç oranının yüksek olması geleneksel yapı bakımından dış etkenlere açık olmayı getirmiştir (Serez,2006).

Edremit Çamcı köyü de Edremit'e 3 Km uzaklıkta olup, 1882 yıllarında yerleşik hayata geçmiştir. Köylünün geçim kaynağı zeytinciliktir. 225 hane den oluşan Çamcı köyünün nüfusu 850 dir(2000). Bu köyde Türkali köyü gibi Tahtacı-Türkmenlerindendir (Çelik, 2006).

Yıllarca kapalı toplum olarak yaşayan tahtacılar, 19. yüzyılın sonlarına doğru yerleşik hayata geçmiş, Köy enstitüleri ve öğretmen okulları ile aydınlanma ve çevreye açılma dönemi başlamıştır. Yerleşik düzene geçişle birlikte, üretim biçimi de değişmiş, giderek zayıflayan Tahtacılığın (meslek olarak) ve hayvancılığın yerini tarım almaya başlamıştır.

#### Araştırmanın Amacı

Giyim insanın var oluşuyla, öncelikle doğa koşullarından korunmak amacıyla ortaya çıkmış bir olgudur. Geçmişten günümüze çeşitli doğal, toplumsal, etik değerlerin etkisiyle biçim değişiklikleri göstererek bugüne kadar ulaşmıştır. Ancak zamanla biçim farklılıkları gözlenmiştir. Bu çeşitlilikler, ait olduğu toplumun folklorik, sosyo-ekonomik yapısı, yaşanan coğrafya, kullanılan malzeme, iklim gibi nedenlerle oluşmuştur.

Kültürel yapısındaki çok eski kültürel unsurları bugünde bütün canlılığıyla yaşayan tahtacıların giyim kuşamlarına baktığımızda aynı canlı-

lığı görmekteyiz. Bunun en güzel örneği, kadının toplum içerisindeki statüsünü de yansıttığı "baş bağlama" (baş bağı) adetlerinde görülmektedir. Baş bağı âdeti yeni gelinlere uygulanan bir törendir. Tahtacı Türkmenlerde baş bağlama töreninde birliktelik vardır. Örneğin, törenin başlangıcından bitişine değin yapılan uygulamalar aynıdır. Ancak başa takılan süslerde, aksesuarlarda farklılıklar olabilir (Asan, 1997).

Bu çalışmanın amacı Balıkesir merkez Türkali köyü ve Edremit Çamcı köyündeki kadınlara evlendikten bir gün sonra yapılan baş bağlama adetlerinin karşılaştırılmasıdır.

#### EDREMİT ÇAMCI KÖYÜ BAŞ BAĞLAMA ÂDETİNDE KULLANILAN GİYSİLER



#### Terlik

Kumaş üzerine altın ve gümüş dikilmesiyle yapılmış süslü başlıklardır.



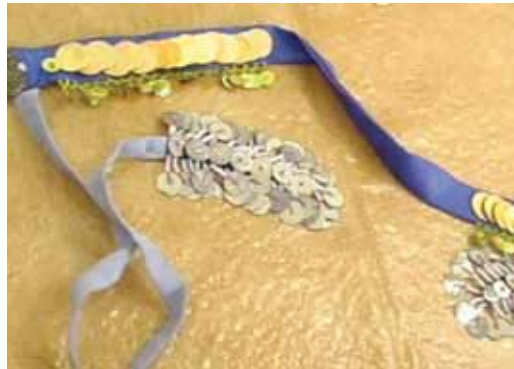
#### Keten

Tülden hazırlanıp dörtkenarı pul oya ile işlenir. Kenar kısımlarına ise orlon ipe kanaviçe yapılır.



#### Yırtma

Tülbentlik kumaştan dokunmuş yazma. Genellikle beyaz renktedir. Sadece iki ucu pul ve boncukla süslenmiştir. Boyun altından geçip kulaqları da örtecek kadar büyüktür. Çene altından geçirilip başta düğümlenir. Bir düğüm atılır.



#### İlmeçer

Çenenin altından alınarak, yanlarda birer çengelle tutuşturulan ve üzerinde yer yer madeni paralarla boncukların sallandığı bir parçadır.



#### Yeşil Çeki (Altınlı çeki)

Yeşil ipekli kumaştan, eni normal bir alını örtecek kadardır. Uç kısımları bocuk ve pul oyasıyla süslenmiştir. Alna gelecek orta kısım zenginliğin ölçüsüne göre altınlarla bezenir.



#### Bürümbe

Beyaz tülden 1m-1.5m ebadında, kenar kısımları orlon ipele saçak takılarak hazırlanır. Alna gelecek kısımda 3 sıra bocuk ve pul oyaları yer alır.

#### EDREMİT ÇAMCI KÖYÜ BAŞ BAĞLAMA ÂDETİNDE KULLANILAN GİYSİLER



Baş bağlama yandan görünüşü

Baş bağlama bürümbeli arkadan görünüşü



Baş bağlama bürümbe takılı şekli



Baş bağlamanın son şekli



**BALIKESİR MERKEZ TÜR-  
KALİ KÖYÜ BAŞ BAĞLAMA  
ÂDETİNDE KULLANILAN GİY-  
SİLER**



**Kepez Çiçeği**

Katlanarak şerit haline getirilen tülbinden başı çevreleyen kısmına gelin teli ve kumaş parçalarıyla oluşan çiçekler dikilerek hazırlanır.



**Duvak alı**

1m-1m ebadında olup dörtkenarı sarı pul ve boncuk oyasıyla bezenmiştir.



**Duvak Yeşili**

1m-1m ebadında olup dörtkenarı sadece sarı pullarla hazırlanan tel oyasıyla süslenmiştir.



Uzun Al



**Uzun Al**

Kırmızı ipek kumaştan hazırlanır. 10cm eninde boyu ise takacak gelinin boyuna göre uzunca hazırlanır. Üzeri ve kenarları pul ve boncuk işlidir.



**Keten Kulak**

Beyaz patiskadan hazırlanır, üzeri ve kenar kısımları pul ve boncuklarla işlidir. Kırmızı uzun al ile ölçüleri aynıdır.



Keten (beyaz olan),  
Arınlık (al-yeşil)



**Keten (beyaz olan), Arınlık (al-yeşil)**

Keten beyaz mermer şahin kumaştan kenarları pulla örülen tel oyasıyla süslenmiştir. Arınlık ise al yeşil ipekli kumaştan boyuna birbirine eklenerek hazırlanıp alna gelecek yeşilin üzeri ve uç kısımları tel oya ile süslüdür.



**Goşar (Altınlı arınlık)**

Kırmızı keten kumaştan hazırlanır. Alna gelecek kısma zenginliğin ölçüsüne göre en az bir sıra olmak kaydıyla altın dizilir. Zülüflerin hizasında altınlar sallanır.



**Tomaka**

Başın sağ ve sol yanından çene hizasına kadar sarkıtılan büyük gümüş paralar takılı iki ayrı parça. Tomaka yapımının zorluğu ve pahalıya mal olması dolayısıyla her geline takılamayabilir.



Tepe Yırtması  
Tülbent bezinden hazırlanıp dörtkenarı ip oya ile süslenir.



Türkali köyü baş bağlama arkadan görünüşü



Keten kulak, uzun al ve Tomaka arkadan görünüşü



Türkali köyü baş bağlama önden görünüşü



Keten kulak, uzun al ve Tomaka arkadan görünüşü

## Balıkesir Merkez Türkali Köyü Ve Edremit Çamcı Köyünün Baş Bağları Adetlerinin Karşılaştırılması

Tablo2. Türkali ve Çamcı Köyünde baş bağlama âdetinde kullanılan giysiler

Başa Giyilen	Türkali Köyü	Çamcı Köyü
Terlik		X
Keten	X	X
Yırtma (Tepe yırtması)	X	X
İlmeçer		X
Arka çeki (Al Çeki)		X
Yeşil çeki (Altınlı)		X
Yamşak(Yaşmak)	X	X
Bürümbe		X
Goşar	X	
Keten kulağı	X	
Uzun al	X	
Tomaka	X	
Duvak yeşili	X	
Duvak alı	X	
Kepez çiçeği	X	
arınlık	X	

Tablo 2 de karşılaştırmaya tabi tutulan iki köyde, baş bağlama töreninde hangi giysilere yer verildiği görülmektedir. Tablodan da anlaşılacağı gibi aynı Türk boyundan olmasına karşılık her ikisi de “yanyatır (yanın yatır)” ocağına bağlı olan her iki Tahtacı köylerinde baş bağı (baş bağlama) töreninde sadece “keten, yırtma ve yaşmak” ortak olarak kullanılmaktadır. Diğer giysilerde farklılık mevcuttur.

Çamcı Köyündeki giysiler, genellikle tülbent bezinden, tülden yada çok ince keten kumaşlardan yapılmasına karşılık, Türkali köyünde daha kalın kumaş, ipek kullanılıyor olması ve giysilerin fazlalığı dikkat çekmektedir.

Baş bağlama törenini Çamcı köyünde “Anabacı” yönetir. Anabacı, dede veya mürebbi karısıdır. Türkali Köyünde ise “Önyengesi” yönetir. Önyenge; geline düğün süresince önderlik yapan

kocasını sağ, ilk çocuğu ölmemiş, sözü dinlenir, görmüş geçirmiş kişilik sahibi, damadın baba tarafından en yakın akrabasıdır. Bu nitelikleri olmayan kadının baş bağlama töreni yönetemez.

Baş bağlama törenine Çamcı Köyünde sadece evli kadınlar katılırken

Türkali Köyünde genç kızlarda törene katılabilmektedir. Türkali köyünde baş bağlama töreninde başa giyilenlerin hepsi salavatlanarak giydirilir. Buna karşılık Çamcı köyünde ise sadece keten salâvatla bağlanır.

## SONUÇ

Kültürel yapısındaki çok eski kültürel unsurları bugünde bütün canlılığıyla yaşayan tahtacıların giyim kuşamlarına baktığımızda aynı canlılığı görmekteyiz. Baş bağı baş bağlama âdeti yeni gelinlere uygulanan bir törendir. Bu çalışmada Balıkesir merkez Türkali köyü ve Edremit Çamcı köyündeki kadınlara evlendikten bir gün sonra yapılan baş bağı (baş bağlama) adetlerinin karşılaştırılmıştır. Karşılaştırma sonucunda, aynı Türk boyundan olmasına karşılık her ikisi de “yanyatır

(yanınıyatır)” ocağına bağlı olan Tahtacı köylerinde baş bağı (baş bağlama) adetlerine yönelik olarak dokuma, kumaş, aksesuar ve bağlama yönünden farklılıklara rastlanmıştır. Edremit Çamcı köyünde araştırma için görüşülen kişilerden baş bağlama âdetinin gösterilmesi için yardım istediğimizde 19 yaşında genç bir kıza uygulama fırsatı bulurken, Türkali Köyünde bekâr kıza baş bağlama uygulanmasının doğru olmayacağı belirtilerek evli bir bayandan yardım alınmıştır. Bu yönüyle de Türkali köyünün gelenekleri konusunda daha tutucu olduğu söylenebilir. Dışa kapalı bir yaşam tarzını benimseyen tahtacılar da eğitimin, coğrafya ve iklimin bu tutumları konusunda yumuşamalara neden olduğu söylenebilir. Aradan geçen 70 seneye rağmen adı geçen köylerde uygulanan baş bağı âdetinin aynı tarzını koruyor olması “eski değerlerin gün geçtikçe kayboluyor” tezinin baş bağı âdeti için geçerli olmadığını ortaya koymaktadır.

## Kaynaklar

- 1) [http://www.balikesir.gov.tr/pgae\\_blank1.asp?id=32](http://www.balikesir.gov.tr/pgae_blank1.asp?id=32)
- 2) <http://tr.wikipedia.org/wiki/Tahtac%C4%B1lar>
- 3) Serez, Mehmet (2006) <http://www.turkali.xdn.de/>
- 4) Çelik Veli (2006) Çamcı Köyü doğumlu, 60 yaşında, emekli, Karşılıklı görüşme,2006,Çamcı, Balıkesir
- 5) Özer, Hüseyin (2006) Çamcı Köyü doğumlu, 49 yaşında, emekli, Karşılıklı görüşme,2006,Çamcı, Balıkesir
- 6) Özer, Leyla(2006) Çamcı Köyü doğumlu, 76 yaşında, ev kadını Karşılıklı görüşme,2006,Çamcı, Balıkesir
- 7) Şimşek, Gülbahar(2006) Çamcı Köyü doğumlu, 19 yaşında, Karşılıklı görüşme,2006,Çamcı, Balıkesir
- 8) Özer, Fatma(2006) Çamcı Köyü doğumlu, 50 yaşında, ev kadını Karşılıklı görüşme,2006,Çamcı, Balıkesir
- 9) Kaya, Zeynep (2006) Türkali Köyü doğumlu, 57 yaşında çiftçi, Karşılıklı görüşme, 2006, Türkali Köyü Balıkesir
- 10) Demir, Esmâ (2006) Türkali Köyü doğumlu, 54 yaşında çiftçi, Karşılıklı görüşme, 2006, Türkali Köyü Balıkesir
- 11) Çiçek, Sultan (2006) Türkali Köyü doğumlu, 73 yaşında çiftçi, Karşılıklı görüşme, 2006, Türkali Köyü Balıkesir
- 12) Özden, Şengül (2006) Türkali Köyü doğumlu, 44 yaşında çiftçi, Karşılıklı görüşme, 2006, Türkali Köyü Balıkesir

# Enformasyon Toplumunu ve Kültür

Öğr. Gör. Yavuz KÖKTAN  
*Sakarya Üniversitesi Devlet Konservatuvarı*  
Öğr. Gör. Erol EROĞLU  
*Sakarya Üniversitesi Devlet Konservatuvarı*

Endüstri sonrası toplum olan enformasyon toplumunda, endüstri toplumuna ait yapılar ve özellikler değişime uğramıştır. Enformasyon toplumunun ilk özelliği, malların üretiminden hizmetlere yönelik olarak belirtilebilir. Eğitim, sosyal hizmetler gibi insanî hizmetler ile bilgisayar, sistem analizi, bilimsel araştırma ve geliştirme gibi meslekî hizmetler alanında yoğunlaşma olmaktadır. Enformasyon toplumlarında endüstrinin üretim ve istihdam içindeki payı gerilerken, bilginin ağırlığı giderek artmaktadır. Tekno-ekonomik temel, yeniden yapılanmaya gitmektedir.

Oluşan yeni toplumda, insanların yaptıkları işlerin türünün değişmesi ile “bilgi işçisi” denilen yeni bir sınıf yükselmektedir. Yeni toplum, bilgi etrafında örgütlenmektedir. Bilgi güçtür, toplumun temel eksenidir. Tarım toplumunda toprak ve iş gücü; endüstri toplumunda sermaye; enformasyon toplumunda ise bilgi stratejik kaynak haline gelmiştir. Çünkü, küreselleşen dünyada teorik bilgiyi piyasada ürünlere ve hizmetlere dönüştürenler ile eğitim ve araştırma geliştirme harcamalarına en çok yatırımı yapan işletme ve toplumlar başarılı olmaktadır. Enformasyon toplumunda temel kurumlar ve yeniliklerin kaynakları, üniversiteler ve araştırma geliştirme kurumlarıdır. Toplumun ekonomik temelini bilim endüstrileri, temel problemlerini bilim ve eğitim politikaları oluşturmaktadır.

Enformasyonun dinamiğini oluşturan bilgisayar teknolojisi; hem zihni emeğin yerini almakta, hem de insanın zihni emeğinin çerçevesini genişleterek değişimde önemini korumaktadır.

Enformasyon toplumunda insanın otokontrol mekanizmasını işleterek kendisini disiplin altına alması ve topluma sağladığı sosyal katkısına bağlı değerler ön plâna geçmektedir. Bu toplumda sivil toplum örgütleri, gönüllü teşebbüsler önem kazanmış, yüksek kitlesel bilgi üretimine yönelme olmuştur. Yeni toplumun sosyal yapısının nüvesini, insanların kendi istekleriyle katılmış oldukları gönüllü kuruluşlar oluşturmaktadır.

Sürekli ve hızlı değişim, enformasyon toplumunun özelliğidir. Kitle demokrasisi yerine, katılımcı demokrasi kabul görmektedir. Toplum, kitle olmaktan çıkmış insanların ihtiyaçları ve siyasî talepleri değişip çeşitlenmiştir. Ekonomik faaliyetlerde “Küresel düşün, yerel hareket et.” felsefesi egemen olmuştur. Enformasyon toplumunda, geçmiş veya şimdiki zaman değil, geleceğin plânlaması ön görülmektedir.

Yaygınlaşan teknolojiler kitle iletişim araçlarında tekelleri kırmış, toplumsal farklılaşma ve ferdileşme güç kazanmıştır. Enformasyon teknolojilerindeki gelişmeler toplumsal dönüşüm sürecinde derin etkiler yaratmış, kültürel çeşitlilik, grup ve takım çalışmaları, esnek örgütlenme,

hızlı değişim, bilgisayar destekli üretim, enformasyon paylaşımı, bireyin kendi kendini kontrolü ve küresel rekabet enformasyon toplumunun temel kavramları halini almıştır.

İşin örgütlenmesinden, siyasî ve kültürel yapılanmalara kadar enformasyon toplumuna yönelik, çeşitlilikteki artışı ve liberalleşmeye yönelik teşvik etmektedir. İnsanın ihmal edilen boyutları yeniden keşfedilmeye başlanmıştır. Çünkü yeni toplumda beyin gücüne dayalı işlerde mutsuz insanların başarılı olma şansı azalmıştır. İnsan faktörü üretim ve yönetim sürecinde stratejik bir önem kazanmıştır.

Enformasyon toplumunda yaratıcılık anahtar kavram olmuş, insan-makine ilişkisinin yerini, insan-insan ilişkisi almıştır. Bu sebeple insanın manevî ve duygusal boyutu önem kazanmıştır. Dolayısıyla, insanın sınırsız potansiyelini ön plâna çıkaran yeni çağ hareketi, iyi eğitim görmüş geniş kitleler ve firmalar tarafından büyük ilgi görmektedir. Enformasyon toplumunda zenginliğin kaynağı bilgi işçilerinin veriminin arttırılmasından geçmektedir.

Enformasyon toplumunda yeni teknolojiler geniş kullanım alanına, enformasyon teknolojileri üretim ve hizmetlerin kalitesini arttırıcı etkiye sahiptir. Bu durum vasıflı iş gücü kullanımını desteklerken, vasıfsız iş gücü üzerinde olumsuz etkiler yaratır. Bu sebeple, enformasyon toplumuna geçişte işsizlik başlıca sorun olarak görülmektedir. Bu sorunun çözülmesinde ülkelerin geliştirdikleri kendilerine özgü politikaları etkili olabilir.

Enformasyon teknolojilerinin gelişmesiyle, istihdam alanında, endüstrinin yerini hizmet ve enformasyon-bilgi sektörü almaktadır. Bu teknolojilerin zaman ve mekân kavramlarını etkisizleştirilmesi sebebiyle fert çalışma zamanını kendisi belirleyebilmektedir. Çalışma hayatının değişime uğraması

sebebiyle aile, eğitim vb. kurumlar da yeniden yapılanmaya gitmektedir.

