



T.C. Kültür Bakanlığı



Halk Kültürlerinin Medya Açısından Değerlendirilmesi Uluslararası Sempozyumu Bildirileri

Kültür Bakanlığı
&
Sakarya Üniversitesi
&

Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik Kulübü

12 - 13 -14 Aralık 2002

Motif Vakfı Yayınları No. 4

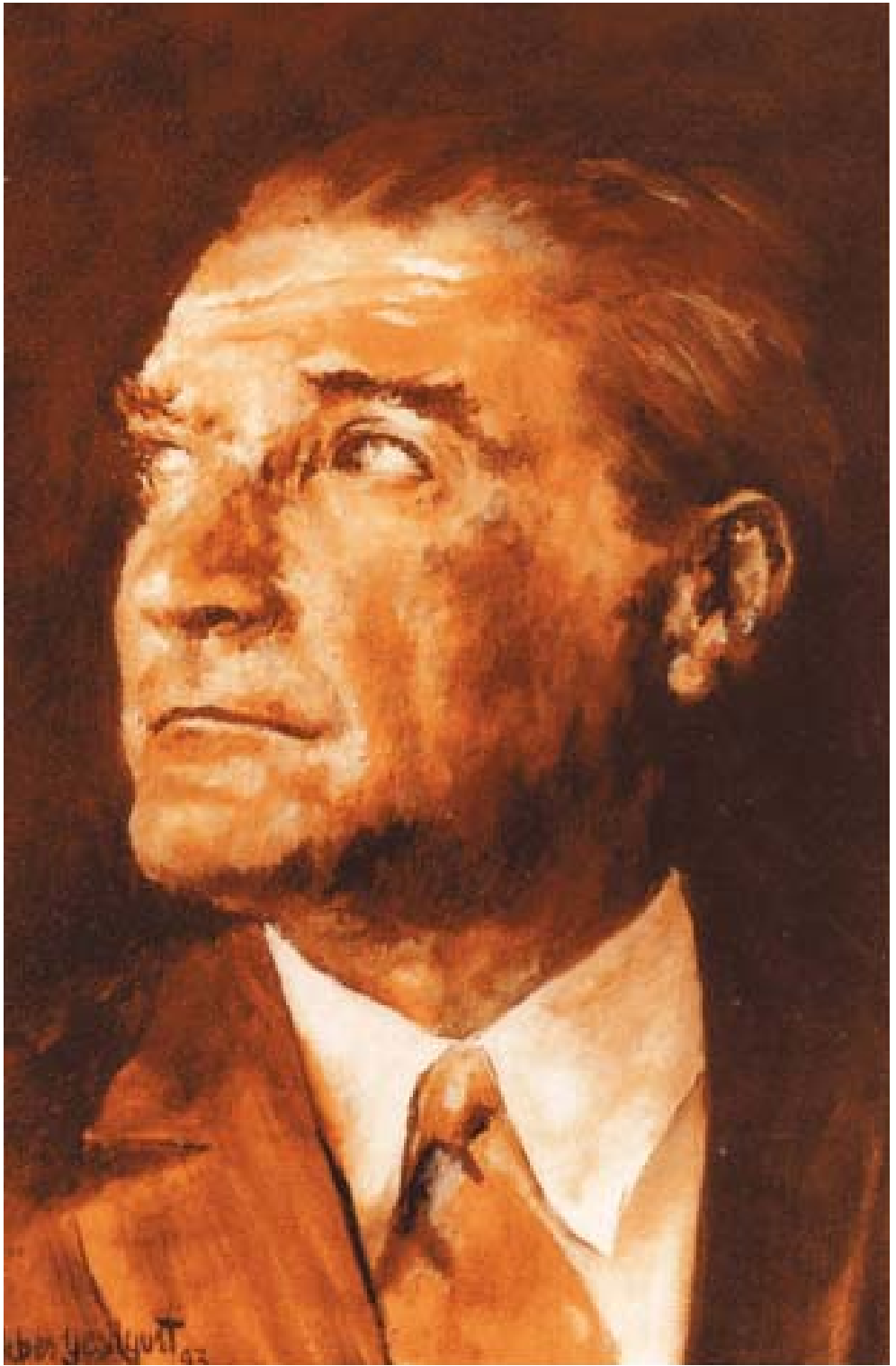
ISBN-975-9049-01-5

Fiyat : 30 YTL.

**HALK KÜLTÜRLERİNİN
MEDYA AÇISINDAN
DEĞERLENDİRİLMESİ
ULUSLARARASI SEMPOZYUMU**

12-13-14 Aralık 2002

SAKARYA



Motif Halk Oyunları Eğitim ve Öğretim Vakfı

Adres : Fevzi Paşa Cad., No: 361, Edirnekapı / İstanbul

Telefon : 0212 531 87 90 - 531 61 68

Fax : 0212 635 52 43

E-mail : motif@motifhalkoyunlari.com

Web : www.motifvakfi.com

MOTİF VAKFI YAYINLARI, No: 4

İstanbul, 2005

ISBN-975-9049-01-5

Kapak Tasarım

Sevgi ÖZTÜRK

Sayfa Düzeni

Bayram YERALTI

Yayına Hazırlık

İstanbul Üniversitesi İletim Gazetesi

Baskı

Pınarbaş Matbaası

Adres : Rami Kışla Caddesi No. 88/188 Topçular - İSTANBUL

Telefon : 0212 544 58 77

Bu yayının basımını Motif Vakfı üstlenmiştir. İçindeki bildirimler ve soru-cevap metinlerinde yer alan bilgilerin tüm sorumluluğu sunum sahiplerine aittir.

Kültür Bakanlığı Halk Kùltürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Mùdùrlùğü Genel Mùdùr Yardımcısı Cesim ÇELEBİ'nin Sempozyum Açılış Konuşması

Değerli konuklar; Kùltür Bakanlığı Halk Kùltürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Mùdùrlùğü, Sakarya Üniversitesi Devlet Konservatuvarı ve Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik Kulübü'nce düzenlenen sempozyuma, şahsım ve teşkilatım adına hoş geldiniz diyor, saygılarımı arz ediyorum.

Kùltürleri tanıtmak, kitle iletişim araçları ile mümkün olmaktadır. İletişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler beraberinde değişimi getirmiştir. Değişimle yaşanan olgu içerisinde en fazla etkileşim, olumsuz yöndeki yansıma, halk kùltürleri değerlerinde görùlmektedir.

Halk Kùltürü değerlerindeki bu olumsuz yansımanın en aza indirilmesi amacıyla yapılacak çalışmalar, bizim için önem arz etmektedir. Millet olarak varlığımızın temel taşlarından olan halk kùltürü değerleri aslına uygun olarak derlenip, geliştirilip yaygınlaştırılması amacıyla bir dizi çalışma yapılması gerekmektedir. Bu çalışmalar içerisinde yapılacak olan etkinliklerin sağlıklı bir şekilde gelecek nesillere intikali önem arz etmektedir.

Bu sempozyumdaki bildirimler Bakanlığımızca kitap bütünlüğüne getirilerek kamuoyunun bilgisine sunulacaktır.

3 gün sürecek çalışmanın halk kùltürüne yeni kazanımlar sağlamasını diliyor ve katılımcılara başarılar diliyorum.

Sempozyumun oluşumunda emeği geçenlere teşekkür ediyorum, saygılar sunuyorum.

Sakarya Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mehmet DURMAN'ın Sempozyum Açılış Konuşması

Sayın Vali vekilim, Kültür Bakanlığı'nın değerli genel müdür yardımcısı, değerli katılımcılar, değerli konuklar, basınımızın değerli temsilcileri.

Üniversitemizde düzenlenen "Halk Kültürlerinin Medya Açısından Değerlendirilmesi" isimli uluslar arası sempozyuma katılarak bizleri onurlandırmanızdan dolayı hepinize teşekkür ediyor, sizleri aramızda görmekten büyük bir mutluluk duyduğumuzu ifade ederek, en derin saygı ve sevgilerimi sunuyorum.

Değerli konuklar; teknoloji alanındaki gelişmeler ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaştırılması, bilgiyi günümüz dünyasının merkezi konumuna getirmiştir. Bu sebeptir ki; içinde bulunduğumuz yüzyıla bilgi çağı, enformatik çağ gibi isimler yakıştırılmaktadır. Enformasyon toplumunda temel kurumlar ve yeniliklerin kaynakları üniversiteler ve araştırma, geliştirme kurumlarıdır. Yeni toplum modeli bilgi etrafında örgütlenmekte, bilgi toplumunun temel eksenini oluşturmakta ve stratejik bir güç haline dönüşmektedir.

Günümüz toplumunun dinamiklerini belirleyen unsurların başında ise kitle iletişim araçları gelmektedir. Kitle iletişim araçlarının sağladığı kolaylıklar, gelişen evrensel değerler, insanlığın ortak malı olarak kabul edilmektedir.

Ancak bu imkanlar her zaman sanıldığı gibi barışı temin edememekte ve konvansiyonel sömürgecilik stratejilerinin uygulanması için ortam hazırlayabilmektedir.

İşte bu sebeple, medya günümüzde her toplum için hayati bir öneme sahiptir. Küreselleşen dünyada kültürel değerlerin milletlerin hayatındaki vazgeçilmez yeri her geçen gün daha iyi anlaşılmaktadır. Ve bu değerlerin korunması ve tanıtılmasında medyanın rolü inkar edilemez bir gerçektir.

İnsan yığınlarını millet yapan, milletleri ayakta tutan kültürün, maddi ve manevi yönlerinin bilimsel çalışmalarla tespit edilmesi günümüz dünyasında zorunluluk arz etmektedir. Malzemesini halkın oluşturduğu kültür, çalışma alanı ise büyük halk kitlesi olan folklor, bu önemli görevi yerine getiren bir bilim dalıdır. Doğumdan ölüme kadar hayatın her safhasında kültürel unsurları tespit edip inceleyen ve bunlardan bir senteze varmayı amaçlayan halk biliminin önemi bugün bütün dünyada çok net bir şekilde anlaşılmıştır. Folklor teriminin ilk kullanıldığı ülke olan İngiltere "üzerinde güneş batmayan imparatorluk" haline halk bilimini ideallerine hizmet edecek şekilde kullanarak ulaşmış, Almanya, Fransız emperyalizmine karşı halk bilimi alanında yaptığı çalışmalarla direnmiştir.

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren birçok ülkede akademik yapılanmada yer alan halk biliminin ülkemizde üniversitelerde bir kimlik kazanması ise çok sonraları olmuştur.

Kültürel değerlerin korunması ve tanıtılmasında üniversitelere, resmi kurum ve kuruluşlara, medyaya, sivil toplum örgütlerine büyük görevler düşmektedir. Bu sebeple üniversitemizde düzenlenen "Halk Kültürlerinin Medya Açısından Değerlendirilmesi Uluslar arası Sempozyumu" nun bilim alanına önemli katkı sağlayacağına inanıyor, bu organizasyonu düzenleyen Kültür Bakanlığı Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü'ne, Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik Kulübüne, üniversitemizin güzide bir birimi olan Devlet Konservatuarı'na ve bu çalışmalarda emeği geçen herkese teşekkür ediyor, saygı ve sevgilerimi sunuyorum.

Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik Kulübü

Genel Başkanı M. Zeki BAYKAL'ın Açılış Konuşması

Sayın Valim, Sayın Rektörüm, Kamu Kurum ve Kuruluşlarının değerli temsilcileri, Çok kıymetli basın mensupları, Saygıdeğer misafirler.

Kültür Bakanlığı ve Sakarya Üniversitesi Devlet Konservatuvarı işbirliği ile Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik Kulübüncü gerçekleştirilen uluslar arası sempozyumun açılış törenine hoş geldiniz. Türk Halk Kültürüne hizmet alanında birçok kültürel, sanatsal ve akademik projeye imza atan Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik Kulübü, bu çalışmaları ile kamuoyunun büyük takdirini toplamıştır. Değerli konuklar; 2002 yılı Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik Kulübü için atılımlar ve yenilikler yılı olmuştur. Yenilikçilik ilkesini prensip edinen Motif, Türk folkloruna hizmet ederken, sürekli yeni projeler üretmekte ve periyodik olarak gerçekleştirdiği faaliyetlerine devam etmektedir. Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik Kulübü'nün çalışmalarını yurt geneline yaymak ve daha geniş kitlelerle buluşturmak amacıyla Motif şubelerinin açılışına yönelik çalışmalarının ilk adımı olan Motif Bursa Şubesi şu anda hizmete girmiş ve faaliyetlerine başlamıştır. Önümüzdeki günlerde Motif şubelerinin sayısı daha da artacak, kültürel değerlerimizin yaşatılıp yaygınlaştırılması adına yaptığımız hizmetler daha geniş kitlelere ulaşacaktır. Değerli konuklar; Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik Kulübü genel merkez binasına kavuşmuştur. Aynı binada Motif Folklor Müzesi hizmete girmiştir. Motif bünyesinde, gençlerin eğitimine yönelik halk oyunları, halk müziği, halk tiyatrosu, halı ve kilim dokuma kursları çalışmaları uzman eğitimci tarafından verilmektedir. Hakemli dergi olan Motif Dergisi Uluslar arası Süreli Yayın Organı olarak yeni görsel kimliğiyle artık tüm dünyaya açılmıştır. Geleneksel faaliyetlerimiz arasında bulunan Motif Halk Bilim Ödüllerinin 8. si 26 Aralık 2002 tarihinde Cemal Reşit Rey Konser Salonunda gerçekleşecektir. Saygıdeğer misafirler; maddi ve manevi folklor değerlerimizin ulusal ve uluslar arası ortamda tanıtımında görsel ve yazılı medyanın önemi hepimizce bilinmektedir. Kültür varlıklarımızın iki binli yıllarda ulaştığımız bilgi çağı çerçevesinde tanıtım alanındaki önemi daha da artmaktadır. "Halk Kültürlerinin Medya Açısından Değerlendirilmesi Uluslararası Sempozyumu"nun kültür-medya işbirliği açısından hedeflenen doğrulara daha kısa zamanda ulaşmamızı sağlamada birinci derecede katkı sağlayacağı inancındayım. Bu sempozyumda, uluslar arası ortamda araştırmacı, uzman, bilim adamı ve medya mensupları tarafından günümüz kültür-medya ilişkileri çeşitli yönleriyle değerlendirilerek ele alınacaktır. 3 gün sürecek olan sempozyumda yurt içinden 57 ve yurt dışından 4 katılımcı bildirimleri ile sempozyumu aydınlatacaklardır. Değerli misafirler; huzurlarınızda başta Kültür Bakanlığı temsilcilerine, Sakarya Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mehmet DURMAN ve Konservatuvar Müdürü Türker EROĞLU'na, sempozyuma yönelik çalışmalarımızın her aşamasında bizlere ışık tutan sempozyum bilim kurulu üyelerine ve sempozyum yürütme kurulu üyelerimize, bildirimleri ile aramızda bulunan tüm katılımcılara şükranlarımı sunuyorum. Daha nice etkinliklerde hep birlikte olmayı ümit ediyorum, emeği geçen herkese teşekkür ediyorum, saygı ve sevgilerimi sunuyorum.

İÇİNDEKİLER

AÇILIŞ KONUŞMALARI.....	III
PROGRAM.....	XIV
Ahmet TERZİOĞLU “Medyanın Halk Kültürü Üzerindeki Etkisi”.....	318
Ahmet Turan DEMİRBAĞ “Globalleşen Dünyada Türk Halk Oyunlarının Yeri ve Önemi”.....	76
Alaaddin MEHMETOĞLU “Azerbaycan’da Halk Kültürlerinin İletişim Araçları Açısından Değerlendirilmesi Üzerine-Dede Korkut İlmî Örneği İle	231
Ali Rıza ABAY “Kız Kaçırma Usulü İle Evlenmenin Sosyo-Kültürel Sebepleri ve Medya’nın Yansıtma Tarzı”.....	1
Ali Rıza BALAMAN “Kitle İletişim Araçları ve Halk Kültürü”	40
Belma KURTIŞOĞLU “Avrupa Birliğinde Medya Kültür Çalışmaları”.....	220
Braun MİKLOS.....	239
Bülent KURTIŞOĞLU “Geleneksel Kültür Öğelerinin Tanıtımında Medyanın Önemi”.....	226
Can ETİLİ ÖKTEN “Türk Halk Müziği, Medya İlişkisi Üzerine Birkaç Saptama”.....	127
Cengiz AYDIN – Füsun AŞKAR ÖZDİNÇER “Halk Kültürü Ürünlerinin Medyadaki Üretim ve Tüketim Sorunları”.....	22
Cesim ÇELEBİ “Arşiv Yönetimi Bilişim Sistemi Üzerine Bir Deneme”.....	56
Ekber YEŞİLYURT “Medyaya Özgü Halk Kültürü”.....	357
Engin YILMAZ “Medya-tik Dil Alanları; Reklam-cılık Dili”.....	366

Erman ARTUN “Halk Kültürünün Uluslararası Tanıtımında Medyanın Rolü”.....	15
Feriha AKPINARLI “El Örgüsü Çoraplarda Kullanılan Motif, Desen Zenginliğinin İlgili Kurum, Kuruluş ve Halka Yaygınlaştırılmasında Medyanın Yükleneceği Roller”.....	34
Fikret DEĞERLİ “Milliyet Gazetesince Düzenlenen Halk Oyunları Organizasyonlarının Uluslararası Tanıtıma Katkısı”.....	67
Gamze TÜFEKÇİ “Uluslararası Medyada Halk Kültürüne Gösterilen İlginin Azalma Nedenleri”.....	323
H. Örcün BARIŞTA “Türkiye Cumhuriyeti Dönemi Halk Plastik Sanatları ve Medya İlişkisi Üzerine”.....	43
H. Serpil ORTAÇ “Tığ Örucülüğünün Günümüzdeki Kullanım Alanları ve Çağdaş Tasarımların Medyada Tanıtılmasının Önemi”.....	248
Hakan POYRAZ “Medyanın Etik Boyutu , Kültürel Değerler Açısından Medya Ahlakı Üzerine Bir Değerlendirme”	306
Hatice Çiğdem KILIÇ “Halk Kültürü Ürünlerinin Medya Organlarında Değerlendirilmesi”.....	198
İlknur DEMİRBAĞ “En Etkin Kitle İletişim Araçlarından olan Televizyon ve Halk Kültürüne Etkisi”.....	71
İsmail TAŞDEMİR “Halk Kültürünün Korunmasında Medyanın Rolü”.....	317
Kasım KARAMAN “Kayseri Örneğinde Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Adetlere Etkisi”.....	169
Lyuben BOTUSHAROV “Medyada Folklor ve İletişim Değeri”.....	53

M. Öcal ÖZBİLGİN “Macaristan’da ve Türkiye’de Yürütülen Halk Oyunları Faaliyetlerinin Medya Açısından Değerlendirilmesi”	256
M. Tekin KOÇKAR “Halk Kültürünün Ekonomik ve Siyasal Kazanç Amacı İle Kullanılmasında Medyanın Rolü”	205
M. Zeki KUŞOĞLU “Eğitimci Gözüyle TV’de Reklam”	229
Mehmet METE “Radyo Televizyon Yayınları ve Müzik Tercihlerindeki Değişim”	236
Metin EKİCİ “Folklor Araştırmalarında Üçüncü Boyut”	96
Muharrem ÖÇALAN “Basın- Yayın Kuruluşlarında Yanlış Türkçe Kullanımı”	268
Mustafa ÜNAL “Medyanın Halk İnanışlarına Bakışı”	333
Nevzat GÖZAYDIN “Batı Avrupa Ülkelerinde Halk Kültürü Ürünlerinin Uygulamalarının Medyadaki Görüntüsü”	145
Nihal ÖTKEN “İnternet Ortamında Halk Oyunları Adına Yapılan TanıtımÇalışmaları”	287
Nilgün DOĞRUSÖZ “Günümüz Yabancı Yayınlarında Türk Müziği”	82
Özkul ÇOBANOĞLU “Halk Kültürü ve Medya İlişkisi Bağlamında Yeni Yöntem ve Kurumsal Tartışma Sorunları Üzerine Tespitler”	63
Ruhi ERSOY “Sözlü Kültür Ortamı Kaynaklarının Medya’da Kullanılması Bağlamında Gaziantep’te Nevruzla İlgili Bir İnancın TRT Arşivine Kazandırılması”	119
Sabahattin TÜRKOĞLU “Yabancı Ülkelerde Medyanın Halk Kültürüne Olan İlgi ve Bakış Açısı”	330

Sait BAŞER “Medya’da Töre;Kutat Kubilig’de Töre”.....	50
Savaş EKİCİ “Medya ve Türk Halk Müziği”.....	87
Selen ERGÖZ ÖZEREN “Halk Kültürünün Önemli Bir Parçası Olan “Halk Müziği”ne Medya Tarafından “Popüler Müzik”e Oranla Daha Fazla Yer Verilmesinin Gerekliliği”.....	103
Serpil MÜRTEZAOĞLU “Kültürel İçerikli Haberlere Yer Ayrılması Bakımından Türkiye – Hollanda Medyasının Karşılaştırılması”.....	244
Songül KARAHASANOĞLU ATA “Medyanın Halk Kültürüne Etkisi Üzerine Bir Örnek İnceleme;Muş”.....	156
Suat GEZGİN “Uluslararası Haber Sürecinde Kültürel Öğeler ve Değerler”.....	136
Şahin ÜNAL – Ferruh ÖZDİNÇER “1900-1950 Yılları Arasında Teorik ve Pratik Olarak Yapılan Halk Oyunları Çalışmalarının Medyaya Yansıması”.....	296
Todor DIJIDJEV “Folklor İnsanlar Arasındaki En Erişilebilir Olan İletişim Yolu”.....	80
Türker EROĞLU – Deniz DEDEMOĞLU “Küreselleşme, Medya ve Halk Kültürü”.....	108
Yavuz KÖKTAN – Erol EROĞLU “Enformasyon Toplumu ve Halk Kültürü”.....	210
Yosef Ben ISRAEL “Medya Aracılığı İle Müzikli Folklorun Toplanması ve Dağıtımı”.....	151
Zeynep ÖZÇÖREKÇİGÖL “Halk Kültüründe İletişim Araçlarının Yarattığı Değişim ve Dönüşüm”.....	281
Muhittin YILDIRIM “Türk Halk Oyunlarının Öğretiminde Medyanın Kullanılması”.....	360
GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ.....	386
SORU – CEVAPLAR.....	388