Yeni teknolojiler oldukça geniş kullanım alanı ile üretim, çalışma ve hayat biçimlerini değiştirirken, aynı zamanda zengininden fakirine küreselleşme sürecinde dünyayı elektronik bir köy haline getirmektedir.

Türkiye, bilimsel ve teknolojik gelişme açısından önemli olan araştırma geliştirme faaliyetleri için ayrılan kaynaklar bakımından pek çok ülke arasında oldukça geri durumdadır. Ülkemizde teknolojiyi üretmek yerine, lisans anlaşmaları ile yeni teknolojileri ithal etme yoluna gidilmekte ve bu yeterli görülüp “çağa ayak uydurma” şeklinde lanse edilmektedir. Teknoloji üretmek için üniversitelere büyük görevler düşmektedir. Üniversitelerin özgür olarak çalışması ve bilim üretmesi, aynı zamanda ülke olarak kalkınmamıza da dinamizm kazandıracaktır.

Enformasyon toplumunu gerektiren teknolojiler, geleneksel yapıların çözümlenmesini, küçük grupların güçlenmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla, enformasyon çağı toplumun taleplerine daha iyi cevap veren, hızlı karar verebilen, yüksek teknolojiler ile donatılmış, daha az merkezîyetçi esnek yapılar istemektedir.

Enformasyon toplumu olarak tanımlanan süreç; dünyada kurulmak istenen siyasî ve ekonomik dengelerin kültür aracılığıyla gönüllü bir eyleme dönüştürülmesidir. Kitle iletişim araçlarının sağladığı kolaylıklarla evrensel değerler insanlığın ortak malı kabul edilmiştir. Ancak küreselleşme sanıldığı gibi barışı temin edememiş, gelişmiş ülkelerin geliştirmekte olan ülkelere yönelik olarak uyguladıkları sömürgecilik stratejilerinin uygulanması için ortam hazırlamıştır.

Kitle iletişim araçları, kent insanı-

nın toplumla olan zihnî bağınyı şekillendirmede belirleyici olmuştur. Gelişmiş ve geliştirmekte olan toplumlarda ekonomik, siyasî, ruhî ve ahlâkî problemler azalmamış, dünyayı tehdit eder hale gelmiştir.

Türkiye gibi geliştirmekte olan ülkelerde modernleşme süreci sıkıntılı bir süreç olarak yaşanmaktadır. Toplumsallaşma alanında yaşanan kültürel karmaşanın temelinde, iletişimin modernleşmesi vardır.

Enformasyon toplumu tartışmalarında özellikle geliştirmekte olan ülkeler adına pek çok iyimser düşünce yatmaktadır. Medyanın davranışlar üzerindeki etkileri sebebiyle, siyasî ve toplumsal süreçleri hızlandırmada önemli işler yapabileceği düşünülmüş, bu yolla eğitimde, bilimde, ekonomi ve siyasî alanda yardımcı roller üstlenebileceği ileri sürülmüştür.

Gelişmiş ülkeler, enformasyon toplumuna geçerken küreselleşme adıyla dünyadaki bütün imkânlardan faydalanma yoluna gitmişlerdir. Bu durum var olan eşitsizliği ortadan kaldırmak yerine daha da derinleştirmektedir. Egemenliklerin artık baskıyla değil, “medya aracılığıyla kurulan gönüllü katılımı” sağlanması, kültürel bağımlılığın vahim bir görünümüdür. Ekonomik ve siyasî programların uygulanmasında medyaya duyulan ihtiyaç, salt enformasyon akışından yararlanma düşüncesinden değil, istenen davranış değişikliğini sağlama düşüncesinden kaynaklanmaktadır. Kitle iletişim araçlarından akan sayısız mesajların kültürel bir içerik taşıması, iletişim özgürlüğü ile zihnî sömürünün karıştırılmasına sebep olmaktadır. Enformasyonla kurulan küresel bütünleşme, yapay bir düşünce atmosferi oluşturmakta; insanlar, ne zaman, nerede, nasıl edindiklerini bilmedikleri gündelik düşünce ve davranışlarını değişmiş bulmakta ve bunun farkında bile olmamaktadırlar.

Geleneksel toplumun bütün kurumları ve ilişkileri ile ortadan kalkması, modernizmin bir dayatmasıdır. Değişen toplumsal şartlar, hayatı bütünüyle kuşatan yeni bir ruh yaratır ve kültürde değişmelere yol açar. Bireyin şahsî dünyası, günümüzde medya eliyle kurulan, imge ve sloganlara dayalı, ortak toplum bilincine dönüşen zihnî bir dünyadır. Bireysellik medya aracılığıyla anonim bir kimliğe dönüştürülmeye, insanın bütün zihnî ve duygusal süreçleri egemenlik altına alınmaya çalışılmaktadır. “Kitle iletişimi, enformasyonun karşı konulmaz mürşididir” denilebilir.

Günümüz toplumsal ilişkileri bir endüstri tarafından şekillendirilir. Medya bu endüstrinin ürettiği hayatı pazarlar. Gündelik yaşama kılavuzu olarak, atacağımız her adım, yapacağımız her hareket için uygun modeller önerir.

Medya bir yandan yaşanan her türlü olayı değerleri sömürü aracı haline getirirken, diğer yandan yeni bir toplumsal ivme kazanmak için daha çok bilgi ve enformasyona olan ihtiyaç, medyanın kültürel işlevlerini oldukça önemli kılar.

Aslında bizi insan yapan, insan olarak kalmamızı sağlayan, insanın anlamını tanımlayan, “söz”dür. Kültür, sözün eseri olmakla birlikte, resimden televizyona kadar her iletişim aracıyla yeniden yaratılır. Dilin kendisi gibi her araç, düşünceye, ifadeye, duyarlılığa yeni bir yön kazandırarak benzersiz bir ifade tarzının ortaya çıkmasını sağlar. Dilimiz iletişim araçlarımız, yani medyamızdır.

Hayatımız, medya tarafından bizim adımlarımıza sınıflandırılır, sıraya konular, genişletilir. Bu müdahale ve yönlendirmelerin farkına varılmaz. Medya metafor olarak kültürümüzün içeriğini yaratır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde medyanın etkisi daha güçlüdür.

Günümüzde, farklı dünyaların kültürel difüzyon boyutlarını aşan bir benzeşme süreciyle karşı karşıya olduklarına dair ipuçları bulunmaktadır. Bu konuda öncelikle kitle iletişim araçlarına değinmek gerekir. Bunlar gerek yaygınlıkları, gerekse tesirleri ile böyle bir sürecin ortaya çıkmasında, en önemli rolü oynamaktadır. Artık günümüzün tamamını kapsayan ileri ve geliş-

miş bir iletişim ortamı mevcuttur. Bizden binlerce kilometre uzakta yaşayan insanların, aynı gün nelerle karşılaştıklarını, nasıl yaşadıklarını, âdetlerini, geleneklerini, göreneklerini öğrenmek mümkündür.

Herşeyden önce insan olmamız dolayısıyla bazı ortak yanlarımız olduğunu, paylaşabileceğimiz güzellikler bulunduğunu söyleyebiliriz. Medya özellikle de televizyon, dünyanın çeşitli yerlerindeki olayları ve değişik kültürleri oturma odamızın içine kadar getirmektedir.

Dünya üzerindeki kültürlerin, birbirleriyle ilişki kurma imkânlarını arttıran önemli gelişmelerden biri de turizm hareketleridir. Turizmin ülke ekonomisine sağlayacağı katkıyı üst seviyelere çıkarmanın en kolay yolu, ülkelerin kendi kültürlerini dünyaya tanıtmasıdır. Bu tanıtımda en önemli faktör, yine kitle iletişim araçlarıdır. Bu sebeple turizm konusunda yürütülecek faaliyetler özenle seçilmeli, millî kültürümüzü en iyi şekilde tanıttakı uygulamalara yer verilerek, başta internet olmak üzere iletişim araçlarının sağladığı her türlü imkân kullanılmalıdır.

Kitap gazete gibi kültür taşıyıcılarının dünyadaki sirkülasyonu inanılmaz boyutlara ulaşmıştır. Bu artışa paralel olarak dünyadaki eğitim seviyesinin de yükselmesi bunların etki sahalarını daha da genişletmektedir. İkinci bir dil öğrenmenin zaruret haline geldiği günümüzde, bu yöndeki çabalar, kültürlerin aktarılmasını, tanıtılmasını daha da kolaylaştırmaktadır.

Sadece estetik olarak değil, aynı zamanda kendi kültürünün en çarpıcı şekilde bütün dünyaya sunan sanat faaliyetleri de medyada yer alabildiği ölçüde etkili olmaktadır.

Kültürel bağlantıların en önemli aracı olan kitle iletişim araçları, teknolojik üstünlük dolayısıyla adeta batının tekeline girmiştir. Bütün dünya her gün Avrupa ve Amerika kökenli medya organlarıncaya, kültür bombardımanına uğramaktadır. Batı kültürünün etki alanını belirleyen bu ülkelerin sahip olduğu idari sınırlar değil, iletişim araçlarının belirlediği sınırlardır. Bu araçlar, batı kültürünü bütün dünyaya yayarken, ikinci bir fonksiyonla dünyayı batının önüne getirmektedir.

Gittikçe küçülen dünyada, gelecekte var olacak değerlerin sadece belli bir coğrafyaya ait olan değerler değil, bütün insanlık için bir mânâ ifade eden değerler olacağı unutulmamalıdır. Dolayısıyla bu kültürel değerlerin varlığı kadar, bunları bütün insanlığa iletebilmek de önemlidir. Bu bakımdan, geleceğin evrensel kültürüne alternatif olarak geliştirilebilecek millî kültürlerin, değerlerini korumalarının yanı sıra, evrensel platform bakımından da mânâ ifade edici tutumları benimsemesi gereklidir. Geleceğin dünyasında müzeden kurtulabilecek kültürel değerler, bu eğilimi kendi iç dinamikleriyle güçlü bir şekilde oluşturan, millî kültürlerden çıkacaktır.

Bir kültürden diğerine en kısa zamanda intikal eden unsurlar, iletişimi en kolay olanlardır. En kolay iletilenler ise doğrudan doğruya idrak edilen nesnelere, yani davranışlar ve kültürün maddî unsurlarıdır. Böylece kültür unsurlarını iletişim kolaylıklarına veya zorluklarına göre ayırdedecek olursak, iletişimleri zor olan şeylerin kültür alışverişine daha az girecekleri anlaşılmalıdır; iletişim güçlüğü ise soyutlaşma arttıkça çoğalmaktadır.

Sosyal değişme; toplum yapısında farklılaşma veya başkalaşmadır. Her toplum belirli bir derecede değişme süreci içindedir. Toplumsal değişmeyi belirleyen sebepler çoğu kez üç önemli noktada toplanır.

1- Coğrafi Sebepler: Her toplumsal ilerleme çevre şartlarının bir sonucudur. Çevre değişince insan da değişir. Sosyo- coğrafi okul özellikle Huntington coğrafi sebepleri bütün sosyal kurumları etkileyici unsur olarak kabul eder. Le Play'e göre çevre şartları değiştikçe toplum tipleri de değişir. Bu anlamda toplumsal değişme iş, insan ve çevre ilişkilerine dayanır.

2- Kültürel Sebepler: Toplumsal değişimin kültürel nedenleri incelenirken kültürün temelini teşkil eden tutum ve zihniyet farklılaşmasına dikkat çekmek gerekir. Çünkü, toplumu gelişme yönünde değiştirmeye zorlayıcı, geniş çapta sosyal değişmelerin sebebi olan teknik yenilikler bu şekilde meydana gelmiştir.

3- Teknolojik Sebepler: Marks değişmeyi üretim ilişkilerine göre inceler. Toplumsal gelişme, üretim tekniklerinin değişimine bağlıdır. Bu tip kültürel determinizmin en önemli eksikliği Lynd'e göre insanın içinde yaşadığı kültürü kendisinden ayrı, bağımsızmış gibi görmesinden ileri gelmektedir.

Thorstein ve Voblen teknolojik değişimleri sosyal ilerlemenin şartı olarak düşünürken, kültür değişimini teknolojinin doğurmuş olduğu alışkanlıkların birikmesine göre yorumlar. Toplumsal ilerleme Voblen'e göre, teknolojik değişimin ortaya serdiği bilgi yığılımıdır.

Malinowsky ve Ogburn değişme sürecini maddî ve manevî kültürdeki farklılaşmaya bağlar. Bu anlamda toplumsal değişme bir toplumun bütününde beliren başkalaşmadır.

Ogburn'a göre kültürel gecikme veya kültürel boşluk, kültürün maddî ve manevî öğeleri arasında meydana gelen boşluktur. Kültürün maddî unsurları, manevî unsurlara nazaran daha hızlı değişir. Manevî kültür, maddî kültürü geriden takip eder, ona uymaya çalışır. Fakat manevî kültürün düzenlenişi, yerine oturması zaman alır. İşte toplumsal değer ve tutumlar (manevî kültür) ile toplumsal dokuda meydana gelen teknolojik ve maddî değişmeler arasındaki gecikmeye "kültürel gecikme" denir.

Teknoloji doğrudan doğruya veya dolaylı etkileri sebebiyle çok defa kültür değerleriyle çatışma haline girerken, aynı zamanda kültürün değişmesi için büyük imkânlar da sağlamaktadır. Her şeyden önce teknolojideki gelişmeler sayesinde, kültür, yeni vasıtalar kazanmakta; bu vasıtalar bir taraftan kültürün ifade gücünü arttırırken, bir taraftan da kültürün daha geniş kitlelere yayılmasını sağlamaktadır. Ayrıca teknolojinin arttırdığı üretim gücü sayesinde, insanlar daha çok zamanını ve emeğini kültür işlerine ayırabilecek duruma gelmektedir.

Teknolojinin kültür üzerindeki bozucu ve yıkıcı tesirleriyle ilgili tartışmalar, batıda sanayi medeniyeti denilen medeniyetin, batı toplumlarını büyük ölçüde değiştirmesi üzerine başlamıştır. Batıda sanayileşme ile birlikte ortaya çıkan değişmeye modernleşme, batı dışında kalan toplumların bu değişmeye uyma çabalarına ise batılılaşma adı verilmiştir.

Bütün bu gelişmeler gösteriyor ki teknoloji modern toplumların her tarafına nüfuz etmiş ve onun vazgeçilmez malı olmuş bir sistemdir. Teknolojik değişme herşeyden önce kendi başına bir tavır ve davranış değişmesidir. Günümüzde enformasyon teknolojisi ile herşey yapılabilmektedir.

Kültür iletişimlerde ortaya çıkar ve iletişimleri yönlendirir. Kültür inançlarda ve değerlerde somutlaşır. İnanç ve değerler, bir yandan toplumun ayakta kalmasına hizmet ederken, diğer yandan toplumun değişimine de yol açabilir.

Medyanın görevi, bilgi sistemleriyle toplumsal sistemlerin karşılıklı etkileşimle çalışmasını mümkün kılmaksa, o zaman kültür, kitle iletişim sistemlerine sahip toplumlarda olsa olsa medya kültürü olarak anlaşılabilir.

Medya tarihi ve medya kuramı alanlarındaki araştırmalar, televizyonu 1980'lerden bu yana bireysellik, alenilik, hakikatle senaryoluk, habercilikle kurmacalık zıtlıklarının ortadan kalkması açısından ele almaktadır. Televizyon 1980'lerin başından itibaren önemli bir değişime uğrar. Kablolü sistem ve uydu antenler sayesinde yeniden yapılanmayı, uluslar arası olmayı ve ticarileşmeyi beraberinde getiren bir değişim zinciri oluşur.

Televizyonun, kültürümüzde anlaşmanın en önemli biçimi olduğunu, burada dünya nasıl yansıtılıyorsa hayatımızı o modele göre düzenlediğimizi söyleyebiliriz. Medyanın, özellikle televizyonun en büyük zararı, dünyaya nasıl bakacağını medyadan öğrenen genç kuşaklardır.

Kültürlerde kansız devrim başaran teknoloji ve yeni bir iletişim teknolojisi, o toplumun, o kültürün alışkanlıklarını, ilişkilerini, tarih ve din kavramlarını değiştirebilmektedir. Televizyonun getirdiği değişikliklerin, bir yandan halkın teknoloji ile ilerleme arasında kurduğu sarsılmaz ilişki, diğer yandan eğlencenin getirdiği rahatlık sebebiyle çok daha vahim olduğunu söylemek mümkündür. Bu konuda Neil Postman şöyle demektedir: "Bu eğlenceler denizine karşı kim silaha sarılmaya kalkışır. Ciddi söylemler, kıkır kıkır gülmeler arasında kaynayıp gidiyorsa, kime, ne zaman ve hangi ses tonuyla Őikayette bulunabilirsiniz? Bir kültürün kahkahadan boğulmasının panzehiri nedir?"

Pierre Bourdieu ise; televizyonun çeşitli kültür alanlarını, sanatı, edebiyatı, bilimi, felsefeyi, hukuku büyük bir tehlike ile karşı karşıya bıraktığını ileri sürerek, "Eğer bunca değerli dakikalar, bunca önemsiz Őeyler söylemek için kullanılıyorsa, bunun sebebi bunca önemsiz bu Şeylerin, değerli Őeyleri gizledikleri ölçüde önemli olmalıdır." der. Ayrıca, televizyonun nüfusun büyük bölümünün düşünce yapısını oluşturma tekeline sahip olduğunu ve bu gücü gelgeç olaylara önem atfederek, o değerli zamanı boşlukla, hiçe doldurmak suretiyle, vatandaşların demokratik haklarını kullanmak için sahip olması gereken ve asıl önem taşıyan konuları dışlayarak maksatlı kullandığı görüşündedir. Bourdieu "Geçmişte kültürel olma iddiasındaki programlar sunan ve kitle eğitimi gibi saygın ve idealist hedeflerle çalışan

televizyon, 1990'lı yıllarda geniş izleyici kitlesine ulaşmak için, hayatların bütün çıplaklığıyla teşhiri olan, çoğunlukla aşırılıklar içeren ve bir çeşit röntgenciliği ve teşhirciliği tatmine yarayan ham ürünler sunmaktadır." der.

Bourdieu bu yargısında genellemeci bir tavır sergilemiş ve önemli bir hususu devre dışı bırakmıştır. Bu da geçmişte tek veya az sayıda televizyon kanalı mevcutken, 1990'lı yıllardan sonra kanal sayısının alabildiğine artmasıyla, ciddi kanalların yanı sıra, onun ifade ettiği yozlaşmayı büyük ölçüde ortaya koyan kanalların ortaya çıkmasıdır.

Televizyonun önemli özelliklerinden biri de kültürü belirleyici gücüdür. Televizyonun kültürü etkileme gücü, televizyon denen olgunun bütününü, yani piyango çekilişinden hava raporu, reklamlara kadar bütün programları içine alır. Televizyonun kültürü belirleyiciliği üzerinde dururken, onun kültür tarafından belirlendiği de unutmamak gerekir. Yani televizyon; hem kültürü aktif olarak belirleyen bir toplumsal güçtür, hem de içinde bulunduğu kültür çevresinin bir ögesidir.

Yukarıda ifade ettiğimiz fikirlerden yola çıkarak Őu sonuç ve önerileri elde edebiliriz:

17. asır ortalarında Amerika'da gazetenin basılmasıyla medya dünyasında ilkeler tartışılmaya başlanmıştır. Bu tartışma ölkemizde de hala sonuca bağlanamamış, sonu belli olmayan Şekilde devam etmektedir. Çünkü haberleşme özgürlüğünün sınırları ne resmi olarak ne de toplum vicdanında tam anlamıyla belirlenememiştir.

Televizyonun etkisini azaltarak zararlarından korunmak, yasaklamalar, sınırlamalar ile mümkün değildir. Çözüm her türlü eğitim imkanından faydalanarak toplumun bilinçli hale gelmesini sağlamak, bu zararlardan korunma yollarını öğretmektir. Kültürel alanda basılı araçların rolü artırılmalı, özellikle kitaplar günlük hayatımızda layık olduğu yeri almalıdır.

Bütün televizyon kanalları yürürlükteki yasalar sebebiyle kültürel programlara yer vermekle mükelleftir. Ancak uygulamada zaten çok az sayıda olan bu tür programlar çok geç saatlerde ya-



yımlanmakta, çoğu televizyon izleyicisinin haberi dahi olmamaktadır. Bu sebeple televizyon kanallarının konuya daha ciddi yaklaşımları kültürümüz açısından bir kazanç olacaktır.

Sosyal değişimde esas motif toplumun inisiyatifini, tutum ve zihniyetini hesaba katarak, içe ve dışa ait davranış modellerini tespit etmektir. Her ne kadar maddî kültürde meydana gelen başkalaşmalar -mesela teknolojik değişmelerin sebep olduğu yenilikler-manevî kültür üzerinde bazı tesirler meydana getiriyorsa da, temelde bu değişimde ferdin sosyal zihniyetini hesaba katmak gerekir. Sosyal zihniyeti hesaba katmadan sadece iktisadî, ziraî veya endüstri alanlarında meydana getirilecek faaliyet şekilleri olumlu ve verimli olarak kabul edilemez.

Toplum yapısında meydana gelen değişimler öncelikle halk kültürünü etkileyecektir. Bu değişim gerektiği gibi yönlendirildiği takdirde olumlu olabileceği gibi, yönlendirme yapılmazsa olumsuz sonuçlar da doğabilecektir.

Bu anlamda öncelikli olarak mahallî ve millî kültür değerlerinin tespit edilmesi gerekir. Böylece halkın tam manasıyla tanınması mümkün olacaktır. Halkın tanınması ile birlikte uygulanacak projelerin sağlam temellere oturtulması sağlanacaktır.

Mevcut bulunan folklorik değerlerin sergilenebileceği orijinal mekânların korunmasını ve tanıtılmasını sağlayıcı tedbirler almak lâzımdır. Örneğin kültür ürünlerinin sergilenebileceği folklor müzelerinin kurulması ve bunların her türlü iletişim araçları kullanılarak hem ülkemizde hem de dünyada tanıtılması için ciddi çalışmalar yapılması olumlu bir adım olacaktır.

Medya, her türlü ayırımdan ve ön

yargıdan uzak, dürüst ve tarafsız haber yaparken, sansasyonel olana değil, gerçekten haber olana yönelmelidir. Amaç reyting elde etmek değil, toplumun bilinçlenmesine ve gerçek anlamda haber alma hakkına hizmet etmek olmalıdır.

Yazılı, görüntülü ve sesli her türlü medya aracında yapılması gereken kültürel yayınların amacına ulaşabilmesi için konunun uzmanlarından faydalanma yoluna gidilmelidir. Bilim adamı ve araştırmacılar da uzman oldukları konularda danışmanlık yapmayı bir görev addetmelidir.

Medya organları özellikle yazılı medya tarafından tiraj artışını sağlamak amacıyla tabak vb. yerine kültürel hediyeler verilmelidir.

Özellikle ülkemize gelen turistlere millî kültürümüzü etkili bir şekilde tanıttacak plânlı çalışmalar yapılmalıdır. Bu çalışmalardan istenen sonuçların elde edilmesi için başta televizyon ve internet olmak üzere iletişim araçlarından faydalanılmalıdır.

Kültür ürünlerimiz her türlü yayın organı kullanılarak tanıtılmalı, bunun için prestij kitaplar hazırlanmalıdır.

Yurt içi ve yurt dışındaki fuarlarda Türk kültürü daha ciddî ve kapsamlı bir biçimde tanıtılmalıdır.

Sinema, televizyon, tiyatro ve internet gibi araçları ve sanat alanlarını kullanarak Türk kültürünün güzelliklerini yansıtan faaliyetler yapılmalı, bu tür çalışmalar teşvik ve takdir edilmelidir.

Türk kültürü ve Türk folkloru ile ilgili bilimsel çalışmaların dünyaca ünlü dergilerde yayımlanması sağlanmalıdır.

Bütünüyle Türk kültürü ile ilgili Türkçe ve çeşitli dillerde internet site-

leri hazırlanmalıdır. Günümüz dünyasında çok yaygın olan e-devlet projeleri geliştirilerek resmî kurumların kültürel içeriğe sahip siteler hazırlamaları sağlanmalıdır.

Sonuç olarak; enformasyon toplumunda gelinecek noktada kitle iletişim araçlarının amacına uygun olarak kullanılması toplum için olumlu sonuçlar doğuracaktır. Aksi halde medya kendi intiharını hazırlarken aynı zamanda toplum ve toplumun sahip olduğu her türlü değer üzerinde düzeltilmesi imkansız yıkımlara sebep olacaktır. Bu konu sadece resmî kurumların ve medyanın görevi değildir. İnsanlar da daha seçici olmalı, yapılan yanlışlara sessiz kalmamalıdır. Tepkinin ortaya koyulmaması -eğer ortada suç olarak kabul edilebilecek bir durum varsa-hepimizin suça iştirak etmesi anlamına gelmektedir. Eğer bugün kültür konusunda medyanın tutumundan toplum olarak şikayetçi isek, bu konuda üzerimize düşen görevleri yeterince yerine getirip getirmediğimizi sorgulamamız gereklidir.

#### Kaynaklar

AYTAÇ, Gürsel; Edebiyat ve Medya, Kültür Bakanlığı, Ankara, 2002.

BOSTANCI,Naci; Kültür ve Değişme, Hamle Yayınları, İstanbul, 1990.

BOURDIEU, Pierre; Televizyon Üzerine, Çev: Turhan ILGAZ, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1997.

BOZKURT, Veysel; Enformasyon Toplumu ve Türkiye, Sistem Yayıncılık, İstanbul,1997.

DEMİR, Vedat; Türkiye'de Medya ve Özdenetimi, İletişim Yayıncılık, İstanbul,1998.

EROĞLU, Türker; Küreselleşme ve Halk Kültürü, VI. Milletler Arası Türk Halk Kültürü Kongresi, 18-22 Haziran 2001, Mersin

GÜNEŞ, Sadık; Medya ve Kültür, Vadi Yayınları, Ankara, 1995.

GÜNGÖR, Erol; Kültür Değişmesi ve Milliyetçilik, Ötügen Yayınları, İstanbul, 1997.

KAPFERER, Jean-Noel; Çocuk ve Reklam, Çev: Şermin ÖNDER, Afa Yayınları, İstanbul, 1991.

KAPLAN, Mehmet; Kültür ve Dil, Dergah Yayınları, İstanbul, 2002

POSTMAN, Neil; Televizyon: Öldüren Eğlence, Çev: Osman AKINHAY, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1994.

TÜRKDOĞAN, Orhan; Köy Sosyolojisinin Temel Sorunları, Dede Korkut Yayınları, İstanbul, 1974.

# KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ ÖRF VE ÂDETLER ÜZERİNE ETKİSİ (KAYSERİ ÖRNEĞİ)

Kasım KARAMAN

*İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı*

## 1. GİRİŞ

Tarih; belirli dönemlere ayrılır ve her dönem, o ana damgasını vuran, insanlığı derinden etkileyen olaylarla anılır. Bunlar, önemli bireysel ve sosyal olaylar olabileceği gibi, barutun icadı, matbaanın kurulması, buharla çalışan makinelerin yapılması gibi olaylar da olabilir. Bu bağlamda içinde yaşadığımız dönemi, sesli ve görüntülü iletişim araçlarının icadıyla oluşan kitle iletişim çağı olarak isimlendirmek mümkündür.

Sanayileşme ve buna bağlı şehirleşmeyle başlayan toplumsal değişim süreci, 1900'lerden sonra gazete, radyo, daha sonraları da özellikle televizyon gibi iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla yeni bir boyut kazanmıştır. O kadar ki bireylerin veya toplumların modernleşmesini, bu iletişim araçlarıyla ilişkilerine göre değerlendiren çalışmalar da yapılmıştır (Lerner, 1964). Diğer taraftan gazete, radyo, televizyon gibi iletişim araçları aracılığıyla oluşan ve yayılan "popüler kültür veya kitle kültürü -M.R. Real, kitle kültürü kavramı yerine, 'kitle iletişim araçları aracılığıyla yayılan kültür' kavramının kullanılmasının daha doğru olacağını belirtmektedir- (Özbek, 1991; 85) gibi yeni kültürel kavramlar" oluşmuştur.

Bugün, McLuhan'ın "küresel köy" olarak kavramlaştırdığı (Giddens, 2000; 402), uydu kanalları aracılığıyla fiziki ülke sınırlarını aşan kapsam alanına sahip kitle iletişim araçlarının meydana getirdiği ulusal ve küresel iletişim ağları, farklı kültürlerin etkileşimini de kaçınılmaz kılmaktadır. Ancak iletişim ve etkileşim süreci, tek yönlü bir süreç olmayıp bir yönüyle "benzeşme"yi, diğer yönüyle de "farklılaşma"yı ifade eder. Bu çerçevede, iletişim ve etkileşim sürecinin en etkili unsurlarından birisi olan kitle iletişim araçlarının, ait olduğu toplum açısından bir kimlik, diğer toplumlar için ise ayırt edici bir unsur olan örf ve âdetler üzerindeki etkileri araştırılması gereken bir konu olmaktadır.

Bütün toplumlarda insanların davranışlarını

düzenleyen kurallar vardır. Bunlar, o toplumun tarihi sürecinde oluşmuş ve toplum üyeleri tarafından da benimsenmiş kurallardır. İnsanlar arası ilişkilerle, sözlü olarak nesilden nesile aktarılan, bireysel ve sosyal standart davranış tarzlarının oluşturduğu kurallar bütününe örf ve âdetler denir (Güngör, 1995; 93-94). Örf ve âdetler genellikle birlikte kullanılmakla birlikte, aslında farklı içerikli kavramlardır.

Sumner, toplum hayatını şekillendiren örf ve âdetlerin başlangıçta, bireylerin ihtiyaçlarını gidermek ve ortaya çıkan problemleri çözmek için geliştirdiği yöntemlerin, benzer durumlarda başkaları tarafından da taklit edilerek yaygınlaşmasıyla oluştuğunu ileri sürmektedir. Bireysel ölçüde alışkanlıklar şeklinde ortaya çıkan davranış kalıpları, bireysellikten çıkıp toplumsal hale dönüştüğünde, toplum içinde bireylerin davranışlarını denetleyen bir otorite olarak sistemleşmektedir. Sumner, âdetlerden meydana gelen bu denetleyici otoriter sistemi "folkways"ler olarak tanımlamaktadır (Sumner; 1940; 2-4, 30-31, 34-35).

Maclver ve Page, âdetleri tanımlarken, W.G. Sumner'in kullandığı "folkways"e atıfta bulunarak "halk âdetleri" kavramını ele alırlar ve genel halk davranış tarzlarını birey bazında "âdet", bireysel ilişkiler dışında kalan kontrol sistemlerini de "müessesese" ile tanımlarlar. Eğer halk âdetleri sadece davranış normları olarak kalmayıp, davranış nizamlayıcısı olarak da kabul görürse örf şeklini alır. Örfler, halk âdetlerinden farklı değildir. Kapasitelerinden dolayı kontrol aracı olarak oluşan halk âdetleri, grup veya cemaat üyeleri üzerinde bilinçli ya da bilinçsiz olarak etki eden, davranışlar açısından zorlayıcı ve yasaklayıcı anlamı bulunan bir fonksiyona sahiptir. Örflerin bu fonksiyonu "tabu" olarak isimlendirilir ve merkezi bir değer olarak, onları kontrol eden ve denetleyenler tarafından daima haklı olarak algılandığından muhafazakârlığı doğurur (Maclver; Page, 1994; 35-39).

Maclver ve Page'in örf ve âdetlerin tabu ve

muhafazakârlık oluşturduğu yönündeki görüşlerinden hareketle örf ve âdetlerin toplumsal bir durgunluk nedeni olduğu sonucuna varmak kanaatimizce yanlış olacaktır. Güngör'ün de belirttiği gibi, durgunluk ile istikrârın birbirinden ayırt edilmesi gerekir (Güngör; 115-116). Çünkü örf ve âdetler, onlara sahip olan toplumun bir arada ve düzenli bir şekilde hayat sürmelerini sağlayan temel yapı taşlarıdır. Bu nedenle toplumun varlığını sürdürmesinde öncelik, değişme ve hareketlilik değil, istikrar ve düzendir. Ancak hemen ifade edilmelidir ki, değişme kaçınılmazdır. Toplumlar değişen şartlar karşısında kendini değiştirmek zorundadır; ama amaç en az değişme ile şartlara uyum sağlamaktır. Böyle olunca da teknolojik ilerlemeler çok hızlı olurken, sosyal değişimler daha yavaş olmaktadır. Eğer değişen şartlar mevcut norm sisteminin büyük bir kısmını değiştirecek kadar kapsamlıysa ve toplum bu değişimleri özümsemeyecek kadar zayıf kalıyorsa, o takdirde sosyal çözülme olur ki; bu da birlikte var olmanın temelini oluşturan değerler sisteminin yok olması yani toplumun birlikte yaşama şuurunun kaybolması demektir.

Örf ve âdetlerin köklerinin oldukça eskilere uzaması, doğru-yanlış, iyi-kötü, güzel-çirkin gibi değer yargılarının ve davranış tarzlarının örf ve âdetlere göre şekillenmesine neden olabilir. Örf ve âdetlerin "mutlak doğrular" olarak görülmesi halinde istikrar unsuru olmaktan çıkıp, değişimin önünde bir engel olabileceği de göz ardı edilmemelidir (Güngör; 95).

Örf ve âdetler, her zaman saf bir gelenegin unsuru olarak değerlendirilmemelidir. Tarihi süreçte farklı kültürlerle ait geleneklerle karşılaşan toplumlar, karşılıklı etkileşimler sonucunda, bir örf ve âdetler sentezi meydana getirebilirler (Ülken, 1971; 27-28). Bu noktada kitle iletişim araçları, farklı örf ve âdetlerin karşılaşmasında ve etkileşim sürecinin hızlanmasında önemli bir yere sahiptir.

Kitle iletişim araçlarının etkileri konusunda yapılan çalışmalar, farklı teoriler ortaya çıkarmıştır. Ancak bütün bu teorilerin hareket noktası, kitle iletişim araçlarının bir şekilde tutum ve davranışlar üzerinde etkili olduğu varsayımına dayanmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının etkileri ile ilgili yapılan çalışmalar sonucu geliştirilen teoriler, üç grupta toplanabilir:

1910-1940 dönemini kapsayan birinci grup teoriler, "güçlü etkiler dönemi" olarak kavramlaştırılabilir. Kitle iletişim araçlarının etkilerini "sihirli mermiler" şeklinde özetleyen bu teorilere göre, kitle iletişim araçlarından sunulan iletiler, hedef kitle durumundaki birey ya da toplumları çok hızlı ve çok etkili biçimde etkilemektedir (Işık, 2002; 20-21).

Özellikle 1940'lerden sonra yapılan ikinci grup çalışmalar, kitle iletişim araçlarının birey ve toplum üzerindeki etkileri konusunda yoğunlaşmıştır. Kitle iletişim araçlarının güçlü etkileri olduğu yönündeki birinci grup teorileri test etmeye yönelik çalışmalar, kitle iletişim araçlarının ileri sürüldüğü kadar güçlü etkilere sahip olmadığını ortaya koymuştur.

1960'lı yıllardan itibaren kitle iletişim araçlarının etkileri ile ilgili yapılan üçüncü grup çalışmalarda, "tutum" kavramı ön plâna çıkmıştır. Özellikle Klapper'in ileri sürdüğü ve Pool, Hyman gibi araştırmacılar tarafından benimsenen bu görüşte, kitle iletişim araçlarının gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkelerde, bireyleri ve toplumları etkilemede birtakım sınırlılıkların bulunduğu savunulmaktadır. Buna göre kitle iletişim araçlarının sosyal değişimin yönünü ve biçimini belirleyen bir faktör olarak ele alınması mümkün değildir. Tam tersine toplumsal ve ekonomik kurulu yapının pekiştirilmesi ya da güçlendirilmesi biçiminde bir etkisi vardır. Nitekim kitle iletişim araçlarının kişiyi bir başka kişi yapma gücü yoktur. Aktif olan kişiyi pasif, pasif olanı ise aktif yapamaz. Ancak istekli ve ilgili kişileri uyarabilir ve harekete geçirebilir. Bu iletiyi algılama ve yorumda da kendini gösterir. Bireyin algıladığı ya da öğrendiği şey kendi görüşlerini destekleyen iletilerdir (Aziz, 1982; 53). Bu bağlamda; 1970'lerden sonra yapılan çalışmalar, kitle iletişim araçlarının etkilerinin "doğrudan ve kısa vadeli etkiler yerine, dolaylı ve uzun vadeli etkiler" şeklinde oluştuğunu ortaya koymuştur (Işık; 25).

Kitle iletişim araçlarının tutumları etkileme gücü ve düzeyi ile ilgili yapılan çalışmalardan elde edilen bulgular,

kitle iletişim araçlarının tutumlara etkisinin "sınırlı" düzeyde kaldığını ve çeşitli değişkenlere göre (ekonomik, siyasi, dinî vb.) farklılaştığını göstermektedir. Ancak Nelson'un da belirttiği gibi kitle iletişim araçları, uzun süreli iletilerle değerlerin değişmesinde ya da yeniden oluşturulmasında bir sosyalizasyon aracı olarak fonksiyon görmektedir (Nelson, 1982; 46-47).

## 2. MATERYAL ve METOT

Mart-Haziran 2002'de gerçekleştirilen ve kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerindeki etkilerinin, çeşitli değişkenler çerçevesinde "gazete, TV, radyo gibi kitle iletişim araçları örf ve âdetleri olumsuz etkiliyor" tutum ifadesine bağlı olarak değerlendirildiği bu araştırmanın evrenini Kayseri şehri oluşturmaktadır. 4000 Yıllık tarihi bir geçmişine sahip olan Kayseri, Hititlerden başlamak üzere bir çok medeniyet ve kültüre ev sahipliği yapmış, sosyal ve kültürel birikimi olan bir şehirdir (Kayseri Valiliği, 1998; 10). Cumhuriyet dönemi Türkiye'sinin sanayileşme hamlesinin en önemli merkezlerinden birisi olan Kayseri, kökü çok eskilere dayanan kültürel birikimle, modern sanayi toplumunun oluşturduğu kültürel yapının kucaklaştığı bir toplumu temsil etmektedir. 2000 Genel Nüfus Sayımı sonuçlarına göre, Kayseri'nin toplam nüfusu 1.060.432'dir. İl merkezi, Kocasinan (272.939) ve Melikgazi (263.453) merkez ilçelerinden oluşmaktadır ve toplam nüfusu 536.392'dir (DİE, 2002; 61).