PROGRAM

12 Aralık 2002 Perşembe

10.00 -Açılış Töreni

-Saygı Duruşu

-İstiklal Marşı

-Açılış Konuşmaları

-M. Zeki BAYKAL (Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği
Gençlik Kulübü Genel Başkanı)

-Kültür Bakanlığı Adına

-Sakarya Üniversitesi Adına

-Barkovizyon Sunumları

1.Oturum

Oturum Başkanları: 1)Prof. Dr. Toktamış ATEŞ

2)Doç. Dr. Metin EKİCİ

11.00 – 11.15 Prof. Dr. Suat GEZGİN

(İstanbul Üniv. İletişim Fakültesi)

Konu : Uluslararası Haber Sürecinde Kültürel Ögeler ve Değerler

11.15 – 11.30 Yrd. Doç. Dr. Türker EROĞLU

Öğr. Gör. Deniz DEDEMOĞLU

(Sakarya Üniv. Devlet Konservatuarı)

Konu : Küreselleşme, Medya ve Halk Kültürü

11.30 – 11.45 F.Cesim ÇELEBİ

(Kültür Bakanlığı HAGEM Genel Müdürlüğü)

Konu : Arşiv Yönetimi Bilişim Sistemi Üzerine Bir Deneme

11.45 – 12.00 Prof. Dr. Can ETİLİ ÖKTEN

(İ.T.Ü. T.M.D.Konservatuarı)

Konu : Türk Halk Müziği, Medya İlişkisi Üzerine Birkaç Saptama

12.00 – 12.15 Prof. Dr. Todor DIJIDJEV

Konu : Folklor İnsanlar Arasındaki En Erişilebilir Olan İletişim Yolu

12.15 – 12.45 Bildirilerin Tartışılması 30 dakika

12.45 – 13.45 YEMEK ARASI 1 saat

13.45 – 14.00 ÇAY ARASI 15 dakika

2.Oturum

**Oturum Başkanları: 1) Prof. Dr. Suat GEZGİN
2) Doç. Dr. Özkul ÇOBANOĞLU**

**14.00 – 14.15 Prof. Fikret DEĞERLİ
(İ.T.Ü. T.M.D.Konservatuarı)**

Konu : Milliyet Gazetesince Düzenlenen Halk Oyunları Organizasyonlarının Uluslararası Tanıtıma Katkısı

**14.15 – 14.30 Doç. Dr. Metin EKİCİ
(Ege Üniv. Türk Dünyası Arş. Enstitüsü)**

Konu : Folklor Araştırmalarında Üçüncü Boyut

**14.30 – 14.45 Mehmet METE
(TRT Genel Müdürlüğü)**

Konu : Radyo Televizyon Yayınları ve Müzik Tercihlerindeki Değişim

**14.45 – 15.00 Ekber YEŞİLYURT
(Gazeteci-Ressam)**

Konu : Uluslararası Alanda Halk Kültürlerinin Medya Açısından Değerlendirilmesi

**15.00 – 15.15 Öğr. Gör. Bülent KURTIŞOĞLU
(İ.T.Ü. T.M.D.Konservatuarı)**

Konu : Geleneksel Kültür Öğelerinin Tanıtımında Medyanın Önemi

15.15 – 15.45 Bildirilerin Tartışılması 30 dakika

15.45 – 16.00 ÇAY ARASI 15 dakika

3.Oturum

**Oturum Başkanları: 1)Prof. Dr. Can ETİLİ ÖKTEN
2)Doç. Dr. Ali Rıza ABAY**

16.00 – 16.15 Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Konu : Kitle İletişim Araçları ve Halk Kültürü

16.15 – 16.30 Doç. Dr. Erman ARTUN

(Çukurova Ün. Fen Edb. Fak. Türk Dili ve Edb. Blm.)

Konu : Halk Kültürünün Uluslar arası Tanıtımında Medyanın Rolü

16.30 – 16.45 Öğr. Gör. Ahmet Turan DEMİRBAG

(İ.T.Ü. T.M.D.Konservatuarı)

Konu : Globalleşen Dünyada Türk Halk Oyunlarının Yeri ve Önemi

16.45 – 17.00 Okutman, Belma KURUŞOĞLU

(İ.T.Ü. T.M.D.Konservatuarı)

Konu : Avrupa Birliğinde Medya Kültür Çalışmaları

17.00 – 17.15 Prof. Dr. Luyben BOTUSHAROV

Konu : Medyada Folklor ve İletişim Değeri

17.15 – 17.45 Bildirilerin Tartışılması 30 dakika

17.45 – 18.00 ÇAY ARASI 15 dakika

4. Oturum

**Oturum Başkanları : 1)Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN
2)Yrd. Doç. Dr. Sait BAŞER**

18.00 – 18.15 Prof. Dr. Hakan POYRAZ

(Sakarya Ün. Eğitim Fak.)

Konu : Medyanın Etik Boyutu, Kültürel Değerler Açısından Medya Ahlakı Üzerine Bir Değerlendirme

18.15 – 18.30 Uzman M. Tekin KOÇKAR

(Osmanğazi Ün. Halk Bilim Araş. Ve Uygulama Merkezi)

Konu : Halk Kültürünün Ekonomik ve Siyasal Kazanç Amacı İle Kullanılmasında Medyanın Rolü”

**18.30 – 18.45 Dr. Cengiz AYDIN – Öğr. Gör. Fusun AŞKAR ÖZDİNÇER –
Öğr. Gör. E. Cenk AYDIN
(Ege Üniv. D.T.M. Konservatuarı)**

Konu : Halk Kültürü Ürünlerinin Medyadaki Üretim ve Tüketim Sorunları

**18.45 – 19.00 Öğr. Gör. Gamze TÜFEKÇİ
(İ.T.Ü. T.M.D.Konservatuarı)**

Konu : Uluslararası Medyada Halk Kültürüne Gösterilen İlginin Azalma Nedenleri

19.00 – 19.30 Bildirilerin Tartışılması

30 dakika

19.30 AKŞAM YEMEGİ-KOKTEYL

13 ARALIK 2002 CUMA

1. Oturum

Oturum Başkanları: 1) Sabahattin TÜRKÖĞLU

2) Yrd. Doç. Dr. E. Ahmet TERZİOĞLU

10.00 – 10.15 Yrd. Doç. Dr. Engin YILMAZ

(Sakarya Üniv. Eğitim Fak. Türkçe Eğitimi Böl.)

Konu : Medya-tik Dil Alanları; Reklam-cılık Dili

10.15 – 10.30 Yrd. Doç. Dr. Nilgün DOĞRUSÖZ

(İ.T.Ü. T.M.D.Konservatuarı)

Konu : Günümüz Yabancı Yayınlarında Türk Müziği

10.30 – 10.45 N. Zeynep ÖZÇÖREKÇİ GÖL

(Kültür Bakanlığı HAGEM)

Konu : Halk Kültüründe İletişim Araçlarının Yarattığı Değişim ve Dönüşüm

10.45 – 11.00 Öğr. Gör Savaş EKİCİ

(Gaziantep Üniv. T.M.D.Konservatuarı)

Konu : Medya ve Türk Halk Müziği

11.00 – 11.15 Braun MİKLOS

Konu : Folklorun Özü Nedir?

11.15 – 11.45 Bildirilerin Tartışılması 30 dakika

11.45 – 12.00 ÇAY ARASI 15 dakika

2.Oturum

Oturum Başkanları : 1)Prof. Dr. M. Zeki KUŞOĞLU

2)Doç. Dr. Erman ARTUN

12.00 – 12.15 Prof. Dr. Nevzat GÖZAYDIN

(Ankara Üniv. Halk Bilimi Ana Bilim Dalı)

Konu : Batı Avrupa Ülkelerinde Halk Kültürü Ürünlerinin Uygulamalarının Medyadaki Görüntüsü

12.15 – 12.30 Sabahattin TÜRKÖĞLU

(Yıldız Sarayı Müzesi Müdürü)

Konu : Yabancı Ülkelerde Medyanın Halk Kültürüne Olan İlgisi ve Bakış Açısı

12.30 – 12.45 Doç. Dr. Özkul ÇOBANOĞLU

(Hacettepe Üniv. Edebiyat Fak. Türk Halk Bilimi Böl.)

Konu : Halk Kültürü ve Medya İlişkisi Bağlamında Yeni Yöntem ve Kurumsal Tartışma Sorunları Üzerine Tespitler

12.45 – 13.00 Öğr. Gör. M. Öcal ÖZBİLGİN

(Ege Üniv. D.T.M. Konservatuarı)

Konu : Macaristan'da ve Türkiye'de Yürütülen Halk Oyunları Faaliyetlerinin Medya Açısından Değerlendirilmesi

13.00 – 13.15 Araş. Gör. Hatice Çiğdem KILIÇ

(Sakarya Üniv. Devlet Konservatuarı)

Konu : Halk Kültürü Ürünlerinin Medya Organlarında Değerlendirilmesi

13.15 – 13.45 Bildirilerin Tartışılması 30 dakika

13.45 – 14.45 YEMEK ARASI 1 saat

14.45 – 15.00 ÇAY ARASI 15 dakika

3. Oturum

**Oturum Başkanları: 1) Prof. Dr. H. Örcün BARIŞTA
2) Dr. Cengiz AYDIN**

**15.00 – 15.15 Doç. Dr. Mustafa ÜNAL
(Erciyes Üniv. İlahiyat Fak.)**

Konu : Medyanın Halk İnanışlarına Bakışı

**15.15 – 15.30 Yrd. Doç. Dr. Feriha AKPINARLI
(Gazi Üniv. Mesleki Eğitim Fakültesi)**

Konu : El Örgüsü Çoraplarda Kullanılan Motif, Desen Zenginliğinin İlgili Kurum, Kuruluş ve Halka Yaygınlaştırılmasında Medyanın Yüklenecği Roller

**15.30 – 15.45 Öğr. Gör. Cumhur SEVINÇ (SEMPOZYUMA KATILMADI)
(İ.T.Ü. T.M.D.Konservatuarı)**

Konu : Uluslararası Alanda Yapılan Halk Oyunları Yarışmalarının Medyaya Yansımaları

**15.45 – 16.00 Öğr. Gör. İlnur DEMİRBAĞ
(İ.T.Ü. T.M.D.Konservatuarı)**

Konu : En Etkin Kitle İletişim Araçlarından Olan Televizyon ve Halk Kültürüne Etkisi

**16.00 – 16.15 İsmail TAŞDEMİR
(Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği)**

Konu : Halk Kültürünün Korunmasında Medyanın Rolü

16.15 – 16.30 Yosef Ben ISRAEL

Konu : Medya Aracılığı İle Müzikli Folklorun Toplanması ve Dağıtımı

16.30 – 17.00 Bildirilerin Tartışılması 30 dakika

17.00 – 17.15 ÇAY ARASI

15 dakika

4.Oturum

Oturum Başkanları : 1)Prof. Fikret DEĞERLİ

2)Yrd. Doç. Dr. Türker EROĞLU

17.15 – 17.30 Prof. Dr. H. Örcün BARIŞTA

(Gazi Üniv. Fen Edebiyat Fak. Arkeoloji Sanat Tarihi Böl.)