Türkiye ekonomisi içinde önemli bir yere sahip olan Kayseri, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel yapısı bakımından da dikkat çekici bir özelliğe sahiptir. Ekonomik açıdan uluslar arası düzeyde ticaret yapabilme kapasitesine sahip olan Kayseri, Türkiye'nin muhafazakâr ve geleneklerine en bağlı illerinden biridir (ankete katılan deneklerin %63,2'si bu görüştedir). Kayseri, bölgesinin cazibe merkezi konumdadır. 1985 Yılına kadar köylerde yaşayan nüfus şehirde yaşayan nüfustan daha fazla iken, 1985'ten sonra şehir nüfusu köy nüfusundan daha fazla olmuş ve bu oran 2000 yılında %69,1'e ulaşmıştır (DİE; 26-28). Kayseri, kendi ilçe ve köyleri yanında Sivas, Yozgat, Nevşehir gibi çevre illerden de önemli miktarda göç alan bir şehirdir.

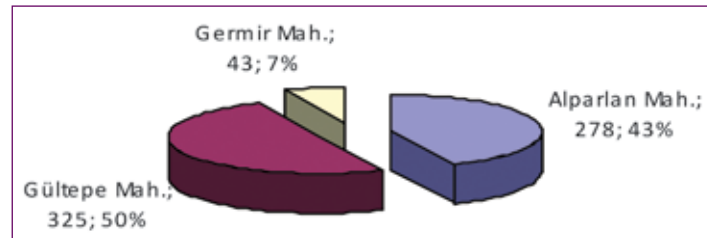
Kayseri’de mahalleler düzeyinde farklılaşmalar görülmektedir. Bu farklılaşmalarda sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel özelliklerin yanında hemşehrilik ve akrabalık ilişkileri de etkili olmaktadır. Bu çalışmanın örneklemini oluşturan Alparslan (nüfus: 10.800), Gültepe (nüfus: 12563) ve Germir (nüfus: 1633) Mahalleleri, bu farklılaşmaları yansıtan en belirgin mahallelerdendir. Alparslan Mahallesi, öğrenim durumu ve ekonomik düzeyi yüksek, şehrin yerlilerinin de yoğun olarak yaşadığı karma bir nüfus yapısına sahiptir. Gültepe Mahallesi, Alparslan Mahallesi ile bitişik olmasına rağmen sosyal ve fiziki yapı özellikleri bakımından Alparslan mahallesinden farklılaşmaktadır. Başlangıçta, başta Pınarbaşı ve Tomarza ilçeleri ve onlara bağlı köyler olmak üzere hemşehri ve akraba kümelenmeleriyle oluşmuş bir gecekondu mahallesi olan Gültepe; bu gün hızlı bir değişim süreci yaşamakta, gecekondu konutları yerini yüksek apartmanlara bırakmakta ve mahallenin sosyal yapısı da değişmektedir. Germir Mahallesi ise, daha önce merkeze bağlı bir köy (Konaklar) durumunda iken, bu gün toplu konut alanlarının da yer aldığı şehrin bir mahallesi durumundadır. Ancak bu çalışmada, Germir mahallesinden seçilen deneklerin eskiden de burada yaşayan köy kökenlilerden olmalarına dikkat edilmiştir.

### 2.1. Örneklem

Bu araştırmanın örneklemini, Kayseri’nin, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel özellikleri bakımından farklılıklar gösteren Alparslan, Gültepe ve Germir Mahalleleri’nde oturan 646 denek oluşturmaktadır.

Örnekleme oluşturan deneklerin %57,7’si (373 kişi) erkek, %42,3’ü de (273 kişi) bayandır. Ankete katılanların %18,3’ü 18-29 yaş grubunda, %33,9’u 30-39 yaş grubunda, %31,6’sı 40-49 yaş grubunda, %10,4’ü 50-59 yaş grubunda, %5,9’u da 60 ve üzeri yaş grubunda yer almaktadır.

Grafik 1: Deneklerin Mahallere Göre Dağılımı



Deneklerin %3,9’u okuma-yazma bilmemekte, %3,4’ü de okur-yazar ancak her hangi bir okul bitirmemiştir. İlköğrenim düzeyinde öğrenim görmüş deneklerin oranı %48,5’tir. (%30,5’i sadece ilkokul, %18’i de sadece orta okul bitirmiş). Lise ve dengi okul bitirmiş deneklerin oranı %22,1 ve aynı şekilde yüksek okul veya fakülte

bitirmiş deneklerin oranı da %22,1’dir.

Tablo 1: Örneklem Cinsiyete Göre Yaş Grupları Dağılımı

Cinsiyet		Yaşınız					Toplam
		18-29	30-39	40-49	50-59	60+	
Erkek	S	45	102	152	50	24	373
	%	12,1	27,3	40,8	13,4	6,4	100,0
Bayan	S	73	117	52	17	14	273
	%	26,7	42,9	19,0	6,2	5,1	100,0
Toplam	S	118	219	204	67	38	646
	%	18,3	33,9	31,6	10,4	5,9	100,0

Deneklerin gelir durumlarının belirlenmesinde, toplam aile aylık gelir durumları temel alınmıştır. Buna göre deneklerin %40,8’i alt gelir grubu (%18,7’si -150.000.000 TL., %22,1’i 151.000.000-300.000.000 TL.), %19,4’ü orta gelir grubu (%10,2’si 301.000.000-450.000.000 TL., %9,2’si 451.000.000-600.000.000 TL.), %39,8’i üst gelir grubu (%9’u 601.000.000-750.000.000 TL., %30,8’i 751.000.000+ TL.) içinde yer almaktadır.

### 2.2 Değerlendirme Araçları

Ankete katılan deneklerin, sosyo-ekonomik ve kültürel özelliklerine göre, kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerinde olumlu ya da olumsuz etkileri konusunda tutumları, bilgisayar ortamında, SSPS programında, çeşitli değişkenlere göre çapraz tablo ve ki-kare (x2) testleri ile değerlendirilmekte, ayrıca doğrudan gözlem ve mülakat yoluyla elde edilen bilgiler de kullanılmaktadır.

Çapraz tablo ve ki-kare testi ile elde edilen verilerin istatistiksel değerlerini gösteren tablolarda, ilgili soruya veya tutum ifadesine verilen cevaplarda denek sayısı (S) ve verilen cevabın satır yüzdesi (%) kullanılmaktadır. Ayrıca Çapraz tablo ve ki-kare testi sonuçlarının ki-kare (x2), serbest dağılım (Sd.) ve  $p < 0,05$  veya  $p > 0,05$  değerleri verilmektedir.

### 3. BULGULAR ve TARTIŞMA

Araştırma bulguları, “Gazete, TV, radyo vb. kitle iletişim araçları örf ve âdetleri olumsuz etkiliyor.” tutum cümlesine, deneklerin bireysel özelliklerine (yaş, cinsiyet, medeni durum, doğum yeri, öğrenim durumu, aylık aile gelir düzeyi), şehirlik düzeylerine (şehirde kalma süresi ve kendini

şehirli görüp görmemesi), dinî pratiklere katılımlarına (dinî pratikleri uygulama sıklıklarına), sosyal tabakalara (üst, orta, alt, en alt tabaka ve geleneklerine bağlı, modern, biraz geleneklerine bağlı biraz modern), kitle iletişim araçlarıyla ilişkilerine (gazete alma sıklıkları, televizyonla ilişkiler, kitle iletişim araçlarına tepki gösterebilme düzeyleri) göre “katılma veya katılmama” durumlarının istatistiksel olarak değerlendirilmesi elde edilmiştir ve sonuçlar tablolarla gösterilmiştir. Ancak bulguların değerlendirilmesinde, tablo dağılımları yanında, doğrudan bu çalışma kapsamında yer almayan diğer anket bilgileri ile gözlem ve mülakâtlarda elde edilen veriler ve diğer benzer araştırma sonuçları da kullanılmıştır.

3.1. Bireysel özelliklere göre kitle iletişim araçlarının örf ve âdetleri etkilemesi ile ilgili tutumlar.

Ankete katılan deneklerin yaş gruplarına göre, gazete, televizyon, radyo vb. kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerinde olumsuz etki yaptığı yönündeki tutum ifadesine katılma ya da katılmama durumları arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir ( $\chi^2=21,062$ ;  $p<0,05$ ). Tablo 2’deki dağılıma göre, kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerindeki olumsuz etkisi konusunda gençler (18-29), orta yaşlılar (30-49) ve yaşlılar (50+) arasında bir tutum farklılaşması ortaya çıkmaktadır. Yaş ilerledikçe, deneklerin iletişim araçlarının örf ve âdetleri olumsuz olarak etkilediğini düşünme eğilimleri artmaktadır. Nitekim tablo 2’deki tutum ifadesine, 18-29 yaş grubunun %44,9’u, 30-39 yaş grubunun %50,7’si, 40-49 yaş grubunun %52,9’u, 50-59 yaş grubunun %68,7’si ve 60 yaş ve üzeri yaş grubunun da %65,8’i katılmaktadır.

Yaş ilerledikçe kitle iletişim araçlarına karşı olumsuz tutum gösterme oranının artması, kuşaklar arası farklılaşmanın bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Çünkü, gençler ve yaşlılardan oluşan iki kuşak arasındaki farklı sosyalleşme, tutum ve davranışlarda da farklılaşmalara neden olmakta, bu nedenle de bu iki yaş grubu arasında farklı görüşler, anlaşmazlıklar ya da çatışmalar oluşabilmektedir. Diğer taraftan, yaş ilerledikçe sosyalleşme derecesi azalmakta; dolayısıyla gençlerin sosyalleştiği kültürel çevrede yaşlılar aynı

derecede sosyalleşmemektedir. Bu durum gençler ile yaşlılar arasında tutum ve davranışlarda farklılaşmalara neden olabilmektedir (Tezcan, 1981; 21-24).

Tablo 2:Yaşa Göre Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Âdetler Üzerine Etkileri

Yaş		Gazete, TV, radyo vb. kitle iletişim araçları örf ve âdetleri olumsuz etkiliyor.			Toplam
		Katılıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	
18-29	S	53	52	13	118
	%	44,9	44,1	11,0	100,0
30-39	S	111	91	17	219
	%	50,7	41,6	7,8	100,0
40-49	S	108	79	17	204
	%	52,9	38,7	8,3	100,0
50-59	S	46	12	9	67
	%	68,7	17,9	13,4	100,0
60+	S	25	13	-	38
	%	65,8	34,2	-	100,0
Toplam	S	343	247	56	646
	%	53,1	38,2	8,7	100,0

$$\chi^2=21,062 \text{ SD}.8 \text{ } p<0,05 (0,007)$$

Deneklerin yaş grupları ile kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerindeki etkisi konusundaki tutumları arasındaki anlamlı ilişki, yaş grupları ile medeni durum arasındaki ilişkiden dolayı ( $\chi^2=313,979$ ;  $p<0,05$ ), deneklerin medeni durumları ile iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerindeki etkisi konusundaki tutumları üzerinde de görülmektedir. Tablo 3’e göre, tutum ifadesine, hiç evlenmemiş olanların %42,7’si, evli olanların %54,9’u, eşi ölmüş olanların %55,6’sı ve boşanmış olanların da %33,3’ü katıldıklarını belirtmektedir. Deneklerden 18-29 yaş grubunun %56,8’inin hiç evlenmemiş olanlardan, evli olma durumunun 30-39 yaş grubunda %90,9, 40-49 yaş grubunda %93,6, 50-59 yaş grubunda %88,1 oranında, eşi ölmüş olanların da 50-59 yaş grubunda %10,4, 60 ve üzeri yaş grubunda da %26,3 olduğu dikkate alınır, yaş grupları ile iletişim araçlarının örf ve âdetleri etkilemesi konusundaki tutum ifadesine katılma ya da katılmama durumu arasındaki ilişki, deneklerin medeni durumları ile tutum ifadesine katılma ya da katılmama durumları arasında da kurulabilir. Boşanmış olan deneklerin ise örneklem

gruptaki oranı %1,4’tür (9 kişi). Yaş gruplarına göre boşanmış olan deneklerin dağılımı ise; 30-39 yaş grubunda %1,4, 40-49 yaş grubunda %2,5 ve 50-59 yaş grubunda %1,5’tir. Bu nedenle de boşanmış olan deneklerin tutum ifadesine katılım oranı ile yaş grupları arasında bir ilişki görülmemektedir.

Tablo 3:Medeni Duruma Göre Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Âdetler Üzerine Etkileri

Medeni Durum		Gazete, TV, radyo vb. kitle iletişim araçları örf ve âdetleri olumsuz etkiliyor.			Toplam
		Katılıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	
Hiç Evlenmemiş	S	35	38	9	82
	%	42,7	46,3	11,0	100,0
Evli	S	290	195	43	528
	%	54,9	36,9	8,1	100,0
Eşi Ölmüş	S	15	9	3	27
	%	55,6	33,3	11,1	100,0
Boşanmış	S	3	5	1	9
	%	33,3	55,6	11,1	100,0
Toplam	S	343	247	56	646
	%	53,1	38,2	8,7	100,0

$$\chi^2=6,138 \text{ Sd}.6 \text{ } p>0,05 (0,408)$$

Kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerindeki etkisi konusunda, erkeklerin bayanlara oranla daha olumsuz bir tutum sergiledikleri görülmektedir. Tutum ifadesine katılma oranı, erkeklerde %56,6 iken; bu oran bayanlarda %48,4’e düşmektedir (tablo 4). Erkek deneklerin bu tutumu, erkek otoriter bir toplum yapısının yansıması olarak değerlendirilebilir. Çünkü ailede otorite sahibi olan erkek, ailesini olumsuz dış etkilere karşı koruma ve aynı zamanda da aile bireylerinin davranışları denetleme gücüne sahiptir. Erkeğin özellikle ailede kendisine yüklediği denetleyicilik ve korumacılık fonksiyonu, “Kadın yapacakları için kocasından izin almalıdır.” şeklindeki bir başka tutum ifadesine verilen cevaplarda da görülmektedir. Zira bu tutum ifadesine, erkeklerin %61,1’i, bayanların da %38,9’u katıldığını belirtmektedir. Dolayısıyla örf ve âdetler konusunda, erkeklerin bayanlara göre daha hassas davrandıkları, bu nedenle de kitle iletişim araçlarının etkileri konusunda daha temkinli bir yaklaşım içinde oldukları söylenebilir.

Tablo 4:Cinsiyete Göre Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Âdetler Üzerine Etkileri

Cinsiyet		Gazete, TV, radyo vb. kitle iletişim araçları örf ve âdetleri olumsuz etkiliyor.			Toplam
		Katılıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	
Erkek	S	211	128	34	373
	%	56,6	34,3	9,1	100,0
Bayan	S	132	119	22	273
	%	48,4	43,6	8,1	100,0
Toplam	S	343	247	56	646
	%	53,1	38,2	8,7	100,0

$$\chi^2=5,753 \text{ Sd.2 } p<0,05 (0,056)$$

Tablo 5:Öğrenim Durumuna Göre Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Âdetler Üzerine Etkileri

Öğrenim Durumu		Gazete, TV, radyo vb. kitle iletişim araçları örf ve âdetleri olumsuz etkiliyor.			Toplam
		Katılıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	
Okur-Yazar Değil	S	16	7	2	25
	%	64,0	28,0	8,0	100,0
Okur-Yazar Okul Bitirmemiş	S	14	5	3	22
	%	63,6	22,7	13,6	100,0
İlkokul	S	102	80	15	197
	%	51,8	40,6	7,6	100,0
Orta Okul	S	58	48	10	116
	%	50,0	41,4	8,6	100,0
Lise ve Dengi Okul	S	84	43	16	143
	%	58,7	30,1	11,2	100,0
Yüksek okul/ Fakülte	S	69	64	10	143
	%	48,3	44,8	7,0	100,0
Toplam	S	343	247	56	646
	%	53,1	38,2	8,7	100,0

$$\chi^2=11,930 \text{ Sd.10 } p>0,05 (0,290)$$

Öğrenim durumundaki yükselme, örf ve âdetler hakkındaki bilinçlilik düzeyini artırmakta ve iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerinde olumsuz bir etki yaptığı düşüncesini azaltmaktadır. Buna karşılık okur-yazar olmayanların ya da ilköğretim seviğinde öğrenim görmüş deneklerin, iletişim araçlarının örf ve âdetleri olumsuz etkilediği yönünde bir tutum içinde oldukları görülmektedir. Tablo 5'deki dağılımda, tutum ifadesine katılma oranı okur-yazar olmayanlarda %64, okur-yazar ancak herhangi bir okul bitirmemişlerde %63,6 iken; bu oran yüksek okul ya da fakülte bitirmiş deneklerde %48,3'e düşmektedir.

Deneklerin aylık aile gelir durumlarına göre kitle iletişim araçlarının örf ve âdetleri etkilemesi ile ilgili tutumları karşılaştırıldığında, alt gelir grubu

(-300.000.000 TL.) ve üst gelir grubu (601.000.000 + TL.) arasında bir benzeşme olduğu görülmektedir (tablo 6). Alt ve üst gelir grubu arasındaki bu tutum benzerliği; gelir grupları ile deneklerin yerleşim yerleri, öğrenim durumları, doğum yerleri, kendilerini ait gördükleri sosyal tabakaları ve şehirleşme düzeyleri dağılımları arasında var olan ilişkiye dayanabilir. Çünkü üst gelir grubu; çoğunlukla şehir doğumlu, Alparslan Mahallesi'nde oturan (toplam içinde %39,8 olan üst gelir grubunun %95,7'si bu mahallede oturmaktadır), öğrenim düzeyi yüksek, üst ve modern tabaka içinde yer alan ve şehirleşme düzeyi bakımından şehirliliği temsil eden deneklerden meydana gelmektedir. Bu grupta yer alan denekler, diğerlerine oranla, kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerinde olumsuz etkilerinin daha az olduğunu düşünmektedir. Alt gelir grubunda yer alan deneklerin büyük çoğunluğu da Gültepe ve Germir Mahalleleri'nde oturmaktadır (genel toplam içinde %40,8 olan alt gelir grubunun %70,8'i Gültepe Mahallesi'nde oturmaktadır). Dönüşüm halinde bir gecekondu mahallesi olan Gültepe Mahallesi'nde, Türkiye gecekondualarının genel bir sosyal yapı özelliği (Gökçe vb., 1993; 13-14; Ayata, 1994; 331) olan akraba ve hemşehri kümelenmeleri oluşmuştur. Germir Mahallesi de sosyal yapı özellikleri bakımından geleneksel bir köy toplumu görünümündedir. Dolayısıyla bu yerleşim yerlerinde sosyal kontrol mekanizması etkilidir. Bu nedenle de buralarda oturan denekler, örf ve âdetlere daha sıkı bağlı olduklarından, kitle iletişim araçlarının olumsuz olarak nitelendirilen etkilerinden daha az etkilenmektedirler.

Tablo 6:Aylık Aile Gelir Düzeyine Göre Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Âdetler Üzerine Etkileri

Aylık Aile Geliri (TL.)		Gazete, TV, radyo vb. kitle iletişim araçları örf ve âdetleri olumsuz etkiliyor.			Toplam
		Katılıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	
-150.000.000	S	56	55	10	121
	%	46,3	45,5	8,3	100,0
151.000.000-300.000.000	S	74	52	17	143
	%	51,7	36,4	11,9	100,0
301.000.000-450.000.000	S	41	17	8	66
	%	62,1	25,8	12,1	100,0
451.000.000-600.000.000	S	36	20	3	59
	%	61,0	33,9	5,1	100,0
601.000.000-750.000.000	S	26	29	3	58
	%	44,8	50,0	5,2	100,0
751.000.000 +	S	110	74	15	199
	%	55,3	37,2	7,5	100,0
Toplam	S	343	247	56	646
	%	53,1	38,2	8,7	100,0

$$\chi^2=15,283 \text{ Sd.10 } p>0,05 (0,122)$$

Doğum yerlerine göre iletişim araçlarının gelenekleri etkileme durumu karşılaştırıldığında, ikili bir yapılanma dikkati çekmektedir: Kayseri ve çevresi doğumlular ve Kayseri dışında bir başka yerde doğanlar. Bu ikili yapı içinde de köy doğumluların tutumları, kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerindeki etkisi ile ilgili tutumlar açısından değerlendirilmesi gereken önemli bir unsur olarak görülmektedir.

Tablo 7'deki verilere göre, Kayseri ve çevresi doğumlulardan Kayseri'nin köyleri doğumlular, Kayseri'nin ilçeleri ve Kayseri il merkezi doğumlulara göre, kitle iletişim araçlarının örf ve âdetleri olumsuz etkilemesi ile ilgili tutum ifadesine daha az oranda (%46) katılma eğilimi göstermişlerdir. Bu durum, köy doğumluların gerek Kayseri'de belirli mahallelerde akraba ve hemşehri kümelenmeleri oluşturmaları; (deneklerin doğum yerleri ile Kayseri'de ikâmet ettikleri mahalleler arasında anlamlı bir ilişki vardır.  $\chi^2=84,919$ ;  $p<0,05$ -Ankete katılan deneklerden Alparslan Mahallesi'nde oturanların %10,1'i, Gültepe Mahallesi'nde oturanların %25,8'i ve Germir Mahallesi'nde oturanların %32,6'sı Kayseri'nin köyleri doğumlulardan oluşmaktadır.) gerekse köyle ilişkilerini devam ettiriyor olmaları, dolayısıyla da sosyal kontrol mekanizmasının bu grupta diğerlerine göre daha etkili olmasıyla açıklanabilir. Gözlemlerimiz de bu yaklaşımı desteklemektedir.

Kayseri dışında bir başka il, ilçe veya köy doğumlular içinde; köy doğumlular, Kayseri'nin köylerinde doğanların aksine en yüksek oranda (%60,4) kitle iletişim araçlarının örf ve âdetleri olumsuz etkilediğini düşünmektedir. Kanaatimizce bu durum yine yukarıda Kayseri'nin köyleri doğumluların tutumlarını değerlendirirken sunduğumuz iki temel nedene dayanmaktadır. Ancak bu grupta, ikâmet yerleri açısından, Kayseri'nin köyleri doğumlularda olduğu gibi bir hemşehri veya akraba kümelenmesi görülmemektedir. (Al-

parslan Mahallesi'nde oturan deneklerin %6,5'i, Gültepe Mahallesi'nde oturan deneklerin %9,8'i ve Germir Mahallesi'nde oturan deneklerin de %7'si Kayseri'nin köyleri doğumlular dışında bir başka köy doğumludur.) Diğer taraftan bu grupta yer alan deneklerin köyleri ile ilişkileri Kayseri'nin köyleri doğumlulardaki sıklıkta değildir. Bu nedenle de örf ve âdetleri denetleyici, etkili bir sosyal kontrol mekanizmasından söz etmek zordur.

Tablo 7:Doğum Yerine Göre Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Âdetler Üzerine Etkileri

Doğum yeri		Gazete, TV, radyo vb. kitle iletişim araçları örf ve âdetleri olumsuz etkiliyor.			Toplam
		Katılıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	
Kayseri İl Merkezi	S	121	89	17	227
	%	53,3	39,2	7,5	100,0
Kayseri'nin İlçeleri	S	76	45	12	133
	%	57,1	33,8	9,0	100,0
Kayseri'nin Köyleri	S	58	53	15	126
	%	46,0	42,1	11,9	100,0
Diğer İl Merkezleri	S	37	23	3	63
	%	58,7	36,5	4,8	100,0
Diğer İlçeler	S	19	20	5	44
	%	43,2	45,5	11,4	100,0
Diğer Köyler	S	32	17	4	53
	%	60,4	32,1	7,5	100,0
Toplam	S	343	247	56	646
	%	53,1	38,2	8,7	100,0

$$\chi^2=9,165 \text{ Sd.10 } p<0,05 (0,517)$$

### 3.2. Şehirleşme düzeyine göre kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerine etkileri ile ilgili tutumlar.

Şehirleşme, bir değişim sürecidir. Şehirleşmenin insani boyutu olarak değerlendirilebileceğimiz şehirleşme, birey açısından yeniden sosyalleşme anlamı taşımaktadır. Bu çerçevede şehirleşme sürecinde örf ve âdetlerin durumu, şehirleşme derecesi ile yakın bir ilişki içindedir. Bu noktada değişim, iki yönlü bir karaktere sahip olabilmektedir. Bir taraftan yeni duruma uyum sağlama gayreti yaşanırken; diğer taraftan da yeni duruma tepki ve değişime karşı bir direnç oluşabilmektedir.

Şehirleşme sürecinde örf ve âdetlerle ilgili ritüeller kaybolmazlar.

Ancak değişen şartlara uyum sağlayarak varlıklarını sürdürürler (Peacock, 1979; 404). Çünkü geleneklerin bir unsuru olarak örf ve âdetler, şehir hayatında çekingin, gergin ve güvensiz olan insanların, olaylar karşısında nasıl davranacaklarını öğreterek onları rahatlatırlar ve bir güven sistemi olarak fonksiyon görürler (Goodenough, 1966; 66).

Tablo 8:Mahallere Göre Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Âdetler Üzerine Etkileri.

Mahalle		Gazete, TV, radyo vb. kitle iletişim araçları örf ve âdetleri olumsuz etkiliyor.			Toplam
		Katılıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	
Alparslan Mah.	S	144	112	22	278
	%	51,8	40,3	7,9	100,0
Gültepe Mah.	S	178	115	32	325
	%	54,8	35,4	9,8	100,0
Germir Mah.	S	21	20	2	43
	%	48,8	46,5	4,7	100,0
Toplam	S	343	247	56	646
	%	53,1	38,2	8,7	100,0

$$\chi^2=3,677 \text{ Sd.4 } p>0,05 (0,451)$$

Deneklerin, oturdukları mahaller ile kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerindeki etkisi konusundaki düşünceleri arasında, oturan mahallenin sosyal yapısı ve fiziki konumu belirleyici olmaktadır. Örneklemde şehirliliği temsil eden Alparslan Mahallesi'nde oturan deneklerin %51,8'i kitle iletişim araçlarının örf ve âdetleri olumsuz etkilediğini düşünmektedir. Bu oran, fiziki konum açısından Alparslan mahallesi ile benzerlik göstermesine rağmen sosyal yapı özellikleri bakımından dönüşüm halinde bir geçeköndü olan ve kümelenmiş hemşehri ve akraba gruplarını barındıran Gültepe Mahallesi'nde %54,8'dir. Sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel özellikler bakımından Alparslan ve Gültepe Mahalleleri'nden ayrılan ve güçlü bir sosyal kontrol mekanizmaya sahip olan Germir Mahallesi'nde oturan deneklerin, kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerinde olumsuz etki yaptığını ifade eden tutum ifadesine katılma oranı ise %48,8'dir. (bk. Tablo 8).

Tablo 9:Şehirde Kalma Süresine Göre Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Âdetler Üzerine Etkileri.

Şehirde Kalma Süresi (Yıl)		Gazete, TV, radyo vb. kitle iletişim araçları örf ve âdetleri olumsuz etkiliyor.			Toplam
		Katılıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	
-5	S	27	17	4	48
	%	56,3	35,4	8,3	100,0
6-10	S	39	30	7	76
	%	51,3	39,5	9,2	100,0
11+	S	127	78	20	225
	%	56,4	34,7	8,9	100,0
Şehir Doğumlu	S	150	122	25	297
	%	50,5	41,1	8,4	100,0
Toplam	S	343	247	56	646
	%	53,1	38,2	8,7	100,0

$$\chi^2=2,559 \text{ Sd.6 } p>0,05 (0,862)$$

Deneklerin kendilerini şehirli olma ya da olmama açısından tanımlamaları ile iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerinde olumsuz bir etki yaptığı görüşünü dile getiren tutum ifadesine katılma ya da katılmama durumu arasında ikili bir yapılanma görülmektedir. Tablo 9'daki verilere göre, şehirlileşme düzeyinin artması, kitle iletişim araçlarının etkileri konusundaki olumsuz tutumu azaltmaktadır.

Tablo 9'daki veriler, tablo 10 ile de desteklenmektedir. Çünkü şehirde kalma süresi ile deneklerin kendilerini "tamamen şehirli, kısmen şehirli veya şehirli görmüyorum" şeklinde tanımlamaları arasında anlamlı bir ilişki vardır ( $\chi^2=210,743$ ;  $p<0,05$ ). Şehirde kalma süresi; 5 yıl ve daha az deneklerin %3'ü, 6-10 yıl olan deneklerin %4,9'u, 11 yıl ve üzeri olan deneklerin de %14,2'si "tamamen şehirli" olduklarını belirtirken, bu oran şehir doğumlularda %77,9'dur. Deneklerin şehirde

Kendini Şehirli Görme Durumu		Gazete, TV, radyo vb. kitle iletişim araçları örf ve âdetleri olumsuz etkiliyor.			Toplam
		Katılıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	
Tamamen Şehirli	S	139	106	22	267
	%	52,1	39,7	8,2	100,0
Kısmen Şehirli	S	127	92	22	241
	%	52,7	38,2	9,1	100,0
Şehirli Görmüyor	S	77	49	12	138
	%	55,8	35,5	8,7	100,0
Toplam	S	343	247	56	646
	%	53,1	38,2	8,7	100,0

$$\chi^2=0,785 \text{ Sd.4 } p>0,05 (0,940)$$

azalma görülmektedir.

Tablo 10:Şehirlilik Durumuna Göre Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Âdetler Üzerine Etkileri

### 3.3. Dinî pratikleri uygulama sıklığına göre kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerine etkileri ile ilgili tutumlar.

Değerler sistemi içerisinde önemli bir yere sahip olan din, örf ve âdetler üzerinde etkin bir belirleyici olarak fonksiyon görmektedir. Bu nedenle dinî bağlılık ile örf ve âdetlerle ilgili tutum ve davranışlar arasında bir ilişkiden söz etmek mümkündür. Nitekim "Geleneklerimize ters düşen davranışlar arasında bir ilişkiden söz etmek mümkündür. Nitekim "Geleneklerimize ters düşen davranışlarda bulunmamalıyız." tutum ifadesine katılma oranı, dinî pratikleri "ara sıra" yerine getirdiğini belirten deneklerde %64,5, dini pratikleri "fırsat buldukça" yerine getirdiğini belirten deneklerde de %65,1 iken; bu oran dinî pratikleri "sürekli" yerine getirdiğini belirten deneklerde %76,6'dır.

Dinî pratikleri uygulama sıklığı ile davranışlarda geleneklere uygunluğu esas alma eğilimleri arasında ortaya çıkan ilişki, dinî pratikleri uygulama sıklığı ile kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerindeki etkisi ile ilgili tutumlar arasında da ortaya çıkmaktadır. Tablo 11'e göre tutum ifadesine, dinî pratikleri fırsat buldukça yerine getirdiğini belirten deneklerin katılma oranı %42,1, ara sıra yerine getirdiğini belirten deneklerin %50 ve sürekli yerine getirdiğini belirten deneklerin de %57,9'dur.

Tablo 11:Dinî Pratikleri Yerine Getirme Sıklığına Göre Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Âdetler Üzerine Etkileri

Dinî Pratikleri Uygulama Sıklığı		Gazete, TV, radyo vb. kitle iletişim araçları örf ve âdetleri olumsuz etkiliyor.			Toplam
		Katılıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	
Sürekli	S	208	124	27	359
	%	57,9	34,5	7,5	100,0
Ara Sıra	S	76	59	17	152
	%	50,0	38,8	11,2	100,0
Fırsat Buldukça	S	53	61	12	126
	%	42,1	48,4	9,5	100,0
Dikkat Etmem	S	3	1	-	4
	%	75,0	25,0	-	100,0
Benim İçin Önemli Değil	S	3	2	-	5
	%	60,0	40,0	-	100,0
Toplam	S	343	247	56	646
	%	53,1	38,2	8,7	100,0

$$\chi^2=12,592 \text{ Sd.8 } p>0,05 (0,127)$$

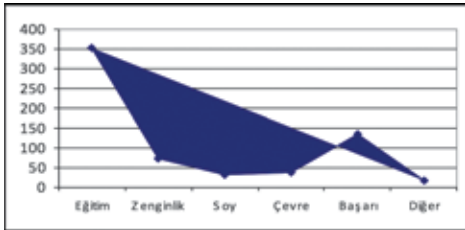
### 3.4. Sosyal tabakalara göre kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerine etkileri ile ilgili tutumlar.

Ankete katılan deneklere göre, içinde yaşadıkları toplumda, bireyin toplum içindeki konumunu belirleyen en önemli unsur, "öğrenim durumu"dur



(%54,5). Diğer taraftan bireyin toplum içindeki konumunun belirlenmesinde, “başarı”yı ölçüt kabul edenlerin oranı %20,7, “zenginlik”i kabul edenlerin oranı %11,3’tür. Deneklerin %6’sı “çevre”yi ve %4,8’i de “soy”u belirleyici unsur olarak değerlendirmektedir. (bk. grafik 2).

Grafik 2’de, bireyin toplum içindeki konumunun belirlenmesinde temel ölçü olarak sunulan kriterler doğrultusunda deneklerin, içinde buldukları toplumda kendilerini ait gördükleri sosyal tabaka ile kitle iletişim araçlarının örf ve adetler üzerinde varsayılan olumsuz etkileri hakkında ortaya çıkan tutumları arasında, (ki-kare testine göre) anlamlı bir ilişki vardır ( $\chi^2=26,600$ ;  $p<0,05$ ). Buna göre deneklerin, kendilerini ait gördükleri sosyal tabakalaşma düzeyi yükseldikçe, kitle iletişim araçlarına karşı olumsuz tutum sergileme oranı azalmaktadır. Tablo 12’ye göre, kitle iletişim araçlarının örf ve âdetleri olumsuz olarak etkilediği düşüncesine katılma oranı “üst tabaka”da en düşük (%48,3); buna karşılık “en alt tabaka”da da en yüksek (%74,1) seviyededir.



Grafik 2: Deneklere Göre Sosyal Tabaka Belirleyicileri

Geleneklere bağlılık ve modernlik açısından deneklerin kendilerini ait gördükleri sosyal tabaka ile tablo 12’de görülen sosyal tabakalaşma arasında (ki-kare testine göre) yakın bir bağ söz konusudur. Bu iki değişken arasındaki ilişki, kitle iletişim araçlarına karşı beliren tutumlarda da benzer bir yaklaşımı ortaya koymaktadır. Nitekim “geleneklere bağlı, biraz modern biraz geleneklere bağlı ve modern” olarak sunulan sosyal tabakalaşma seçeneklerinden, deneklerin kendileri için uygun gördükleri sosyal tabaka ile kitle iletişim araçlarının etkileri konusundaki tutumları çapraz olarak karşılaştırıldığında, kitle iletişim araçlarına karşı olumsuz tutum düzeyinin en yüksek oranda (%62,6)

“geleneklere bağlı” tabakada, en düşük oranda da (%23,5) “modern” tabakada olduğu görülmektedir. Kendilerini “biraz modern biraz geleneklere bağlı” olarak tanımlayan deneklerin kitle iletişim araçlarına karşı tutumları ise geleneklere bağlılık ve modernlik arasında bir geçiş özelliği taşımaktadır (%49,7).

Tablo 12: Sosyal Tabakalaşma Durumuna Göre Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Âdetler Üzerine Etkileri.

Kendinizi hangi sosyal tabakada hissediyorsunuz?		Gazete, TV, radyo vb. kitle iletişim araçları örf ve âdetleri olumsuz etkiliyor.			Toplam
		Katılıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	
Üst tabaka	S	28	28	2	58
	%	48,3	48,3	3,4	100,0
Orta tabaka	S	189	145	21	355
	%	53,2	40,8	5,9	100,0
Alt tabaka	S	59	32	15	106
	%	55,7	30,2	14,2	100,0
En alt tabaka	S	20	6	1	27
	%	74,1	22,2	3,7	100,0
Fikrim yok	S	47	36	17	100
	%	47,0	36,0	17,0	100,0
Toplam	S	343	247	56	646
	%	53,1	38,2	8,7	100,0

$$\chi^2=26,600 \text{ sd.8 } p<0,05 (0,001)$$

Tablo 13: Geleneklere Bağlılık Durumuna Göre Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Âdetler Üzerine Etkileri

Kendinizi hangisine daha uygun hissediyorsunuz		Gazete, TV, radyo vb. kitle iletişim araçları örf ve âdetleri olumsuz etkiliyor.			Toplam
		Katılıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	
Modern	S	8	25	1	34
	%	23,5	73,5	2,9	100,0
Geleneklerine Bağlı	S	149	68	21	238
	%	62,6	28,6	8,8	100,0
Biraz Modern Biraz Geleneklerine Bağlı	S	155	134	23	312
	%	49,7	42,9	7,4	100,0
Fikrim Yok	S	31	20	11	62
	%	50,0	32,3	17,7	100,0
Toplam	S	343	247	56	646
	%	53,1	38,2	8,7	100,0

$$\chi^2=37,518 \text{ sd.6 } p<0,05 (0,000)$$

### 3.5. Kitle iletişim araçları ile ilişkilere göre kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerine etkileri ile ilgili tutumlar.

Kitle iletişim araçlarıyla ilişkileri çerçevesinde, deneklerin, kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerindeki etkileri konusundaki tutumları karşılaştırıldığında, ikili bir yapılanmanın olduğu görülmektedir (bk. tablo 14). Bu ikili yapılanmayı “tepkisellik, yetersizlik ya da seçicilik” kavramlarıyla açıklamak mümkündür.

Deneklerin gazete alma sıklığı ile tutum ifadesine bakışları karşılaştırıldığında, “hiçbir zaman” gazete aldıklarını belirten deneklerin (%61,3) ile “her gün” gazete aldıklarını belirten deneklerin (%56,4), örneklem içinde en yüksek oranda, kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerinde olumsuz etkileri olduğunu düşündükleri ortaya çıkmaktadır. Hiçbir zaman gazete almayan deneklerin “hiçbir zaman” gazete alma davranışları, ekonomik yetersizliklerden kaynaklanabileceği gibi kitle iletişim araçları hakkındaki olumsuz tutumlarından da yani olumsuzluğa tepkiden de kaynaklanıyor olabilir.