Konu : Türkiye Cumhuriyeti Dönemi Halk Plastik Sanatları ve Medya İlişkisi Üzerine

17.30 – 17.45 Yrd. Doç. Dr. Mustafa SÖZEN (SEMPOZYUMA KATILMADI)

(Akdeniz Üniv. Güzel Sanatlar Fakültesi)

Konu : Kültür Aktarıcı Bir Medya Olarak Belgesel Sinema

17.45 – 18.00 Öğr. Gör. Serpil MÜRTEZAOĞLU

(İ.T.Ü. T.M.D.Konservatuarı)

Konu : Kültürel İçerikli Haberlere Yer Ayrılması Bakımından Türkiye – Hollanda Medyasının Karşılaştırılması

18.00 – 18.15 Yrd. Doç. Dr. E. Ahmet TERZİOĞLU

(Erzincan Eğitim Fak. Beden Eğitimi ve Spor Böl.)

Konu : Medyanın Halk Kültürü Üzerindeki Etkisi

18.15 – 18.30 Öğr.Gör. Abdurrahim KARADEMİR (SEMPOZYUMA KATILMADI)

(Ege Üniv. D.T.M. Konservatuarı)

Konu : Turizm Folkloru ve Medya; Japonların Türkiye’de Türk Halk Oyunları Öğrenimi Örneği”

18.30 – 18.45 Öğr. Gör. Şahin ÜNAL – Öğr. Ferruh ÖZDİNÇER

(Ege Üniversitesi D.T.M. Konservatuarı)

Konu : 1900-1950 Yılları Arasında Teorik ve Pratik Olarak Yapılan Halk Oyunları Çalışmalarının Medyaya Yansımaları”

18.45 – 19.15

Bildirilerin Tartışılması

30 dakika

19.30 AKŞAM YEMEĞİ

14 ARALIK 2002 CUMARTESİ

1.Oturum

Oturum Başkanları: 1) Prof. Dr. Nevzat GÖZAYDIN
2) Yrd. Doç. Dr. Mustafa SÖZEN

10.00 – 10.15 Prof. Dr. M. Zeki KUŞOĞLU
(Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi)

Konu : Eğitimci Gözüyle TV'de Reklam

10.15 – 10.30 Öğr. Gör. H. Selen ERGÖZ ÖZEREN
(Sakarya Üniversitesi Devlet Konservatuvarı)

Konu : Halk Kültürünün Önemli Bir Parçası Olan “Halk Müziği”ne Medya Tarafından “Popüler Müzik”e Oranla Daha Fazla Yer Verilmesinin Gerekliği

10.30 – 10.45 Yrd. Doç. Dr. Hülya Serpil ORTAÇ
(Gazi Üniv. Mesleki Eğitim Fakültesi)

Konu : Tığ Örücülüğünün Günümüzdeki Kullanım Alanları ve Çağdaş Tasarımların Medyada Tanıtılmasının Önemi

10.45 – 11.00 Araş. Gör. Nihal ÖTKEN
(İ.T.Ü. T.M.D.Konservatuvarı)

Konu : İnternet Ortamında Halk Oyunları Adına Yapılan Tanıtım Çalışmaları

11.00 – 11.15 Rafael Romero CARDENAS (SEMPOZYUMA KATILMADI)

11.15 – 11.45 Bildirilerin Tartışılması **30 dakika**

11.45 – 12.00 ÇAY ARASI **15 dakika**

2.Oturum

Oturum Başkanları: 1) Prof. Dr. Alaeddin MEHMETOĞLU
2) Sabahattin TÜRKÖĞLU

12.00 – 12.15 Prof. Dr. Taciser ONUK (SEMPOZYUMA KATILMADI)
(Gazi Üniv. Mesleki Eğitim Fakültesi)

Konu : Ulusal Eğitim Destek Kampanyası Projesi Kapsamında Ankara El Sanatları Projesinin Medya Açısından Değerlendirilmesi

12.15 – 12.30 Öğr. Gör. Ruhi ERSOY

(Gaziantep Üniv. Fen Edebiyat Fak. Türk Dili ve Ede. Böl.)

Konu : Sözlü Kültür Ortamı Kaynaklarının Medya’da Kullanılması Bağlamında Gaziantep’te Nevruzla İlgili Bir İnançın TRT Arşivine Kazandırılması Serüveni”

12.30 – 12.45 Doç. Dr. Ali Rıza ABAY

(Sakarya Üniv. Fen Edebiyat Fak. Sosyoloji Böl.)

Konu : Kız Kaçırma Usulü İle Evlenmenin Sosyo-Kültürel Sebepleri ve Medyanın Yansıtma Tarzı

12.45 – 13.00 Kasım KARAMAN (Bilim Uzmanı)

Konu : Kayseri Örneğinde Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Adetlere Etkisi

13.00 – 13.15 Öğr. Gör. Songül KARAHASANOĞLU ATA

(İ.T.Ü. T.M.D.Konservatuarı)

Konu : Medyanın Halk Kültürüne Etkisi Üzerine Bir Örnek İnceleme:Mus

13.15 – 13.45 Bildirilerin Tartışılması 30 dakika

13.45 – 14.45 YEMEK ARASI

1 saat

14.45 – 15.00 ÇAY ARASI

15 dakika

3.Oturum

Oturum Başkanları : 1)Prof. Dr. Taciser ONUK

2)Doç. Dr. Mustafa ÜNAL

15.00 – 15.15 Yrd. Doç. Dr. Sait BAŞER

(Sakarya Üniv. Fen Ede. Fak.)

Konu : Medya’da Töre; Kutat Kubilig’ de Töre

15.15 – 15.30 Okutman, Muharrem ÖÇALAN

(Sakarya Üniv.)

Konu : Basın-Yayın Kuruluşlarında Yanlış Türkçe Kullanımı

15.30 – 15.45 Öğr. Gör. Yavuz KÖKTAN – Öğr. Gör. Erol EROĞLU
(Sakarya Üniv. Devlet Konservatuarı)

Konu : Enformasyon Toplumu ve Halk Kültürü

15.45 – 16.00 Prof. Dr. Alaeddin MEHMETOĞLU
(Sakarya Üniv. Fen Ede. Fak. Türk Dili ve Edebiyatı Böl.)

Konu : Azerbaycan'da Halk Kültürlerinin İletişim Araçları Açısından Değerlendirilmesi Üzerine (“Dede Korkut” İlmî Örneği İle)

16.00 – 16.30 Bildirilerin Tartışılması 30 dakika

16.30 – 17.00 Genel Değerlendirme 30 dakika

Sempozyum Yürütme Kurulu

- 1- Yener ALTUNTAŞ
- 2- M. Zeki BAYKAL
- 3- Prof. Fikret DEĞERLİ
- 4- Ahmet Turan DEMİRBAĞ
- 5- Yrd. Doç. Dr. Türker EROĞLU
- 6- Prof. Dr. M. Zeki KUŞOĞLU
- 7- Emin MANCI
- 8- Prof. Dr. Can ETİLİ ÖKTEN
- 9- Sabahattin TÜRKOĞLU
- 10- Ekber YEŞİLYURT

Sempozyum Bilim Kurulu

- 1- Prof. Dr. Toktamış ATEŞ
- 2- Prof. Fikret DEĞERLİ
- 3- Yrd. Doç. Dr. Türker EROĞLU
- 4- Prof. Dr. Suat GEZGİN
- 5- Prof. Dr. M. Zeki KUŞOĞLU
- 6- Prof. Dr. Can ETİLİ ÖKTEN
- 7- Prof. Dr. Hakan POYRAZ

NOT: İsimler soyadı alfabetik sıralamasına göre dizilmiştir.

Genel Koordinatör: Murat BAYTAŞ (MURBAY Organizasyon Tanıtım Reklam Ltd.)

Kültür Sosyolojisi Açısından; TÜRKİYE'DE KIZ KAÇIRMA USULÜ EVLENMENİN SOSYO-KÜLTÜREL SEBEPLERİ VE MEDYANIN YANSITMA TARZI

Doç. Dr. Ali Rıza ABAY*

GİRİŞ

Aile temel toplumsal kurumlardan biri iken, evlenme de sosyolojik bir olgudur. Tarihi süreç içinde bilinen en eski sosyal grup olan aile, zamana ve topluma göre byklg ve otorite anlayışı değişse bile, genel olarak anne, baba ve çocuklardan meydana gelen bir gruptur. Aile biçimsel olarak değişse bile fonksiyonu itibariyle çok fazla değiştiği söylenemez. Aile kurumunun temel fonksiyonu, cinsel davranışları düzenlemek, topluma yeni üyeler kazandırarak üremeyi sağlamak, bireyin toplumsallaşmasını sağlamak, grup içi ekonomik dayanışmayı sağlamak ve bireylere duygusal destek sağlamak olarak özetlenebilir (Arslan-türk,1999:270).

Geleneksel toplumlardan modern toplumlara doğru gidildikçe, büyük aileden çekirdek aileye doğru bir dönüşüm söz konusu olmaktadır. Bu durum da ailenin karakterinde, eş seçiminde, kadının toplum içindeki statüsünün yükselmesinde, kadına ve erkeğe eşit boşanma hakkı vb. bazı değişikliklere sebep olmuştur.

Aile kurumunun oluşmasında evlenme usulleri, toplumdan topluma, kültürden kültüre, köyden kente, yöreden yöreye farklılık gösterebilir. Anadolu'nun bazı yörelerinde Türkler arasında kız kaçırma yöntemi ile evlenme de bir yuva kurma tarzıdır.

Hala lkemizin bazı yörelerinde bir halk kültürü olarak revaçta olan kız kaçırma geleneğinin tarihi, sosyolojik ve kültürel temelleri vardır.

Bu alışma sadece evlenmek maksadıyla kız kaçırma konusu ile sınırlıdır. Başka maksatlarla kız yada kadın kaçırma konusu çalışmamızın kapsamı dışındadır.

* Sakarya Üniversitesi Fen- Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü Toplumsal Yapı ve Değişme Ana Bilim Dalı Başkanı

TOPLUMSAL YAPILAR VE EVLENME USÜLLERİ

Evlenme sosyolojik bir olgu olduğuna göre, evlilik olgunluğuna erişmiş karşıt cinslerin aile kurmak maksadı ile cinsel birleşmelerini toplumun onaylaması gerekir. Bu birliktelikten doğacak çocukların meşruluğu da evliliğin toplum tarafından onaylanmasına bağlıdır.

Tarih boyunca toplumlar, kendi toplumsal ve kültürel yapılarına göre evlilik biçimlerini oluşturmuşlardır. Evlilik biçimlerini kategorilendirmek gerekirse genel olarak beş kategoriye ayırmak mümkündür.

Eş sayısına göre: erkeğin veya kadının tek eşle evliliği (monogami), erkeğin veya kadının birden fazla eşle evliliği (poligami) biçiminde tezahür eder. Ancak eş sayısına göre şekillenen evlilik biçiminde yaygın olan erkeğin birden fazla eşle evliliğidir. Kadının birden fazla erkekle evliliği yaygın olmamakla birlikte Hindistan'da, Tibet'te ve Filipin'lerde bazı kabilelerde görülmektedir (Tezcan,1997:71).

Grup ilişkilerine göre: aile bir grup olduğuna göre, bazı toplumlarda grup içi evlilik (endogami), bazı toplumlar da grup dışı evlilik (exogami) görülmektedir. Genellikle alt kültüre sahip kapalı toplumlarda endogami, açık toplumlarda ise exogami evlilik biçimi görülmektedir.

Çiftlerin yerleşim yerine göre: toplumsal normlara göre bazı toplumlarda evlenen çiftler erkeğin babasının yanında yada yakınında otururlar (patrilokalite), bazı toplumlarda ise kadının ebeveynlerinin yanında yada yakınında otururlar (matrilokalite), bazı toplumlarda genellikle de çağdaş toplumlarda yeni evlenen çiftler kendi başlarına ayrı ev açarak (neolokalite) otururlar.

Otorite ilişkilerine göre: evli çiftler arasında otoriteyi belirleyen kişilikleri olmakla birlikte, genellikle toplumsal normlara göre koca otoritesinin üstünlüğü (patriyarki) görülürken, çok az da olsa kadın otoritesinin üstünlüğü (matriyarki) de görülür. Ancak çağdaş toplumlarda yeni ilişki sistemi olarak eşitlikçi (egaliteryan) otorite anlayışı gelişmektedir.

Soy ve şecere ilişkilerine göre: aile reisi öldüğü zaman mirasın nasıl taksim edileceği noktasından hareket edilen evlilik biçimine gelince, mirasta baba soyunun hakimiyetine dayanan (patriliniyal) evlilik biçimi, ana soyunun hakimiyetine dayanan (matriliniyal) evlilik biçimi ve her iki tarafın eşitliği esasına dayanan (bilateral) evlilik biçimidir. Soy ve şecere ilişkilerine dayalı evlilik biçiminde de çağdaş yaklaşım eşitlikçi yaklaşımdır (Özkalp.1993:97-120).

Türklerde aile yapısı; Türklerde evlilik biçimleri genel hatları ile yukarıdaki kategorilendirme ile örtüşmektedir. Ancak Türklerin eski ve kendilerine has kültürel yapısı ile farklılıkları da vardır. Türkler genellikle dıştan evlenme (exogami) esasına dayalı, velayeti esas alan baba otoritesinin hakim olduğu, tek eşli (monogami) ve küçük aile biçiminde bir aile yapısına sahiptirler. Eski Türklerde her ne kadar

dıştan evlilik esas olsa da akrabalığa çok önem vermektedirler (Kafesoğlu,1994:214). Müslüman olduktan sonra ise İslam dininin müsaade ettiği ölçüde akraba evliliği de yaygınlaşmıştır. Bu gün Türkiye de mevcut evliliklerin yarıya yakını (%44) akraba evliliğidir (Balaman,1994:144).

Evlenme usul ve tarzlarına gelince; aile kurma (ev bark edinme) toplum tarafından meşru kabul edilen bir evlenme yöntemi ile gerçekleşir. Türk kültüründe meşru evlenme yöntemleri genel olarak, görücü usulü ile evlenme, tercihli evlenme, anlaşarak evlenme ve kız kaçırma usulü ile evlenmedir.

Görücü usulü ile evlenme; bilindiği gibi evlenecek erkeğin aile bireyleri daha önceden gördükleri yada tavsiye edilen kızın evine ziyarete giderek, hem kızı yakından görürler hem de niyetlerini belli ederler. Taraflar, eğer gerekiyorsa birbirlerine, araştırmak ve düşünmek için kısa bir zaman tanırırlar. Bu zamanın sonunda ilişkinin devamı arzu ediliyorsa kız ile erkeğin birbirlerini tanımalarına fırsat verilir. Görücü usulü evlenmede her ne kadar aile büyüklerinin girişimi esas ise de son karar erkek ve kıza aittir.

Tercihli evlenme; temelde çıkar esasına dayanan, aileler arası dayanışmayı esas alan ve evlenecek olanların değil de ailelerinin tercihleri ile gerçekleşen bir evlenme usulüdür. Tercihli evlenme usulünün de çeşitli türleri vardır. Bunlardan birincisi beşik kertmesidir ki, kız ile erkeğin henüz beşikte iken, ailelerin büyüdüklərində evlenmelerine karar vermeleridir. Başka bir deyişle beşikte iken nişanlamalarıdır. Bu göreneğin eski Türklerde de olduğu Dede Korkut kitabında söz konusu edilmektedir. (Balaman,1982:212). İkincisi söz alıp verme ki, ailelerin dostluklarını devam ettirmek maksadı ile henüz evlenme yaşına gelmemiş çocuklarını ileride evlendirmek üzere söz alıp vermeleridir. Üçüncüsü ise Berder evliliği ki, genellikle başlık parasından kurtulmak maksadı ile evlenecek iki erkeğin, ailelerin de onayı ile evlenecek yaşta olan kız kardeşlerini aynı zamanda karşılıklı olarak birbirlerine vermeleri ya da evlenmeleridir. Dördüncüsü de Tay geldi (denk geldi) evliliğidir ki, çocuklu dul bir erkekle, ayrı cinsten çocuklu bir dul kadının çocuklarının ve kendilerinin evlenmeleri ile meydana gelen evlenme türüdür (Gökçe,1996:165).

Anlaşarak Evlenme; Bireylerin kendi özgür iradeleri ile evlenmeye karar vererek evlenmeleridir. Türk toplumunda anlaşarak evlenme usulünde genellikle ailelerin rızası da alınmaktadır. Bu evlenme türü gün geçtikçe görücü usulü ile evlenmenin yerini almaktadır.

Kız kaçırma usulü ile evlenme; en yalın biçimiyle kız kaçırma, istek ve rızası olmadan bir kızın, bir erkek tarafından evlenmek maksadı ile ailesinden habersiz olarak zorla kaçırılmasıdır. Ancak kız kaçırma olayının amacı aynı olmakla birlikte şekli, yöntemi ve kapsamı aynı değildir. Kız kaçırma kavramı bütün kaçırma şekilleri için kullanılan temel bir kavram olmakla birlikte kapsamı daha geniştir. Şöyle ki;

Kız kaldırma; bu olayda başlıca iki kaçırma şekli söz konusudur. Birincisi kızın rızası ve haberi olmadan, pusu kurarak kaçırma, ikincisi ise kızın isteği olduğu

halde ailesinin erkeği istememesi veya başka engellerin olması sebebiyle kaçır-
madır. Kızın rızası olmadan gerçekleştirilen kaçırma olaylarına, genellikle istedi-
ği kız ile evlenmesi imkansızlaşan gençler başvururlar. Kızın isteği olduğu halde,
kızın ailesinin erkeği istememesi veya başka engellerin olması sebebiyle gerçek-
leşen kaçırma olayları ise; ailelerin her ikisinin de gençlerin birbirleri ile evlen-
melerini istememeleri, gençlerin, özellikle de kızların aileleri tarafından istemedi-
dikleri kişiler ile evlendirilmek istenmeleri veya ailelerin sosyal statülerinin fark-
lı olmasından ötürü gençlerin birbirleri ile evlenmelerini istememeleri vb. sebep-
ler ile gerçekleşir.

Oturakalma; kızın oğlan evine kendiliğinden kaçması ya da kızın gözünün tuttu-
ğu ancak kendisine pek fazla ilgi göstermeyen bir delikanlının evine bohçasını alıp
gidip oturmasıdır. Bu olaya oturakalma denir. Oturakalmanın da iki sebebi vardır.
Birincisi kızın sevdiği oğlana verilmemesi nedeniyle gururunu çiğneyerek oğlan
evine kaçması, ikinci ise kızların zengin koca ile evlenme isteğidir. Töreye göre de
eve gelen kız geri gönderilmez. Oturakalma yolu ile evlenme Türkiye’de Sivas,
Kastamonu, Bolu ve Kütahya yörelerinde görülmektedir. Bu durum genellikle er-
keğin iradesine rağmen gerçekleştiği için bir nevi erkeğin kaçırılması olarak da de-
ğerlendirilmiştir (Yasa,1962:2-6).

Kaçışma yada anlaşma yolu ile kaçma; birbirini seven iki gencin herhangi bir se-
beple evlenmelerine izin verilmediği takdirde kaçarak evlenmeleri yada yuva kur-
malarındır. Anlaşarak kaçma yada kaçışmada olay gençlerin istek ve rızaları ile ger-
çekleştiği için ailelerin müdahaleleri ikinci derecede kalmaktadır. Ayrıca kaçışma
olaylarında zorla kaçırma olaylarına nispetle, gençler toplum ve yakın çevreleri ta-
rafından çok fazla yadırganmazlar. Ufak tefek kırgınlıklar kısa sürede giderilebilir.
Oturakalma ve zorla kaçırma olaylarında genellikle kızın gururu zedelenirken, ka-
çışma olayında muhtemel riskler ortaklaşa göğüslenilir.