Diğer taraftan sürekli gazete alan deneklerin kitle iletişim araçlarıyla ilgili olumsuz tutumları, kanaatimizce kendilerinin her gün aldıkları gazeteler dışındaki gazetelerle ilgilidir ve bu gruptaki denekler gazete alımında seçici davranmaktadırlar. Aksi takdirde bu grupta yer alan deneklerin, bir tutum-davranış çelişkisi yaşadığı söylenebilir.

Hangi Sıklıkta Gazete Alırsınız?		Gazete, TV, radyo vb. kitle iletişim araçları örf ve âdetleri olumsuz etkiliyor.			Toplam
		Katılıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	
Her Gün	S	66	42	9	117
	%	56,4	35,9	7,7	100,0
Ara Sıra	S	144	114	33	291
	%	49,5	39,2	11,3	100,0
Hafta Sonları	S	41	33	4	78
	%	52,6	42,3	5,1	100,0
Promosyon Verdiğinde	S	11	11	1	23
	%	47,8	47,8	4,3	100,0
Hiç Bir Zaman	S	68	39	4	111
	%	61,3	35,1	3,6	100,0
Gazete Almam Ama Gazeteleri İnternette Takip Ederim	S	6	4	2	12
	%	50,0	33,3	16,7	100,0
Fikrim Yok	S	7	4	3	14
	%	50,0	28,6	21,4	100,0
Toplam	S	343	247	56	646
	%	53,1	38,2	8,7	100,0

$$\chi^2=15,292 \text{ Sd.12 } p>0,05 (0,226)$$

Tablo 14: Gazete Alma Sıklığına Göre Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Âdetler Üzerine Etkileri

Kitle iletişim araçları içinde televizyon, kullanımı en yaygın ve etkileme gücü en yüksek iletişim aracıdır. Bu nedenle de iletişim ağı içerisinde, kitle iletişim araçlarının yeri, konumu ve gücü tartışılırken, genellikle söz konusu edilen ve tartışılan araç televizyon olmaktadır.

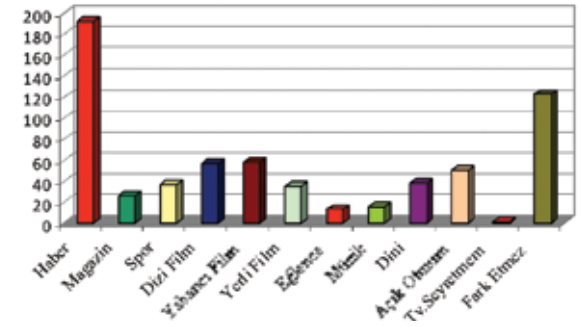
Ankete katılan denekler için televizyon, bir boş zaman değerlendirme aracı olarak görülmektedir. Deneklerin televizyon seyredirken genellikle tercih ettikleri programlara göre (grafik 3), kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerindeki etkisi konusundaki tutumları farklılaşmakla birlikte; deneklerin gazete alma durumlarına göre kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerindeki etkileri ile ilgili oluşan tutumlarına benzer, ikili bir yapılanma dikkati çekmektedir. Televizyon seyredirken genellikle belirli bir programa yönelen deneklerin, kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerindeki etkileri ile ilgili tutumları farklı oransal değerleri yansıtmakla birlikte, "fark etmez" seçeneğini tercih edenlerden ayrılmaktadırlar. Televizyon programlarını tercihte her hangi bir öncelik belirlemeyen deneklerin tutum cümlesine katılma düzeyleri %48,8 ile en düşük orana sahiptir. Deneklerin bu tutumu "ilgisizlik" olarak değerlendirilebilir. Diğer taraftan, her hangi bir program tercihinde bulunan deneklerin tutum cümlesine daha yüksek oranda katılma durumları, tercihten dolayı "seçicilik" le açıklanabilir.

Deneklerin gazete, televizyon, radyo gibi her hangi bir kitle iletişim aracının yayınına tepki duyduklarında, tepkilerini ifade etme şekli ile kitle iletişim araçlarının örf ve âdetleri olumsuz etkilemesi konusundaki tutum cümlesine katılma oranları arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Yayınlarından dolayı tepki

duyduğu kitle iletişim araçlarına tepkisini, telefon, fax, e-mail veya mektup gibi araçlarla, fiili olarak gösterdiği belirten deneklerin, kitle iletişim araçlarının örf ve âdetleri olumsuz etkilediğini belirten tutum ifadesine katılma oranı %39'dur ve bu oran tablo 15'deki dağılımda en düşük değerdir. Deneklerin bu tutumu, kitle iletişim araçlarının olumsuz olarak nitelenebilecek yayınlarına zaten fiili olarak tepki gösterebilme kabiliyetleriyle açıklanabilir. Çünkü ankete katılan deneklerden, televizyon, gazete, radyo gibi kitle iletişim araçlarının, deneklerce olumsuz olarak nitelendirilen, yayınlarına tepkilerini sadece "kızarak" ya da sadece bu yayınları "almayarak, izlemeyerek ve dinlemeyerek" ortaya koynların, kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerinde olumsuz etkileri olduğu yönünde beliren tutumları; tepkilerini telefon, fax gibi araçlarla doğrudan gösteren deneklere göre oransal olarak daha yüksek olmaktadır.

Grafik 3:Televizyon İzlemede Genellikle Tercih Edilen Programlar

Tablo 15:Yayınlarından Dolayı Kitle İletişim Araç-



larına Gösterilen Tepkiye Göre Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Âdetler Üzerine Etkileri.

#### 4. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Gazete,dergi,TV, radyo vb. kitle iletişim araçlarının yayınlarına tepki duyduğunuzda, tepkinizi nasıl gösterirsiniz?		Gazete, TV, radyo vb. kitle iletişim araçları örf ve âdetleri olumsuz etkiliyor.			Toplam
		Katılıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	
Telefon, Fax, Mektup, E-mail vb. ile	S	23	35	1	59
	%	39,0	59,3	1,7	100,0
Almayarak, İzlemeyerek, Dinlemeyerek	S	160	99	16	275
	%	58,2	36,0	5,8	100,0
Kızarak	S	103	63	18	184
	%	56,0	34,2	9,8	100,0
Fikrim Yok	S	57	50	21	128
	%	44,5	39,1	16,4	100,0
Toplam	S	343	247	56	646
	%	53,1	38,2	8,7	100,0

$$\chi^2=28,612 \text{ Sd.6 } p<0,05 (0,000)$$

Kitle iletişim araçlarının tutum ve davranışlar üzerindeki etkileri konusunda ortaya konulan teoriler, kitle iletişim araçlarının az ya da çok, doğrudan veya dolaylı olarak tutum ve davranışları etkilediğini göstermektedir.

Temsil ettiği toplum için bir kimlik oluşturma kapasitesine sahip olan ve kendi içinde sosyal bütünleşmeye katkı sağlayan; buna karşılık kendisi dışındakiler için farklılaşma anlamı taşıyan örf ve âdetler, sosyal

gerçekliğe uygun olarak bir değişim süreci yaşamaktadır. Ancak bu değişim sürecini, zaman zaman yavaşlatan, zaman zaman da hızlandıran faktörler olabilmektedir.

Bu bağlamda; Kayseri’de Alparslan, Gültepe ve Germir Mahalleleri’nde oturan 646 kişinin katılımıyla gerçekleştirilen ankette, kitle iletişim araçlarının, örf ve âdetlerin değişmesi sürecindeki etkileri konusunda, çeşitli değişkenlere ve istatistiksel değerlere göre ortaya çıkan tutumlar farklılık göstermektedir.

Kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerindeki etkileri ile ilgili tutumlarda, yaş, cinsiyet, medeni durum, ekonomik ve kültürel farklılıklar gibi bireysel özellikler belirleyici olmaktadır.

Yaş ilerledikçe kitle iletişim araçlarına karşı olumsuz tutum gösterme oranı artmaktadır. Yaş grupları arasında kitle iletişim araçlarına karşı oluşan bu tutum değişikliği, kuşaklar arası sosyalleşmenin ve sosyalleşme sürecinin farklılaşmasının tutum ve davranışlara yansımaları olarak değerlendirilebilir.

Evlü ve eşi ölmüş olan denekler, hiç evlenmemiş ve boşanmış olanlara; erkekler de bayanlara oranla daha yüksek düzeyde, kitle iletişim araçlarının örf ve âdetleri olumsuz etkilediğini düşünmektedir.

Öğrenim düzeyi yükseldikçe bilinçlilik durumunda bir artış görülmekte, bu nedenle de öğrenim düzeyi yüksek denekler, kitle iletişim araçlarına karşı daha olumlu yaklaşmaktadır. Buna karşılık öğrenim düzeyi düşük denekler daha tepkisel bir tutum sergilemektedir.

Aylık aile gelir durumuna göre, alt ve üst gelir grubu içerisinde yer alan deneklerin, kitle iletişim araçlarının etkileri ile ilgili tutumlarında bir benzerlik görülmektedir ve iki gelir grubunun kitle iletişim araçlarının örf ve âdetleri olumsuz etkilediği yönündeki tutum cümlesine katılma oranları, orta gelir grubuna göre daha düşüktür. Üst gelir grubunda bulunan deneklerin bu tutumları, şehirlilik düzeyi ile ilişkilidir. Şehirleşme düzeyi yükseldikçe, kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerinde varsayılan olumsuz etkileri konusundaki tutumlarda oransal bir düşüş söz konusu olmaktadır. %83,8’i Alparslan Mahallesi’nde oturan üst gelir grubu deneklerinin öğrenim düzeyleri, şehir doğumlu olma ve kendini şehirli hissetme oranları diğer gelir gruplarında yer alan deneklerden daha yüksektir. Alt gelir grubunda ortaya çıkan ve üst gelir grubu ile istatistiksel oranlar bakımından yaklaşık değerlere sahip tutum düzeyi, bu gelir grubunda bulunan deneklerin yerleşim yerleri ve sosyal yapı özellikleri ile ilişkilidir. Gültepe Mahallesi, yoğun akraba ve hemşehri kümelenmelerini barındıran bir yerleşim yeridir. Germir Mahallesi de geleneksel

köy toplum yapısı özelliklerine sahiptir. Bu özelliklerinden dolayı Gültepe ve Germir Mahalleleri, sosyal kontrol mekanizmasının etkili bir biçimde fonksiyon gördüğü, bu nedenle de örf ve âdetlerin dış etkilere karşı daha dirençli olduğu yerleşim yerleridir.

Deneklerin doğum yerlerine göre kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerindeki etkileri konusundaki tutumları, doğum yerinin özelliğine, şehre yakınlığına ve sosyal kontrol mekanizmasının etkinliğine göre değişmektedir. Bu bağlamda, deneklerin şehirde kalma süreleri ile kendilerini şehirli görüp görmemeleri, tutumlarda farklılaşmalara neden olmaktadır. Şehirde kalma sürelerine göre “şehir doğumlular” ve şehirli olma özelliği bakımından da kendilerini “tamamen şehirli” olarak tanımlayanlar, diğerlerine göre kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerinde olumsuz etkileri olduğunu ifade eden tutum cümlesini daha düşük oranda desteklemişlerdir.

Deneklerin, fiziki mekân ve sosyal yapı özellikleri ile şehirlilik düzeyleri, kitle iletişim araçlarının örf ve âdetleri etkilemesiyle ilgili tutumlarının oluşmasında etkili olmaktadır. Şehir doğumlular ile kendilerini şehirli olarak tanımlayanların, kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerinde olumsuz etkisi olduğunu belirten tutum ifadesine katılma oranı diğerlerine göre daha düşüktür. Yani şehirleşme, kitle iletişim araçlarına karşı olumsuz tutumları azaltmaktadır. Bu durum, şehirleşme sürecinde örf ve âdetlerde meydana gelen değişim ile açıklanabilir. Zira, şehirli kimliğinin bir parçası olan şehirliğin örf ve âdetleri, senkretik bir oluşumun ifadesidir. Dolayısıyla bu yapı içinde bulunan bireyler, farklı örf ve âdetlere, şehirli olmayanlara ya da şehirlilik düzeyi düşük olanlara göre, daha hoş görümlü bir yaklaşım sergilemektedirler. Şehirleşmenin bir gereği olarak sunulan ve farklı örf ve âdetlere daha hoş görümlü yaklaşım, kitle iletişim araçlarının etkileri ile ilgili tutumları da etkilemektedir.

Çeşitli tabakalığa özelliklerine göre (öğrenim durumu, gelir durumu, başarı, soy vb.), deneklerin, kendilerini ait gördükleri sosyal tabakalar ile kitle iletişim araçlarının etkileri konusundaki tutumları arasında bir ilişki söz konusudur. Üst tabakadan en alt tabakaya doğru deneklerin tutumlarında olumsuzluk oranı artmaktadır. Yine modernlik ve geleneklere bağlılık açısından deneklerin kendilerini ait gördükleri sosyal tabaka ile kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerindeki etkileri konusunda; geleneklere bağlı olanlar, modern olanlara oranla daha olumsuz bir tutum sergilemektedir.

Dinî pratikleri uygulama sıklığı bakımından; dinî pratikleri “sürekli” yerine getirenler, dini pratikleri “ara sıra” veya “fırsat buldukça” yerine getirenlere göre, kitle

iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerindeki etkileri konusunda daha olumsuz bir tutum içindedirler.

Kitle iletişim araçlarıyla ilişkiler, kitle iletişim araçlarının etkileri ile ilgili tutumları etkilemektedir. Gazete alma sıklığı açısından, hiçbir zaman gazete almayanlar, çeşitli sıklıkta gazete alanlara oranla kitle iletişim araçlarının etkileri konusunda daha olumsuz bir tutum göstermektedir. Televizyon izleyicileri açısından ise izlenen programların niteliğine göre farklılaşan tutumlar ortaya çıkmaktadır. Ancak kitle iletişim araçlarına yayınlarından dolayı gösterilen tepkilerin özelliklerine göre değişen bir tutum yapısı oluşmaktadır. Yayınlarından dolayı kitle iletişim araçlarına fiili tepki gösteren deneklerin kitle iletişim araçlarının örf ve âdetleri olumsuz etkilemesi ile ilgili tutumlarında oransal bir azalma görülmektedir.

#### Kaynaklar

AYATA, Ayşe, “Geleneksel ve Modern Dayanışma”, Dünyada ve Türkiye’de Güncel Sosyolojik Gelişmeler, Sosyal Bilimler Derneği Yayınları, Ankara 1994, s.325-329.

AZİZ, Aysel, Toplumsallaşma ve Kitle İletişim, AÜ Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları, Ankara 1982.

DİE, 2000 Genel Nüfus Sayımı-Kayseri, DİE, Ankara 2002.

GIDDENS, Anthony, Sosyoloji, Hazırlayanlar: Hüseyin Özel-Cemal Güzel, Ayrıç Kitabevi, Ankara 2000.

GOODENOUGH, Ward Hunt, Cooperation in Change, John Wiley & Sons, New York 1966.

GÖKÇE, Birsan, ACAR, Feride, AYATA, Ayşe, KASAPOĞLU, Aytül, ÖZER, İnan, UYGUN, Hamza, gecekondularda Aileler Arası Geleneksel Dayanışmanın Çağdaş Organizasyonlara Dönüşümü, Başbakanlık Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Yayınları, Ankara 1993.

GÜNGÖR, Erol, Ahlak Psikolojisi ve Sosyal Ahlak, Ötügen Yayınları, İstanbul 1995.

IŞIK; Metin, Kitle İletişim Teorilerine Giriş, Eğitim Kitabevi, Konya 2002.

KAYSERİ VALİLİĞİ, Cumhuriyet’in 75.Yılında Kayseri, Plaka Matbaası, Ankara 1998.

LERNER, Daniel, The Passing of Traditional Society, The Free Press, London 1964.

MACLEVER, Charles; PAGE, Charles H., Cemiyet, Çeviren: Amiran Kurtkan, MEB Yayınları, İstanbul 1994.

NELSON, Jack L., Values and Society, Hayden Book Company, New Jersey 1982.

ÖZBEK, Meral, Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski, İletişim Yayınları, İstanbul 1991.

PEACOCK, James L., “Notes on a Theory of the Social Evolution of Ritual”, Science of Religion Studies in Methodology, Ed. Lauri Honko, Paris-New York 1979, s. 390-427.

SUMNER, William Graham, Folkways, Ginn and Company, USA 1940.

TEZCAN, Mahmut, Kuşaklar Çatışması, Kadioğlu Matbaası, Ankara 1981.

ÜLKEN, Hilmi Ziya, “Anadolu Örf ve Âdetlerinde Eski Kültürlerin İzleri, AÜ İlahiyat fakültesi Dergisi, C:XVII, Yıl 1969, Ankara 1971, s.1-28.

# Konya - Ereğli İlçesinde Kullanılan Kadın Kıyafetleri

Uzman Gülşah KILIÇ  
Prof. Dr. Nuran KAYABAŞI  
Arş.Gör. Tuba ÇITTİR  
Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi

## 1. GİRİŞ

Giyim insanın dış etkilerden korunması amacıyla ortaya çıkan, toplumun sosyal ve kültürel değerlerin etkisiyle biçim değiştirebilen günümüze kadar gelişme gösteren bir olgudur. Bu gelişme sürecinde giyim, yaşanan bölgeye göre yöresel farklılıkları içermektedir. Bu farklılıklar, toplumun değer yargıları, bireylerin sosyal statüsü, gelir düzeyi, eğitim durumu, din, yörenin iklim koşulları, gelenek ve görenek gibi etkenlerdir. Bu etkenlere bağlı olarak farklı yörelerde yöreye özgü geleneksel giyim şekilleri ortaya çıkmıştır.

Her yöreye göre değişiklik gösteren geleneksel giyim günümüzde, kaybolmakta yada bazı yörelerde azda olsa kullanımı devam etmektedir. Hazır giyim sektörünün gelişme göstermesi ve modanın giyim piyasası üzerindeki etkilerine paralel olarak geleneksel giyim tarzı değişiklik göstermiştir. Bu değişim, kent yaşamında hızlı olmuştur. Kırsal kesimde ise, geleneksel giysiler yaşanan değişikliklerden daha az etkilenmiş, dolayısıyla özelliklerini koruyabilmiştir.

Geleneksel giyim azda olsa devam ettiği yörelerden biri Konya'nın Ereğli ilçesidir. Ereğli, İç Anadolu'nun güney ucunda ve Konya ovasının Toroslarla buluştu-ğu vadide, denizden 1054 metre yükseklikte, 2260 km<sup>2</sup> alana sahip bir yerleşim merkezidir. İlçe nüfusu 2000 yılı nüfus sayımına göre 126.117' dir. Yöre halkının büyük bir kısmı tarım ve hayvancılıkla uğraşmaktadır.

Anadolu'nun çeşitli yörelerine ait giyim-kuşama ilgili çok çeşitli araştırmalar yapılmış olmasına rağmen, Konya-Ereğli'de kullanılan kadın kıyafetlerini konu alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu araştırmada, Ereğli'de yaşayan kadınların geleneksel giyim-kuşama, günümüzde kullanılan kıyafetler ve özel günlerde giyilen kıyafetler ayrıntılı olarak incelenmiş ve fotoğraflarla belgelenmiştir.

## 2.MATERYAL VE YÖNTEM

### Materyal

Araştırma materyalini Konya-Ereğli ilçe merkezi ve yedi köyünde kadınlar tarafından geçmişte ve günümüzde kullanılan kadın kıyafetleri oluşturmaktadır.