Kız kaçırma olayları ani gelişen olaylar cinsinden olmadığı için uzunca bir ha-
zırlık süresi ve planı gerekir. Kız kaçırma usulü ile evlenme genellikle kırsal ke-
simde özellikle de köylerde gerçekleştiği için ve kadın erkek ilişkileri bazı töresel
sınırlara tabi olduğu için kızlar ile erkekler arasında aracılık yapan ve çeşitli isim-
lerle; cadı, hacana, çöpçatan vb. isimlerle, anılan aracılardır. Bunlar genellikle
işlerini belli menfaatler karşılığı yaparlar (Atalay,1979:50-51). Ancak telefon
vb. teknoloji ürünlerinin yaygın olarak kullanılmaya başlanması ile aracılara
pek ihtiyaç duyulmamaya başlamıştır. Kız kaçırma olayları genellikle yörelerin
durumuna göre tarımsal ve hayvancılık faaliyetlerinin yapıldığı mevsimlerde ger-
çekleştirilmektedir. Ayrıca kaçırma yeri, zamanı ve kaçırma aracı da kaçırma ya
da kaçışma olayının rahatlıkla gerçekleştirilebileceği şekilde seçilmektedir (Ya-
sa,1962:9-14).

KIZ KAÇIRMA GELENEĞİNİN SOSYO-KÜLTÜREL ARKA PLANI

Aile kurumunun temel fonksiyonlarından birinin de cinsel davranışları düzenlemek olduğunu ve ailenin oluşabilmesi için de toplum tarafından meşru kabul edilen bir evlenme yöntemi ile evliliği gerçekleştirmek gerektiğini ifade etmiştik. Bu durum tarihi ve sosyolojik bir gerçek olarak bugün de geçerlidir.

Diğer toplumsal kurumlarda olduğu gibi aile ve evlenme kurumları da tarihi süreç içinde değişime uğramıştır. Bilimsel çalışmalar ilk aile düzenlemesinin “kaçırma yolu ile evlilik” yöntemi ile gerçekleştiğini (Can,1995) ve kız kaçırma yöntemi ile evlenmenin tarih boyu evrensel bir evlenme şekli olduğunu göstermektedir (Wells,1984:93). Tarihin ilk dönemlerinde bir grubun diğer grup üzerinde hakimiyet kurma biçimi daha çok kas gücüne dayalı olarak gerçekleştiğini düşünecek olursak, bir grubun diğer grup üzerindeki hakimiyetinin göstergesi olarak diğer grup içinden bir kızın kaçırılmasının da sembolik bir anlamının olduğu, gerçeği ifade açısından önemli görülmelidir. Evlenme usulleri kaçırma yolu ile evlenmeden, anlaşarak evlenmeye doğru bir değişim gösteriyorsa da bugün de kız kaçırma yolu ile evlenmelerin hala devam ettiğini söyleyebiliriz.

Türk Kültüründe kız kaçırma geleneğine gelince;Yukarıda sözünü ettiğimiz varsayım Türkler için de geçerlidir. Özellikle yerleşik hayata geçilmediği ilk dönemlerde,kız kaçırma usulü ile evlenmelerin yaygın olduğu anlaşılmaktadır. Türk kültür tarihinde grup dışından evlilik esas olduğundan kız kaçırma yolu ile evlenmenin yada kız kaçırmanın da grup dışından (Exogami) olması doğaldır. Abdülkadir İnan'ın (1987) tespitlerine göre, eski Türklerde özellikle de Yakut ve Altay Türklerinde evlenme yollarının başında kız kaçırma usulü ile evlilik “meşru İzdivaç” sayılmıştır. Yakutlarda evlenme ye karar veren delikanlı, kendi soyuna mensup gençleri toplar, büyüklerin huzurunda dini tören “kam ayini” yaparak kız kaçırma eylemine çıkılırdı. Altay Türkleri arasında bugün bile kız ve erkek tarafları aralarında anlaşmışları halde, delikanlı bir yiğitlik göstergesi olarak kendi soyundan olan yiğitlerle beraber giderek kız kaçırır. Kırgızlara ait Manas destanından da anlaşıldığına göre, çok sevimli ve makbul karşılanmasa da Kırgızlarda da kız kaçırma yolu ile evlenmenin var olduğu anlaşılmaktadır (Eroğlu.1996:76-80).

Yine Abdülkadir İnanın tespitlerine göre Başkurt, Kazak ve Altay lehçelerinde güvey ve kız aileleri arasında aracılık yapan kişiye “akıncı muharip” manasına gelen Yavçı (yuçi) denilmektedir. Anadolu Türkleri arasında bu kişiye “görücü”, ”dü-nürücü” yada elçi denilmektedir. Oğuzlarda görücüye “Yorıgçı”, Kazak ve Altay lehçelerinde Yorıgçı kelimesi akıncı, çapulcu anlamlarına gelmektedir. Başka bir ifade ile görücü gizlice kız arayan ve kaçırmaya fırsat hazırlayan kişidir (İnan,1987:344-349).

Kız kaçırma geleneği daha çok yerleşik hayata geçilmediği dönemlere ait bir gelenek gibi algılanmasına rağmen, yerleşik hayata geçildikten sonra, yeni bir boyut

kazanarak devam etmektedir. Göçebe hayatı yaşarken kız kaçırmak sureti ile evlilik, evlenmede temel bir anlayış iken yerleşik hayatla birlikte nişan, düğün usulü esas evlenme yöntemi olmuştur. Ancak kız kaçırma yöntemi ile evlenmeler şartlar oluştuğunda toplumun da zımni onayı ile hala devam etmektedir (Ozan,1999:14).

Türkiye’de kız kaçırma usulü ile evlenme köy kültürüne ait gibi görülmesine rağmen, şehirlerde özellikle de köy ile şehir arasında bir yerde olan kenar mahallelerde de görülmektedir. İstanbul’da Jandarma’nın sorumluluk alanı içindeki ilçelerde, son beş yılda 237 kız kaçırıldı. Kaçırma olaylarının yoğun olduğu ilçelerin başında Ümraniye, Pendik ve Silivri gelmektedir (Hürriyet,1999). Ayrıca Türkiye genelinde, Emniyet verilerine göre, 1997 yılında 5 bin 917, 1998 yılında 5 bin 252, 1999 yılında 4 bin 792,2000 yılında 4 bin 466 kız kaçırma olayı adli mercilere intikal etmiştir. 4 bin 466 ‘kız kaçırma olayı’nın, asayiş olayları sıralamasında ilk sıralarda yer aldığını söyleyen Emniyet yetkilileri, kentlerde daha çok kadın ve erkeğin gönüllü olarak birlikte kaçtığını, kırsal kesimlerde ise zorla kaçırma olaylarının görüldüğünü belirtiyor. Kız aileleri genellikle şikâyetçi olduğu için, 4 bin 466 olaydan kaçının gönüllü olduğu bilinmiyor. Ancak kız kaçırma olaylarını diğer asayiş olaylarından ayıran en önemli unsur, hiç faili meçhulün kalmamış olmasıdır (Radikal,2001). 1950’lı yılların verilerine göre, köylerde kız kaçırdıkları için mahkum olanların sayıları, 1952 yılında 3453 kişi, 1953 yılında 3879 kişi, 1954 yılında ise 2665 kişidir (Yasa,1962:26). Görüldüğü gibi aradan elli yıl geçmesine rağmen yuvarlama ile rakamlar birbiriyle örtüşmektedir.

Asayiş olayları arasında ilk sırayı kız kaçırma olayları almasına rağmen,hiç faili meçhul kalmamış olması, kız kaçırma olaylarının %90’nın kaçışma biçiminde tezahür etmesi, kaçan gençlerin bulunmasından ve ailelerinin haberdar edilmesinden ve kısa bir kırgınlık safhasından sonra evlendikleri yada evlendikten bir müddet sonra aileleri ile barıştıkları, emniyet güçleri ile adliyenin de özellikle 18 yaşından büyüklerde işin tatlıya bağlanması için tölaranslı davranmaları, toplumun kız kaçırma yada kaçışma usulü ile evlenmeleri zimnen kabul etmesi büyük bir toplumsal sorun olarak ortaya çıkmasını engellemektedir.

Görüldüğü gibi kız kaçırma usulü ile evlenme çağdaş ve barışçı bir evlenme yöntemi değildir. Bugün Anadolu’da, ailelerin anlaşarak yapmış oldukları evlenme törenlerindeki adetlerini dahi dikkatle izleyecek olursak; kız istemeden başlayarak, başlık parası pazarlığı, düğünde geline takılacak takıların önceden belirlenmesi, düğün merasiminin yapılaş biçiminin önceden tespit edilmesi, düğün esnasında erkek tarafından istenen toprak bastı parası, çeyiz sandığına oturma, kızın erkek kardeşinin kapı tutması, düğüncü yolu kesme, vb. adetler iki tarafın örtülü bir rekabet anlayışı içinde olduklarını göstermektedir. Ayrıca düğünlerde kullanılan silahlar ve özellikle erkek tarafının silahlarını gelini baba evinden çıkardıktan sonra ateşlemeleri rakibe karşı zafer elde etme anlamına gelmektedir. Düğün merasimi bitene kadar bu örtülü rekabet biraz da kırgınlığa varacak biçimde devam eder. Bu kırgınlığın farkında olan taraflar, artık hısım olduklarını düşünerek ve kırgınlıklarını geri-

de bıraktıklarını göstermek için düğünden sonra birbirlerini evlerine davet etmek suretiyle yeni bir dönemi başlatırlar. Kanaatimizce düğün esnasında yapılan bütün bu adetler dıştan evliliğe dayalı, kız kaçırma yöntemi ile evlenme anlayışının düğünlere yansımından başka bir anlam taşımamaktadır.

KIZ KAÇIRMA USULÜ İLE EVLENMENİN SEBEPLERİ VE SONUÇLARI

Bütün canlılar için olduğu gibi insanlar için de karşı cinslerin birbirlerine ilgisi doğaldır. Kız kaçırma ve kaçışma olaylarının ana sebebi de karşı cinslerin doğal cinsel ilgilerinin engellenmesidir. Başka bir ifade ile gençler arasına aşlamaz mahremiyet duvarlarının örülmesidir. Olaylara bu açıdan baktığımızda, kız kaçırma veya kaçışma usulü ile evlenme, bireylerin kendilerine konulan engelleri aşması ameliyesidir diyebiliriz. Ancak kız kaçırma veya kaçışma olayları sosyo-kültürel nedenlerle toplumdan topluma, zamandan zamana nitelik ve nicelik açısından farklılık gösterebilir.

Genellikle kaçan yada kaçışan gençlerin yaşları ağırlıklı olarak erkeklerde 18-20, kızlarda ise 16-19 arasındadır (Ozan,1999:114-115).

Her ne kadar bu konuda ana sebep, karşı cinslerin doğal cinsel ilgilerinin engellenmesi olsa da, olayların diğer bazı tali sebepleri de vardır. Şimdi biz bu sebepleri ve sonuçlarını genel hatları ile analiz etmeye çalışacağız.

Ekonomik sebepler;Türkiye’de genellikle evlenecek gençlerin ailelerinin her açıdan, özellikle de ekonomik açıdan denk olmasına dikkat edilirse de, bu her zaman mümkün olmayabilir. Geleneksel olarak düğün masrafları erkek tarafından karşılandığından, eğer erkek tarafı düğüne hazırlık safhasında ve düğün esnasında masrafları karşılayamayacağını anlarsa, erkek kızı ikna ederek yada zorlayarak kaçırabilir.

Bazen de kız nişanlı olduğu halde nişanlısının düğün masraflarının altından kalkamayacağını düşünerek başka bir erkekle kaçtığı da görülebilir.

Yine ekonomik bir nedenle yani kız ailesinin çok fakir olması halinde, kız itibarının sarsılmasını göze alarak, erkek tarafının kendini isteyip istememesine bakmaksızın erkeğin evine gidip evlenmek maksadı ile oturabilir (Yasa,1962:15-16).

Son yıllarda Türkiye’de yaşanan ekonomik krizin kız kaçırma olaylarında artışa sebep olduğu ifade edilmektedir. Edirne Emniyet Müdürlüğü’nden edinilen bilgiye göre, Edirne’de geçen yılın ilk 6 ayında 26 kız evden kaçarken, bu yıl rakamın 40’a ulaştığı anlaşılmaktadır (Zaman,2002).

Sosyal psikolojik sebepler; aile içi geçimsizlikler, özellikle de aile içinde üveyliğin varlığı önemli bir geçimsizlik kaynağı olduğundan, gençler aile içindeki huzursuzluktan bir an evvel kurtulup, kaçarak yada kaçışarak evlenip huzura kavuşmak istemektedirler.

Bazen de karşılıklı husumet içinde olan ailelerin çocukları birbirleri ile evlenmek isteyebilirler, ancak aileler buna rıza göstermeyecekleri için kaçarak yada kaçışarak evlenebilirler. Bu durum çoğu zaman husumeti artırıcı bir rol oynarken bazen de ailelerin barışmasına sebep olabilir.

Bazı hallerde bir kıızı birkaç delikanlı isteyebilir. Bu durum gençler arasında bir rekabet meselesi haline dönüşür ve gençlerden hangisi çabuk davranırsa, kızın isteği olup olmamasına bakmaksızın kıızı kaçırarak evlenebilir.

Bazı durumlarda ise küçük yaştan itibaren birbirlerini isteyen ve büyüdükları zaman evleneceklerini bilen gençlerin başka birisi ile evlendirilmek istenmeleri çoğu zaman kaçışma ile sonuçlanır (Yasa,1962:17-19).

Bu sebeplerin dışında, kaçma yada kaçışma usulü ile evlenmelere yörede zımnî bir destek verilmesi, bu tür olaylara adli makamların müsamaha ile yaklaşmaları, genç kızların kente gelin gitme istekleri, genç kızların ihmal edilmişlik duygusu içinde olmaları, genç kızların evde kalma korkusu içinde olmaları, genç erkeklerin evlenememe korkusuna kapılmaları ve gençlerin yiğitliklerini gösterme vesilesi olarak görmeleri de diğer tali sebeplerden sayılabilir (Ozan,1999:94-104).

Kaçma veya kaçışma yolu ile evlenmenin sonuçlarına gelince; Kandıra yöresinde yapılan bir araştırmaya göre (Ozan,1999) Kaçma-kaçırmalar %98.5 nispetinde evlenme maksadıyladır. Yapılan bir başka araştırmaya ise (Yasa.1962) zorla kaçırılarak kurulan ailelerin, %75'i ayrılma ile sonuçlanırken, sadece %25'i başarılı olabilmektedir. Buna karşılık kaçışma yolu ile kurulan ailelerde ise %95 nispetinde başarılı bir evlilik sürdürülebilmektedir. Ozan'ın (1999) araştırmasında da kaçışma yolu ile evliliklerin %95 nispetinde devam ettiği yönündedir. Bu durumdan iki sonuç çıkmaktadır; birincisi kız kendi isteği ile kaçtığı ve tekrar ailesine dönmeye yüzü olmadığı için her şeye katlanmaktadır. İkincisi ise gençler bireysel özgürlükleri ile evlendiklerinden evlilikte daha başarılı olmaktadırlar.

Kandıra'da yapılan araştırmaya göre (Ozan,1999),anlaşarak kaçma suretiyle evlenmeler normal seyrinde devam ederken, 1980'li yıllardan sonra zorla kaçırma yolu ile evlenmeler azalmıştır. Ayrıca telefon vb. teknoloji araçlarının yaygınlaşması ile araçlara daha az iş düşmektedir.

Kaçma veya kaçışma yolu ile evlenmelerin sonuçları, kaçmanın yada kaçışmanın sebeplerine, olayın gerçekleşme biçimine ve kıza yapılan davranışın şekline göre değişebilir.

Söz gelimi anlaşarak kaçmalarda ailelerin statüleri ve ekonomik düzeyleri birbirlerine eşit yada yakın ise kısa bir dargınlık döneminden sonra araya giren hatırlı kişiler vasıtası ile olay tatlıya bağlanarak mahkemeye başvurulmadan nikah kıyılabilir.

Kaçma yada kaçışmada kız önceden bir başkası ile nişanlı ise bu durumda hemen hemen uzlaşma hiç mümkün değildir. Zira ailelerin yada kişilerin itibarları iyice sarsıldığından sonucu cinayetlerle biten olaylar da olabilmektedir.

Kız kaçırma olaylarında kızın mahkemede vereceği ifade oldukça önemlidir. Kız, kaçırma olayına katıldığını ifade ederse mahkeme beraat kararı vermek suretiyle gençlerin evliliklerinin yolu açılmış olur.

Yapılan araştırmalara göre kız kaçırma olaylarında kaçan gençler bir müddet ortalarda görünmezler, etrafı dinledikten sonra, eğer ailelerinden büyük bir tepki grmezlerse araya giren hatırlı kişiler vasıtası ile iş tatlıya bağlanır yada dargınlık devam etmesine rağmen evlilik gerçekleşmiş olur. şayet aileler arasında uzlaşma sağlanamazsa bazen, özellikle kız için evlatlıktan ret etme, mirastan mahrum bırakma vb. tehditler yapılmasına rağmen uzun vadede torunların dünyaya gelmesi ile barış sağlanmış olur.

İzmit'in Kandıra ilçesinde yapılan araştırmaya göre kaçma yada kaçırma gerçekleştikten sonra kız ailelerin %11.2'i mahkemeye baş vururken, %27.6'ı olayı kabullenmektedirler, %61.2'i aracilar vasıtası ile yatıştırılmaktadır. Bu durum da kaçma veya kaçırma yolu ile evlenmenin zımnen kabul edildiğinin göstergesi olarak düşünülebilir (Ozan,1999:125).

Kaçırılan kızlara genellikle düğün yapılmaz. Ancak oğlan evinde düğünü andıran nişan düğün arası bir tören yapılır (Yasa,1962:22).

Kaçırma ve kaçma yolu ile evlenmelere her ne kadar toplum tarafından zımni bir onay verilse de, sonuç itibarı ile, kaçırılan kız, oğlan evinde çoğu zaman iyi muamele görmediği gibi, köylerde de "kız dediğin telli duvaklı gelin olur" anlayışından hareketle çeşitli vesilelerle bu durum yüz kakıncı yapılır. Köy yerlerinde kaçırma ve kaçma olayları dilden dile, kuşaktan kuşağa anlatılır durur.

KIZ KAÇIRMA USULÜ IE EVLENMEYİ MEDYANIN YANSITMA TARZI

Yukarıda ifade edildiği gibi, kız kaçırma suretiyle evlenmeyi toplum örtülü biçimde desteklemektedir. Hatta kız kaçırma olaylarında erkeğin ailesi çoğu kere oğulları ile övünürken, kız ailesi başlangıçta zlmş olsa bile bir müddet sonra yakkın çevresi tarafından yatıştırılmaktadır.

Kız kaçırma olayını medyanın yansıtma tarzına gelince; medya bir yansıtma ve aktarma aracı olduğundan, bu konuda da halkın anlayışını yansıtılmaktadır. Kız kaçırma konusu halk arasında dilden dile magazinel bir anlayışla anlatıldığı gibi, konu yazılı ve görsel medyada da aynı anlayışla işlenmektedir.TGRT televizyonunda yayınlanan Telekritik programında, Afyonun bir köyündeki kız kaçırma olaylarını yansıtın bölüm, konuyu açıklaması açısından önemli bir örnektir.

KIZ KAÇIRMA USULÜ İLE EVLENMEYE İLŞİKİN ÖRNEK OLAYLAR

Örnek Olay-1

Olumlu sonuçlanan bir zorla kız kaçırma örneği (Gümüşhane)

Gülsün, kız kardeşi, annesi ve teyzesi ile Gümüşhane'nin bir semtinde yaşamakta idi. Annesinin sıhhati daima bozuk, kız kardeşi de okula gittiğinden evin bütün işi ona kalıyordu. Su taşır, tarlaya gider, harman kaldırırdı. Ailenin her şeyi o idi. Bir erkek gibi büyümüştü. Hiçbir şeyden korkmaz, gece gündüz çalışırdı. Akraba ve komşularına yardım etmesini çok severdi. Ateş gibi kızdı.

Gülsün 16 yaşına bastığında eve dünürler gelmeye başlamıştı. Fakat annesi, “o giderse ben ne yaparım” diye dünürleri geri çeviriyor, Gülsün de henüz evlenmeyi istemiyordu. Komşular kendisine, “kız seni kaçırlar” diye takılıyorlardı. O da “beni kaçıranın alnını karışlarım” diye cevap veriyordu.

Dünürçülerin birisi çok ısrarcı idi. Muhakkak Gülsün'ü oğulları Osman'a almak istiyordu. Gülsün'ün evine yakın bir yerde oturan Osman ona aşıkı. Ne yapıp yapıp onu almalıydı. Bir yaz mevsimi onu takip etti, konuşmak istedi, fakat muvaffak olamadı. Kız hep ret ediyordu. O halde ne yapmalıydı?

Bir mevsim daha böyle geçti. Kar yağmaya başladı. Dışarıda pek iş kalmadığından gülsün evden çıkmıyordu. Bir gün annesi amcasına gitmişti. Akşam olmak üzereydi. Kapıları iyice kapattı; pencerenin önüne oturdu. Annesini beklemeye başladı. Biraz sonra kapı vuruldu. Açtığında karşısında amcasının oğlunu buldu. 7-8 yaşlarındaki çocuk Osman tarafından kandırılıp gönderilmişti. Çocuk “abla annen gelmeyecek, seni bizde bekliyor” dedi ve hemen gitti.

Gülsün çarşafını giydi, hiçbir şeyden habersiz karlı yollardan hızlı hızlı yürüyerek amcasına gidiyordu. Bu sırada ilerde birisini görür gibi oldu. Biraz yaklaşınca Osman'ı tanıdı. Şimdi ben ne yapacağım diye sağına solun bakındı, taş aradı. Kulağına birkaç ayak sesi geldi içi ferahladı. Osman koşmuş Gülsün'ü yakalamıştı, bağırarak için boşuna çırpındı. Osman'ın yüzünü gözünü yırttı, yerde taş aradı bulamadı.