## Yöntem

### Geçmişte Kullanılan Kadın Kıyafetlerinin Belirlenmesi

Yörede yapılan incelemeler sonucunda giyim elemanlarına sahip kişiler tespit edilerek, bu kişilerin evlerine gidilmiş sandık ve bohçalardaki kadın kıyafetleri ile müzede sergilenen geleneksel kıyafetler incelenmiştir. Geleneksel kıyafetlerin fotoğrafları çekilerek belgelenmiştir. Ayrıca geleneksel giysinin özelliğini belirten yerel adı, yapıldığı malzeme, ne amaçla giyildiği, nasıl elde edildiği, kaç yıllık olduğu gibi bilgiler karşılıklı görüşme tekniği kullanılarak belirlenmiştir.

### Günümüzde Kullanılan Kıyafetlerin Belirlenmesi

Yörede günümüzde kullanılan kıyafetlerin belirlenmesinde karşılıklı görüşme yöntemi uygulanarak gerekli bilgiler elde edilmiş ve kıyafetlerin fotoğrafları çekilmiştir.

## 3.ARAŞTIRMA SONUÇLARI

### Geçmişte Kullanılan Geleneksel Kıyafetler ve Aksesuarlar

Geçmişte kullanılan geleneksel kıyafetler ve aksesuarlardan üç etek, şalvar, içlik, yelek, peşkir, fes, gümüş kemer incelenmiştir.

### Üç Etek

Üç etek, geleneksel olarak gömlek ve şalvar üstüne giyilen, içi astarlı kol, yaka ve etek kenarları sırma ya da ipek ile işlenmiş, V ve U biçiminde yakası olan, kolları bol, etekleri iki önde, bir arkada olmak üzere üç ayrı parçadan oluşan kadın giysisidir (Anonymous 1994 a, Yener, 1955).

Ereğli yöresinde eskiden kullanılan ve günümüze ulaşan üç etek örnekleri incelendiğinde, yakasının yuvarlak yaka olduğu ve takma yaka olarak hazırlandığı, ayrıca yakasız ve "V" yakalı çeşitlerinin de bulunduğu belirlenmiştir. Bu kıyafetlerin kollarının uzun ve kol kenarlarının yırtmaçlı olduğu, bazı üç eteklerin etek kenarlarında da yırtmaçlar bulunduğu, etek boyunun ayak bileğine kadar uzandığı görülmektedir.

Özel günlerde giyilen üç etekler kutnu kumaşından dikilmiştir (Fotoğraf 1, Fotoğraf 2). Üç eteklerin göğüs kısımları, kol üzeri ve kol ağzları,

etek uçları ve etek yırtmaçlarının kenarları metal bükümlü ipek iplik(sim)-sırma ile süslenmiştir (Fotoğraf 1). Gündelik kullanılan üç eteklerde pamuklu ve keten kumaşlar tercih edilmiştir. Bu üç etekler, süslemesiz olarak kullanılmıştır.



Fotoğraf 1. Üç etek -Ereğli Müzesi



Fotoğraf 2. Üç etek -Ereğli Müzesi

#### Şalvar

Yöresel giyimde önemli bir yeri olan paçalı, paçasız, tamamıyla açık peyikli ve ayrı açık peyikli olan şalvar, en eski kadın kıyafetlerinden biridir (Özbel 1947, Oral 1963, Komşuoğlu vd. 1986).

Ereğli yöresinde şalvarlar geniş ve uzun, belden büzgülü, peyiksiz, düz paçalıdır. Bu şalvarların işlemeli-işlemesiz, cepli-cepsiz, içinin astarlı-astarsız örneklerinin de bulunduğu belirlen-

miştir. Şalvarda kutnu, pamuk, keten ve kadife kumaşlarının kullanıldığı saptanmıştır (Fotoğraf 3).



Fotoğraf 3. Şalvar -Ereğli Müzesi

#### İçlik

Yöresel giysiyi tamamlayan kıyafetlerden biridir. İpek ya da pamuklu kumaşın çeşitli desenlerle işlenmesiyle süslenen bir kadın gömleği olarak tanımlanmaktadır (Koçu 1967).

#### Yelek

Yelek önden düğmeli, yakasız ve kolsuz bir giyim elemanıdır (Koçu 1967). Yelek üç eteğin kumaşlarından dikilir. Kısa, dar, düğmeli veya düğmesizdir. Önü ve yanları işlemeli olan çeşitleri bulunur (Fotoğraf 4).



Fotoğraf 4. Yelek- Ereğli Müzesi

#### Fes

Kırmızı, kalın çuhadan yapılmış, tepesinde püskülü olan, silindir biçiminde başlık şeklinde tanımlanan fes, Ereğli ilçesinde geçmişte ve günümüzde kullanılmaktadır. Ereğli yöresinde kullanılan feslerde, alın üzerine gelen

yerler altın, gümüş ve boncuklarla süslenmektedir. Bu durum fesi kullanan şahsın ekonomik durumuna göre değişebilmektedir (Fotoğraf 5, Fotoğraf 6).



Fotoğraf 5. Altınlarla süslenmiş fes



Fotoğraf 6. Fes

#### Gümüş Kemer

Anadolu'nun büyük bir kısmında yüzyıllardan beri yöresel giyimin önemli bir parçası olarak yer alan gümüş kemer; bindallı, üç etek, entari, salta ile birlikte kullanılmaktadır.

Ereğli ilçesindeki eski kemerler incelendiğinde, gümüşten yapıldığı büyük tokaların birbirine kenetlendiği, süsleme amacıyla değerli taşların kullanıldığı görülmektedir (Fotoğraf 7).



Fotoğraf 7. Gümüş kemer-Ereğli Müzesi

### Peşkir

Peşkir, dikdörtgen formda keten kumaştan karşılıklı iki kısa kenarı ipek, floş, sim, sırma gibi materyallerle işlenmiştir (Özbel, 1955). Peşkir üç etek entari ile birlikte beldeki kemere sıkıştırılarak kullanılmaktadır. Sürür (1983), Ege'nin sahil köylerinde özellikle Tahtacı Türkmenleri arasında peşgir olarak bilinen giyim elemanının üç eteğin önüne gerildiğini, siyah ve kırmızı renklerde özel olarak dokunduğunu ve süslendiğini anlatmaktadır. Ereğli'de kadın kıyafetlerinde peşkir, üç etek entari ile birlikte, gelinlik giysilerde beldeki kemere sıkıştırılarak kullanılmıştır.

### Günümüzde Kullanılan Kıyafetler ve Aksesuarlar

Fes, başörtüsü, gömlek, don, etek, şalvar, yelek, kuşak, kolçak, çorap, patik, ayakkabı, takılar, incelenmiştir.

Başı örtmek için kullanılan ve çok çeşitli biçimleri olan giyim elemanlarına başlık adı verilmektedir (Anonymous 1994 d). Başlıklar giyimi tamamlama ve başı koruma görevi yanında eski çağlardan beri belirli sınıfların simgesi olarak kullanılmış ve yüzyıllarca formlarını korumuşlardır (Süslü 1989).

Ereğli yöresinde günümüzde baş giyim elemanları olarak fes ve başörtüsü kullanılmaktadır. Fesler; Ereğli yöresinde ekonomik duruma göre altın, gümüş, boncuklarla süslenmektedir. Fesin üzerine, başörtü bağlanmaktadır. Kullanılan başörtülere "tülbent, yazma, yağlık" gibi adlar verilmektedir. Bu başörtülerin çevresi boncuklu, pullu veya sade oyalarla süslenmektedir. En yaygın baş bağlama şekli üçgen şeklinde katlanan örtünün çene altında düğümlemesidir. Daha çok gençler tarafından kullanılan bir başka baş bağlama şekli, üçgen şeklinde bağlanan örtünün ensede çaprazlanarak uçlarının önden iki yana bırakılmasıdır. Bu bağlama şekline yörede "kundak" adı verilmektedir. Bazı kadınlar ise üçgen şeklinde katlanan örtüyü çenelerinin altında çaprazlatıp, uçlarını ensede ya da tepelerinde düğümleyerek kullanmaktadır.

Gündelik kıyafetlerden olan gömlekler, uzun kollu basene kadar inen uzunlukta yuvarlak yaka şeklinde dikilmektedir. Pazen, basma, emprime gibi pamuklu kumaşlar kullanılmaktadır.

Don, vücudu belden aşağı topuklara kadar örten ve paçaları olan bir giyim elemanıdır (Koçu 1967). Yörede "çatal ayak" ismini alır. Kullanılan kumaş pazen ya da basmadır. Donun boyu topuklara kadar uzanır, paça uçları düz gelir. Ağı fazla bol olmayan donun bel kısmı lastiklidir.

Ereğli'de kullanılan etekler, genellikle boyu belden ayak topuklarına kadar uzun pazen, basma ve emprime gibi kumaşların kullanıldığı bir giysi türüdür

Şalvar, değişik biçimlerde ve farklı boylarda

olup, üst kısmı enli ve kırmalı, paçaları ayrı ve genişçe dikilmiş bir giyim elemanı olarak tanımlanır. Şalvar biçki bakımından 4 tipe ayrılmaktadır. Bunlar; çeşitli ende kumaşların birbirine dikilmesiyle bir torba şeklinde yapılan "paçalı şalvar", belden ayak bileklerine kadar bir bütün olan ve ayakların görünmeyeceği biçimde dikilen "paçasız şalvar", daha çok köylü kadınlar ve yürüklerin kullandığı "ayrı açık peyikli şalvar" ve "tamamıyla açık peyikli şalvar"lardır. (Özbel,1947; Oral, 1963; Koşuoğlu ve diğerleri, 1986).



Fotoğraf 8. Şalvar

Ereğli yöresinde şalvar geniş ve uzun belden büzgülü, peyiksiz düz paçalıdır. İçi astarlı ya da astarsız, işlemeli-işlemesiz, cepli-cepsiz olan çeşitleri vardır. Şalvarlarda kullanılan kumaşlar genellikle kadife, basmadır. Özel günler için ipepli şalvarlar tercih edilir (Fotoğraf 8). Bu şalvarların bir kısmında sim ve sırma yapılan işlemler görülmektedir.

Yelek, önden düğmeli yakasız ve kolsuz bir giyim elemanıdır (Koçu 1967). Yelek, yörede hazır alınmakta ya da bireyler tarafından şiş ile örülmektedir. Genel olarak yün, tiftik, pamuklu iplikler örgüde kullanılmaktadır. Yeleğin yanlarında cep bulunmaktadır. Uzunluğu basene kadardır.

Kuşak, beli sıkı, soğuktan korumak, giysinin bel üzerinden kaymasını önlemek, bazı araç ve gereçleri saklamak, ağır kaldırıldığında yada eğik pozisyonda belin kaymasını önlemek gibi amaçlarla bele sarılan kumaşlara denilmektedir. Değişik kumaşlardan yapılanların yanı sıra el tezgahlarında çorap, kilim motifleriyle dokunmuş olanları ile birlikte üzeri, sırma, sim, ipek ile, işlenmiş

olanları da vardır. Geçmişte kullanılan kuşakların kumaşları, işlemleri, sahibinin sosyal statüsü hakkında bilgi vermektedir. Geçmişte kadın kuşakları daha çok entari üzerine bağlanarak kullanılmıştır (Anonymous 1992 d).

Ereğli yöresinde kuşak şalvar üzerine bağlanarak kullanılmaktadır. 105-110 cm x 105-110 cm boyutlarındaki kare kuşak, üçgen şeklinde katlandıktan sonra bele gelen kısmı beş-altıparmak eninde içeri doğru katlanır, bele sarılır ve uçlarındaki kolan dokumalarla bağlanır (Fotoğraf 9).



Fotoğraf 9. Kuşak

Kolçak, yörede kullanımı azalmışta olsa bilekten dirseğe kadar uzunluğu olan ve ağız kısımları lastikli giyim elemanıdır. Ereğli'de günümüzde iş yaparken kolların kirlenmemesi amacıyla kullanılmaktadır (Fotoğraf 10).



Fotoğraf 10. Kolçak

Yörede yapılan incelemelerde kullanılan ayakkabı çeşitlerinin, deri, naylon, mest ve terlik olduğu belirlenmiştir. Yöre kadınlarının tarla işlerinde genellikle naylon ayakkabı veya terlik, gezmeye giderken ve önemli günlerde deri ayakkabı, ev içinde mest ve terlik giydikleri saptanmıştır.

Yörede, sentetik yada pamuklu diz altı ve soket çoraplar ile yün çoraplar giyilmektedir. Yün çoraplar tiftik veya yünden eğriilen ipliklerle düz ya da desenli olarak örülmektedir.

Patik, ev içinde yaygın olarak giyilen ayağın yüzey kısmını kaplayan bir giyim elemanıdır. Yörede kadınlar tarafından 5 mille, yün, tiftik, pamuklu ipliklerle çeşitli desenlerde örülmektedir (Fotoğraf 11).



Fotoğraf 11. Patik

Yörede, fes üzerine takılan altınlar, boyuna takılan beşi bir yerdeler, altın bilezikler ve yüzükler yaygın olarak kullanılmaktadır. Yöre kadınları bunların yanında annelerinden kalma yöresel adı deve boncuğu olan boncukla ve mavi boncuklarla yapılmış kolyeler takmaktadırlar.

#### Geçmişte Ve Günümüzde Özel Günlerde Kullanılan Kıyafetler

Yörede geçmişte kullanılan gelinlikler, ipekten yapılmış, özel olarak işlenmiş ve kişinin bedenine göre hazırlanmıştır. Gelinlik giysiler içlik ve şalvar olmak üzere iki parçadan oluşmaktadır (Fotoğraf 12). Kumaş kendinden desenli değil ise özel olarak metal bükümlü iplik (sim), sırma, pullarla işlenmiştir. İşlemlerde bitkisel motifler kullanılmıştır. Bu işlemler şalvar ve içlikte yer almaktadır.



Fotoğraf 12. Gelinlik giysi Ereğli Müzesi



Fotoğraf 13. Gelinlik giysi Ereğli Müzesi

Günümüzde ise köylerde kullanılan gelinlikler içlik ve şalvar olmak üzere iki parçadan oluşmaktadır (Fotoğraf 14). Gelinliklerde kendinden desenli saten kumaşlar veya bireylerin gelir düzeyine bağlı olarak



işlemlerle süslenmiş kumaşlar kullanılmaktadır. Kına gecesinde ise özel olarak kadifeden yapılan şalvar ve içlikler giyilmekte, baş süslemesine de önem verilmektedir (Fotoğraf 15).

Fotoğraf 14. Gelin kıyafeti

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Konya-Ereğli ilçesinde geçmişte kullanılan kıyafetlerin bazılarının günümüzde de kullanıldığı belirlenmiştir. Bu giysilerin biçimlerinde ve kullanılan kumaş çeşitlerinde farklılık olduğu saptanmıştır. Takıların geçmişte ve günümüzde de kullanıldığı ancak ekonomik gelire bağlı olarak hammadde de değişiklik olduğu tespit edilmiştir. Özellikle kırsal kesimde düğün ve kına gecelerine halen geleneksel giyim elemanlarının kullanıldığı belirlenmiştir.

Yörede geleneksel giyim ve aksesuara sahip kişilerle görüşülmeli, bu kültürel mirasın bozulmadan korunması için gerekli saklama koşulları hakkında yöre halkı bilgilendirilmelidir. Ayrıca yörenin kırsal kesiminde kullanılan düğün kıyafetleri, folklorik bebek yapımında kullanılabilir. Böylelikle yöre kıyafetlerinin tanıtımına ve hediye eşya satışı ile yöre turizmüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Geçmişteki kıyafetlerin belirlenmesi ve günümüzdeki değişikliklerin ortaya çıkarılması açısından yöresel giyim-kuşamla ilgili araştırmalar önem taşımaktadır. Gelenek ve göreneklerimizden gelecek kuşaklara aktarılması, kültürel yapının zenginliğini koruması için bu tür çalışmaların yapılması gerekli olmaktadır. Bu çalışmalar, giyim-kuşamla ilgili genel durumun tespiti açısından yararlı olmaktadır.

#### Kaynaklar

- Anonymous, 1992 c. "Baş Örtü" Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi. Cilt 3.s.1386,İstanbul
- Anonymous,1992 d. "Kuşak" "Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi. Cilt 14.s.7207-7209, İstanbul.
- Anonymous,1994 a. "Üç Etek" Ana Britanica Genel Kültür Ansiklopedisi. Cilt 31.s.64,İstanbul.
- Anonymous,1994 d. "Başlık" Ana Britanica Genel Kültür Ansiklopedisi. Cilt 4.s.368 İstanbul.
- Koçu,E.R.,1967.Türk Giyim Kuşam ve Süslenme Sözlü Sümer Bank Kültür Yayınları:1, Başnur Matbaası ,Ankara.
- Komşuoğlu,Ş., İmer, A., Seçkinöz, S., Alpaslan,S., Erike,S.,1986.Moda Resmi ve Giyim Tarihi Türk Tarih Kurumu Basımevi web-Ofset Tesisleri,Ankara.
- Oral,M.Z.,1963. Selçuklilerde Giyim Eşyası Türk Etnoğrafya Dergisi,Sayı:V,M.E.B.Eski Eserler ve Müzeler Genel Müdürlüğü Yayını,Türk Tarih Kurumu Basımevi,s.14-20,Ankara.
- Özbel, K.1947.Anadolu Kadın Kılıkı. Kılavuz Kitaplar XIII. C.H.P. Yayınları s.3-12, Ankara.
- Süslü,Ü.,1989.Tasvirilere Göre Anadolu Selçuklu Kıyafetleri Atatürk Kültür Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Atatürk Kültür Merkezi Yayını:35,ISBN 975-16-0098-7,s.150-172,Ankara.
- Sürür,A.,1983.Ege Bölgesi Kadın Kıyafetleri.Ak Yayınları Türk Süslenme Sanatları Serisi:7,APA Ofset Basımevi,İstanbul.
- Yener,E.,1955.Eski Ankara Kadın Kıyafetleri ve Giyiniş Tarzları.Ankara.



Fotoğraf 15. Kına kıyafeti

Duvak, Ereğli ilçesinin bazı köylerinde özel olarak hazırlanmaktadır. Örneğin Divle köyünde yapılan duvak, önü meydana kumaştan, arkası düz kırmızı kumaştandır. Kumaşların birer ucu dikilir, dikilen bu uç pamukla doldurulur ve üçgen sekline getirilir. Oluşturulan bu üçgen fesin üzerine yerleştirilir, fesin üzerinde durması için bir başörtü ile bağlanır. Bağlanan başörtüsünün üstüne pullu mendiller iğnenilir (Fotoğraf 16, Fotoğraf 17).



Fotoğraf 16. Duvak (Divle köyü)



Fotoğraf 17. Duvakın arkadan görünüşü





# Kültür Sanat Yazıları



# 23. MOTİFLERLE ANADOLU KÜLTÜR ŞÖLENİ

Motif Halk Oyunları Eğitim  
Derneği Gençlik ve Spor  
Kulübü'nün İstanbul Kültür  
Üniversitesi işbirliğinde  
düzenlemiş olduğu  
23. Motiflerle Anadolu  
Kültür Şöleni, kalabalık bir  
davetli topluluğunun  
iştiraki ile 04 Haziran 2011  
Cumartesi günü, İstanbul  
Kültür Üniversitesi Akıngüç  
Oditoryumu'nda gerçekleşti.





Kalabalık bir davetli topluluğunun iştirak ettiği şölenin açılış konuşmalarını Motif Halk Oyunları Eğitim ve Öğretim Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Sanayici - İşadamı M. Zeki BAYKAL ve İstanbul Kültür Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Dursun KOÇER yaptı.

Motif Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı M. Zeki BAYKAL açılış konuşmasında; “ Sayın, Rektörüm, Kamu kurum ve kuruluşların değerli temsilcileri, Değerli Öğretim Üyeleri, Saygıdeğer İşadamları, Çok kıymetli sanatçılarımız, Sayın basın mensupları, Değerli misafirler, İstanbul Kültür Üniversitesi işbirliğinde Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik ve Spor Kulübü tarafından düzenlenen Motiflerle Anadolu Kültür Şölenimize hoş geldiniz. Değerli konuklar, kendini sürekli yenileyen bir dünyada yaşıyoruz. Bu durum şüphesiz ki, hem ulus olarak hem de birey olarak bizleri değişime zorlamaktadır. Bu değişim içerisinde, yok olmasını istemediğimiz kültürel değerlerimizi korumak ve yaşatmak millet olarak hepimizin asli görevleri arasındadır. İşte

bu görev bilinciyle, Motif kurucuları, gerçekleştirdiği tüm faaliyetlerinde bu görevin sorumluluğu ile hareket etmişlerdir. Birlik, beraberlik ve dürüstlük ilkeleri çerçevesinde kültüre hizmette sınır tanımayan Motif, bugüne kadar ulusal ve uluslararası önemli başarılarla imza atmıştır. Polonya'nın Zakopane şehrinde gerçekleşen Dünya Halk Oyunları Yarışması'nda 2001 ve 2007 yıllarında olmak üzere ülkemize 2 kez Dünya Birinciliği kazandırmıştır. Motife, 2010 yılı Türkiye Büyük Millet Meclisi Üstün Hizmet Ödülü takdim edilmiştir. Motif'in, 23 yıldır daima yükselen başarı grafiği bundan sonrada aynı heyecan ve azimle devam ederek artacaktır. Motif, kültüre hizmette her zaman akademik ve sanatsal boyutu bütünleştirici çalışmaları esas almış ve sergilemiştir. İşte bu çalışmalarından biri daha, 16-17-18 Eylül 2011 tarihlerinde Kültür ve Turizm Bakanlığı İstanbul Kültür Üniversitesi ve Motif Vakfı işbirliğinde “Halk Biliminin 100. Yılına Doğru Kurultayı” gerçekleşecektir. Tüm bu çalışmalarda,

kamu, kurum ve kuruluşları ile işbirliği içerisinde olan MOTİF, en önemlisi de, gençlerimizle daima el ele, omuz omuza yürümektedir. Bu ilkeleri, kendine prensip edinmiş Motif Üyeleri sizlerden aldığı güç ve destekle hizmetlerine devam edecektir. Değerli konuklar, 23 yıldır bizlere verdikleri desteklerden dolayı Motif Kurucu Üyelerine, Yönetim Kurulu Üyelerine, Motif Ailesi'ne, Siz çok kıymetli izleyicilerimize, değerli gençlerimize ve Motif'in her bir ferdine şükranlarımı sunuyorum. Ayrıca, bizlerden yardım ve desteklerini esirgemeyen başta devlet büyüklerimiz, kurum ve kuruluşlarına, İstanbul Kültür Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Dursun KOÇER ve çalışma arkadaşlarına, iş adamlarımıza, sanatçılarımıza ve bu gece bizlerle birlikte olan siz değerli konuklarımıza, kısaca emeği geçen herkese bir defa daha teşekkür ediyor, nice etkinliklerde bir arada olabilmek dileğiyle, iyi seyirler diliyor, hepimizi saygı ve sevgi ile selamlıyorum.” dedi.

İstanbul Kültür Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Dursun KOÇER ise





yaptığı açılış konuşmasında; “Kültürel değerlerin yaşatılması adına önemli bir görev üslenmiş olan Motif Vakfı’nı ve değerli başkan Sayın Zeki BAYKAL’ı can-ı gönülden kutluyorum ve gerek üniversitem ve gerekse şahsım olarak her zaman destekçileri olacağımı huzurlarınızda belirtmek istiyorum” dedi.

Şölenle Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik ve Spor Kulübü Yönetim Kurulu Üyeleri M. Zeki BAYKAL, Fehmi DOĞAN, Nuray YUMUK, Orhan GÜNEL, Sedat KIZIL ve Cemal GÜREL’e İstanbul Kültür Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Dursun KOÇER tarafından çiçek takdim edildi. Ayrıca Yöre Eğitimcileri Ahmet ALMAS, Korhan YAĞIZ, Orhan GÜNEL, Sevgi ŞEN, Tamta EŞİM, Hakan EŞİM, İmam Bakır DEMİRKUL, Murat ATEŞ, Cemal GÜREL, Emrah KAYCI ve dernek çalışanları Özer SALUR, Doğan TAŞ ve Sacide GÜNGÖR’e Diyarbakır Yöresi Usta Öğreticisi İşadamı Ömer IŞIK ve Motif Vakfı Yönetim Kurulu Üyesi Ekber YEŞİLYURT tarafından çiçek takdimi yapıldı.

Motif Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı M. Zeki BAYKAL tarafından İstanbul Kültür Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Dursun KOÇER’e ve Rektör Danışmanı Prof. Dr. Ömür CEYLAN’a, Motif Vakfı’na vermekte oldukları destek ve katkılar dolayısıyla teşekkür plaketi takdim edildi.

Sunuculuğunu Ali ŞENTÜRK’ün (Afrikalı Ali) yaptığı şölenin 1. Bölümünde sırasıyla, Çocuk Grubu Artvin Yöresi Halk Oyunları Gösterisi, Diyarbakır Yöresi Halk Oyunları Ekibi, Bursa Yöresi Halk Oyunları Ekibi, Kafkas Yöresi Halk





Oyunları Ekibi, Gaziantep Yöresi Halk Oyunları Ekibi, Çocuk Grubu Halk Oyunları Gösterisi, Üsküp Yöresi Halk Oyunları Ekibi, Bitlis Yöresi Halk Oyunları Ekibi ve Hakkari Yöresi Halk Oyunları Ekibi performans sergiledi.

Ayrıca, İş Adamlarından oluşan Zeybek Halk Oyunları Gösterisi Denizli İli Çivril İlçesi Vakfı üyeleri tarafından sergilendi. Prof. Dr. Dursun KOÇER ve M. Zeki BAYKAL tarafından Motif Vakfı Yönetim Kurulu Üyesi İşadamı Alaattin KAMEROĞLU ve diğer işadamlarına teşekkür çiçeği takdim edildi.

Şölenin 2. Bölümü öncesi sahne alan Türk Halk Müziği Sanatçısı Bedri AYSELİ'nin verdiği konser izleyicilerden büyük beğeni gördü.

Şölenin 2. Bölümünde ise "Bir Sevdadır Anadolu Halk Oyunları Gösterisi"nde Şaman ve Sema performansı sonrası Siirt Yöresi Halk Oyunları Ekibi, Kırklareli Yöresi Halk Oyunları Ekibi, Bodrum Yöresi Halk Oyunları Ekibi, Bolu Yöresi Halk Oyunları Ekibi ve Trabzon Yöresi Halk Oyunları Ekibi performans sergiledi.

İzleyicilerden tam not alan Motifli gençler için hazırlanan Diploma Töreni ile MOTİF, Halk Oyunları Camiasında bir ilke daha imza attı. Halk oyunları kıyafetleri üzerine giydikleri Mezuniyet Cübbe ve Kep'leri ile diplomalarını almak üzere sahneye çıkan, üç yıl ve üzeri Motif bünyesinde faaliyet gösteren Motifli Gençler konuklar tarafından dakikalarca ayakta alkışlandı.

Prof. Dr. Dursun KOÇER, M. Zeki BAYKAL, Prof. Dr. Ömür CEYLAN, Prof. Dr. Fikret DEĞERLİ, Ekber YEŞİL-YURT, Vedat TOY ve Alaattin KAMEROĞLU'nun elinden diplomalarını alan gençler "Motif Andı" ile yemin ederek unutulmaz bir şölen yaşadılar ve yaşattılar.

23. Motiflerle Anadolu Kültür Şölenimize iştirak ederek alkışlarıyla bizleri onurlandıran değerli konuklarımıza şükranlarımızı sunarız.



## MOTİF, İ.B.B. Kültür Sanat Etkinlikleri'nde...

Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik ve Spor Kulübü Halk Oyunları Ekipleri, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Daire Başkanlığı organizasyonunda 17 Mart 2011 tarihinde Bakırköy Cem Karaca Kültür Merkezinde ve 06 Mayıs 2011 tarihinde Sultanbeyli Kültür Merkezi'nde muhteşem halk oyunları gösterileri ile İstanbul halkıyla buluştu.

Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik ve Spor Kulübü halk oyunları ekipleri, sergiledikleri performansla izleyicilerden büyük beğeni topladı. Geniş dansçı kadrosuyla Türkiye'nin 7 bölgesine ait halk oyunları çeşitlendirmelerini "Anadolu Sevdası" kompozisyonu ile sergileyen Motif Halk Oyunları ekibine halkın ilgisi yoğun oldu. İstanbul Büyükşehir Belediyesi yetkililerine ve alkışları ile bizleri onurlandıran halkımıza şükranlarımızı sunuyoruz.



## MOTİF, Haliç Kongre Merkezi'nde...



İstanbul Taksiciler Esnaf Odası'nın 29 Nisan 2011 tarihinde Haliç Kongre Merkezi'nde düzenlediği organizasyona davetli olarak katılan Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik ve Spor Kulübü halk oyunları ekiplerinin sergilediği muhteşem performans izleyicilerden büyük alkış aldı. Başba-

kanımız Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN'ın iştirak ettiği programda performans sergileyen Motif Halk Oyunları Ekiplerinin sergilediği "Anadolu Motifleri" halk oyunları gösterisinde sahne alan dansçıları dakikalarca ayakta alkışlayan devlet büyüklerimize ve tüm katılımcılara şükranlarımızı sunarız.



## MOTİF, HEMFEST'te...

“Herkes İçin Hayat Boyu Eğitim” sloganıyla 27 Nisan - 03 Mayıs 2011 tarihlerinde Feshane’de gerçekleştirilen 2. Geleneksel İstanbul Halk Eğitimi Merkezleri Festivali’ne Fatih Halk Eğitimi Merkezi Müdürlüğü’de katıldı. Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik ve Spor Kulübü ile Fatih Halk Eğitimi Merkezi Müdürlüğü işbirliğinde yapılan protokol gereği, yıl içerisinde halk oyunları eğitimi alan gençlerin sergilediği muhteşem halk oyunları gösterisi izleyicilerden tam not aldı.



## MOTİF Rüzgarı, Güngören’de Esti...



Güngören Belediyesi Etkinlikler Programı kapsamında İstanbul’da faaliyet gösteren Malatyalı Sivil Toplum Kuruluşları tarafından organize edilen Malatya Gecesi, Güngören Erdem Beyazıt Kültür Merkezi’nde gerçekleşti. Programa davetli olarak katılan Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik ve Spor Kulübü tarafından sergilenen 7 bölgeye ait halk oyunları gösterisi izleyicilerden büyük ilgi gördü. Gece- de konuşma yapan Motif Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Sanayici - İşadamı M. Zeki BAYKAL, Motif Vakfı’nın 23 yıllık çalışmaları hakkında konuklara bilgi verdi. Güngören Belediye Başkanı Ş. Yücel KARAMAN, sahne alan Motif’li gençleri ayrı ayrı tebrik ederek, teşekkür çiçeği ile onurlandırdı.



## MOTİF, İstanbul İl Birincisi Oldu...

Türkiye Halk Oyunları Federasyonu (THOF) tarafından düzenlenen 2011 yılı Kulüpler Arası Halk Oyunları Yarışması 13 Mart 2011 tarihinde Ahmet Cömert Spor Salonu'nda gerçekleşti. Yarışmaya, Gençler Düzenlemeli Dal'da Bolu Yöresi Halk Oyunları Ekibi ile katılan Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik ve Spor Kulübü İstanbul İl Birincisi oldu. Bolu Yöresi Halk Oyunları Ekibimizde görev alan dansçılarımızı ve eğitimcilerimiz Cemal GÜREL ve Nurcan MÜLDÜR'ü başarılarından dolayı kutlar, Motif Ailesi bireyleri olarak başarılarının daim olmasını dileriz.



## MOTİF Rüzgarı, İstanbul Kültür Üniversitesi'nde Esti...

İstanbul Kültür Üniversitesi tarafından organize edilen Nevruz Bayramı Kutlama Etkinlikleri programına davetli olarak katılan Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik ve Spor Kulübü halk oyunları ekipleri, sergiledikleri muhteşem performansla konuklardan büyük beğeni aldı. Alkışları ile bizleri onurlandıran İstanbul Kültür Üniversitesi mensuplarına teşekkür eder, herkesin Nevruz Bayramı'nı kutlarız.





## MOTİF, Schattdecor'da...

Alman firması Schattdecor Dekoratif Kağıt Baskı San. ve Tic. Ltd. Şti.'nin devasa yatırımıyla Kocaeli'nin Gebze ilçesinde kurduğu yeni fabrikasının açılış törenine, Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik ve Spor Kulübü Halk Oyunları Ekipleri'de davetli olarak katıldı. Gebze Güzeller Organize Sanayi Bölgesi'ndeki fabrikada düzenlenen açılış törenine Kocaeli Valisi Ercan Topaca, Almanya'nın İstanbul Başkonsolosu Brita Wagenere, Gebze Kaymakam Vekili Darıca Kaymakamı Osman Ateş, Schattdecor üst düzey yöneticisi Reiner Schulz, Schattdecor Genel Müdürü Anja Schatt, Gebze Belediye Başkanı Adnan Köşker ve çok sayıda davetli katıldı. Motifli gençlerin sergilediği 7 bölgemize ait halk oyunları çeşitlemeleri misafirleri adeta büyüledi. Schattdecor üst düzey yöneticileri, sergiledikleri halk oyunları performansları ile İzleyicilerden büyük beğeni toplayan Motif Halk Oyunları Ekibi'ne böylesi anlamlı bir günde organizasyona katmış oldukları renk ve muhteşem gösterileri dolayısıyla tebriklerini sundu.



## MOTİF, 2011 Petrolüm Fuar'ında...

Dünyanın petrol ve gaz sektörlerindeki en büyük organizasyonu olan ve iki yılda bir düzenlenen Petrolüm İstanbul Fuarı'nın 10'uncusu 7-10 Nisan 2011 tarihleri arasında TÜYAP Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi. Türkiye Petrolleri Petrol Dağıtım (TPPD)'nin davetlisi olarak Fuar organizasyonuna katılan Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik ve Spor Kulübü Halk Oyunları Ekipleri, 2 gün süresince sergiledikleri Zeybek, Horon, Üsküp, Halay, Karşılama ve Kaşıklı oyunlardan oluşan gösterileri ile fuarın ilgi odağı oldular. Türkiye Petrolleri Petrol Dağıtım Genel Müdürü Sayın Harun ŞAHBAZ Motifli gençler ile yakından ilgilenirken, Türkiye Petrolleri standının Fuarın ilgi odağına dönüşmesine büyük katkı sağlayan Motifli gençleri ayrıca tebrik etti.



## MOTİF Ailesi Dayanışma ve Kaynaşma Gecesinde...

2010 yılını yoğun bir programla kapatıp, 2011 yılı faaliyetlerini aynı yoğunlukla devam ettiren Motif Ailesi, bu yoğun tempounun arasında kendileri için zaman ayırmayı da ihmal etmedi. Her detayı Motifli gençler tarafından hazırlanan Dayanışma ve Kaynaşma Gecesi, gençler için yoğun çalışmalarla geçen bir yılın yorgunluğunu atmak, gönüllüleriyle eğlenmek ve birlik, beraberlik içerisinde hoşça zaman geçirmek için ideal bir organizasyon oldu. Yönetim Kurulu üyelerinin, eğitmenlerin ve ailelerinde iştirak ettiği organizasyonda gençler, yönetici ve eğitmenleri ile el ele, omuz omuza halay çekip türküler söylediler. Böylesi güzel bir organizasyonda bulunmanın memnuniyeti ve mutluluğu içerisinde tüm Motif Ailesi bireyleri, Türk Halk Müziği sanatçısı Doğa UYDACI'nın seslendirdiği birbirinden güzel türkülerle dillenip, oyunlarla coştular. Gençler, yaşadıkları bu hoş organizasyon sonrasında Motifli olmanın bir ayrıcalık olduğunu birebir yaşadılar ve yaşattılar.



## MOTİF, Yöre Gecelerini Gerçekleştirdi...

Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik ve Spor Kulübü'nün gelenekselleşen faaliyetleri arasında yer alan Motif'te Yöre Geceleri organizasyonları, tüm güzellikleri ile devam ediyor. 15 günlük periyotlarda gerçekleşen Yöre Geceleri organizasyonlarından Kars Yöre Gecesi, Ankara Yöre Gecesi, İzmir Yöre Gecesi, Motifli gençlerin seslendirdiği birbirinden güzel türküler eşliğinde gerçekleşti. Ayrıca Üsküp Yöre Gecesi TRT Türk Halk Müziği Sanatçısı Sayın Ramazan GÜNAY'ın, Diyarbakır Yöre Gecesi Türk Halk Müziğinin güçlü yorumcusu Sayın Bedri AYSELİ'nin, Siirt Yöre Gecesi Türk Halk Müziği sanatçısı Siirtli ÖZKAN ve Önder KARATAŞ'ın, Trabzon Yöre Gecesi Türk Halk Müziğinin güçlü yorumcusu Sayın Kamil SÖNMEZ'in ve Sivas Yöre Gecesi "Türkü'nü Söyle" yarışmasının sevilen sesi Sibel IŞIK'ın seslendirdiği birbirinden güzel türküler eşliğinde gerçekleşti. Gençlerin hazırladıkları yöre oyunları ve yöre yemekleri yöre gecelerinin coşkusuna coşku kattı. Birlik, beraberlik, dayanışma ve paylaşımın önemli göstergelerini bir arada barındıran yöre gecelerimize sizlerde davetlisiniz.



Lava



Aşkın enerjisi

Çuhacı Han Sokak No:20 Kapalıçarşı - İSTANBUL / TÜRKİYE  
Tel: +90 (212) 519 51 42 (3 Hat) Fax: +90 (212) 522 72 31  
www.ekoljewellery.com.tr • info@ekoljewellery.com.tr

EKOL

Fatura

İrsaliye

Antetli Kağıt

Kartvizit

Tahsilat Makbuzu

Gider Pusulası

Davetiye

Etiket

Katalog

Broşür

El ilanı

Afiş

Takvim

İnsert

vb...

# İshak Pınarbaş

Ofset & Tipo Matbaa

Rami Kışla Caddesi  
Topçular İş Merkezi  
No. 88/192 34055  
Topçular - İstanbul  
T. 0212 567 567 1  
F. 0212 544 294 6  
info@ishakpinarbas.com