Osman'ın iki arkadaşı gelmiş, kızcağızı bir ehrama sarmışlardı. Biraz ilerde bekleyen taksiye götürüp bıraktılar ve ayrıldılar. Şoför kızcağızın haline acıdı. “ben bunu bir yere götürmem, kız isteksiz” dedi. Fakat Osman kızın bayılmasından istifade ederek onu sırtına aldı ve doğru evine götürdü.

Annesine “Gülsün'ü getirdim” diye bağırarak bir oda açmasını istedi. Birkaç dakika sonra gözlerini açan gülsün karşısında Osman ile annesini buldu; başladı ağlamaya. “Ağlıyorsan annem seni evine bıraksın” dedi. Gülsün, “evet,namusumu beş para ettikten sonra mı? Ben ailemin yüzüne nasıl bakarım. Allah belanızı versin, inşallah sizin kızınız da benim gibi olur” dedi.

Bir iki gün evdekiler ona yalvardılar, ikna etmeye çalıştılar. O bu meseleyi bir türlü hazmedemiyordu, fakat cesareti de kırılmıştı. Nihayet bir sabah Osman ile evlenmeye razı oldu.

Osman'ın ailesi derhal düğün hazırlığına başladı. Bir tek evlatları için her şeyin tam olmasını istiyordu. Düğüne kızın ailesinden kimse gelmedi, annesi sıkıntısından hastalanmıştı. Mesut olamayacağını söyleyip duruyordu. Fakat akrabaları “kızın gönlü olmasaydı gitmezdi geri gelirdi.” diyorlardı ve kadının konuşmamasını istiyorlardı. Evladına dayanamayan anne bir seneyi zor geçirdi. Hele torunu olunca daha fazla dayanamayarak kızını görmeye gitti. Böylece iki aile barışmış oldu (Yasa.1962:42-43).

Örnek Olay-2

Olumsuz sonuçlanan bir kaçışma örneği (Gaziantep-İslahiye)

Ben bu zamanda ilkokulun dördüncü sınıfına devam ediyordum. Babamın teyzesinin oğlu Ahmet Hancer, köylerinde Emine isimdeki bir kızı severmiş. Ahmet dünürcü göndermiş, kızın kardeşleri Ahmet'in fakirliğini ileri sürerek dünürçüleri reddetmişler.

Kız ile Ahmet'in aşkları karşılıklı imiş. Kız bir gün dayanamayıp Ahmet'e “bu gece kaçalım” diyor. Ahmet de peki deyip tedbir alıyor. Saat dokuz sıralarında gece yolu tutuyorlar. Ev halkı bir de bakıyor kız evde yok. O zaman kızın kaçtığını anlayan kardeşleri kazamız olan İslahiye'ye gideceklerini anlayarak daha kısa bir yoldan önlerini kesiyorlar. Yolun kenarına siper alıyorlar. Bu sırada Ahmet ile Emine de yavaş yavaş geliyorlar. Köyden bir saat mesafe olan Dosunun pınarında oturup muhabbet edip sevişiyorlar. Ahmet diyor ki “artık sen benimsin ben de senin” ve kızı bozmak istiyor. Fakat Emine bu teklifi kabul etmiyor. “nikah olalım, ondan sonra sana teslim olurum” diyor. Ahmet de bu söze hak veriyor. Kız “ben üşüyorum deyince Ahmet sırtındaki ceketi Emine ye veriyor ve yola revan oluyorlar.

Köyden iki saat uzaklaştıkları sırada Hopurun Çayına geldikleri zaman, kızın kardeşleri ve akrabalarından Mustafa ile karşılaşıyorlar. Ahmet ile Emine'yi görünce, “hangisini önce vuralım” diye konuşmaya başlıyorlar. “ilk kurşunla oğlanı vuralım kız kaçamaz, kızı da sonra öldürürüz” diye karar veriyorlar. Kızın sırtında siyah ceket olduğundan oğlan zannederek ateş ediyorlar. Kız “aman anam diyerek hemen ölüyor. Olay üzerine Ahmet çevik davranarak kaçıp uzak bir ağacın başından onu gözlüyor. Kızı öldürenler sesinden kız olduğunu anlayarak yanına varıyorlar. Kızı yoldan beş metre uzağa sürüklüyorlar. O şekilde bırakıp evlerine dönüyorlar. Ahmet sabah olmadan kazaya ulaşıp jandarmaya olayı haber veriyor. Derhal tahkikat başlıyor. Ahmet'in ifadesine göre kızın kardeşi ile akrabası olan Mustafa'yı hapis ediyorlar.

Ahmet'in ifadesi, "kızı ben iki seneden beri severdim. Bu sevgimiz karşılıklı idi. Onu doğrulukla istedim, fakat fakirliğimi ileri sürerek vermediler. Neticede kız benden vazgeçmedi. Kaçalım diye bana yalvardı. Bende peki dedim. Gece vakti yola çıktık. Gidip kazada nikah olacaktık. Yolda üşüdüm dedi. Bende sırtımda ki ceketini sırtına giydirdim. Kaçtığımızı haber alan bu şahıslar önümüzü keserek ateş edip kızını vurdular. Ben de gece olduğundan istifade ederek kurtuldum." Kızın kardeşi Mustafa "bizim bir şeyden haberimiz yok, kızını kendisi öldürmüş diye ifade veriyorlar. Fakat sonunda, kızını kardeşinin vurduğuna kanaat hasıl oluyor" gençler altı sene hapse mahkum oluyorlar.

Ahmet de sonra dul bir kadın ile evleniyor. Fakat korkusundan köyde oturmayı İslahiye'ye yerleşiyor (Yasa.1962:73-74).

Örnek Olay-3

Olumsuz bir oturakalma örneği (Bolu)

Bolu'nun Seben İlçesine bağlı himmetler köyünde Kara Mehmet Lakaplı 17 yaşlarında yiğitliği ile ün salmış bir genç vardır. Abisinin hanımını onu kendi kız kardeşi Safiye ile evlendirmek istemektedir. Kara Mehmet'in ise kızla evlenmeye niyeti yoktur. Buna rağmen kızın gururunu hiçe sayarak bohçasını alıp Mehmet'lerin evine gelip oturmuştur. Çobanlık yapmakta olan Mehmet kızın evlerine geldiğini düşünce, evine dönmesi gerektiğini, onunla evlenmek istemediği haberini gönderir. Ancak kız buna aldırmaz, Mehmet'lerin evinde kalmaya devam eder. Mehmet'te kız evine dönmediği sürece davalarının yanından gelmeyeceğini söyler. Kız yaklaşık 6 ay Mehmetlerin evinde kalır, Mehmet'te altı ay eve gelmez. Altı ay sonra kız kendi evine dönmek zorunda kalır. Daha sonra her ikisi de başkaları ile evlenirler (Abay).

Örnek olay-4

Kız kaçırma olayının gerçekleşme biçimini ve medyanın yansıtma tarzını anlatan görüntülü bir örnek.

(Bu örnek olay TGRT arşivlerinden yararlanılarak, 14.12.2002 günü Sakarya Üniversitesi, Süleyman Demirel Kütüphanesi Konferans Salonunda, bildirinin sunumu esnasında gösterilmiş ve yorumlanmıştır.)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuç;

- İlk aile düzenlemesi “kaçırma yolu ile evlilik” olup, kız kaçırma yöntemi ile evlenme tarih boyu evrensel bir evlenme şekli olmakla birlikte, toplumsal bir problem olmaya da devam etmektedir. Ancak bu problem toplumun bütünlüğünü bozacak noktalara ulaşmamaktadır.

- Genel olarak bütün Türk boylarında kız kaçırma geleneği vardır. Ancak tamamen bir yağmacılık anlayışında olamayıp, toplum vicdanının onaylayabileceği ölçüde gerçekleşmektedir.

- Kız kaçırma ve kaçışma olaylarının ana sebebi karşı cinslerin doğal cinsel ilgilerinin engellenmesidir. Başka bir ifade ile gençler arasına aşılamaz mahremiyet duvarlarının örülmesidir.

- Kaçma-kaçırma olayları %98.5 nispetinde evlenme maksatlıdır. Ancak zorla kaçırılarak kurulan ailelerin, %75'i ayrılma ile sonuçlanırken, sadece %25'i başarılı olabilmektedir. Buna karşılık kaçışma yolu ile kurulan ailelerde ise %95 nispetinde başarılı bir evlilik sürdürülebilmektedir.

- Zamanın geçmesi ile kız kaçırma usulü ile evlenmelerde belirgin bir azalma olmamakla birlikte, bireyin ön plana çıkmasına bağlı olarak zorla kaçırılmaları yerini anlaşarak kaçmalara bırakmaktadır.

- Kaçırma ve kaçma yolu ile evlenmelere her ne kadar toplum tarafından zımni bir onay verilse de, sonuç itibarı ile, kaçırılan kız, oğlan evinde çoğu zaman iyi muamele görmediği gibi, köylerde de “kız dediğin telli duvaklı gelin olur” anlayışından hareketle çeşitli vesilelerle bu durum yüz kakıncı yapılmaktadır.

Öneriler;

- Toplumlar için ailenin önemi yadsınamaz. Bu durum Türk toplumu için de geçerlidir. Evlilik kurumu aile kurumunun meşruiyetinin sebebi olduğuna göre bu kurum daha baştan insan haysiyeti ile bağdaşmayan kaçırma yöntemi ile oluşturulmamalıdır.

- Kız kaçırma usulü ile evlenmenin sosyal bir problem olmaktan çıkması için, temel sebep olarak nitelendirdiğimiz ve toplumsal yapının ürettiği gençlerin önündeki mahremiyet duvarının ortadan kalkması ile mümkündür. Ancak bu duvarı toplum, kendi dinamikleri ile zamanla ortadan kaldıracak ve yine kendi dinamikleri ile yeni bir yapı oluşturacaktır. Zira toplumsal yapılar bir takım zorlamalar ile değişmez, değiştirilemez. Ancak alınacak bazı ekonomik ve sosyal politikalarla zaman içinde kendiliğinden değişebileceğini düşünebiliriz. Bu cümleden hareketle örneğin ekonomik nedenlerden ötürü kız kaçırmanın kısmen de olsa önlenmesi için normal yollardan evlenmeleri teşvik maksadı ile karşılıksız yada faizsiz evlilik kredileri

verilebileceği gibi, vergiden düşmek kaydı ile ticari firmalar ve vakıflar da teşvik edilebilir. Sosyal psikolojik nedenlerin ortadan kaldırılabilmesi için ise kız kaçırma olayına şu yada bu şekilde muhatap olan şahısları rencide etmeden uzun vadeli bilgilendirme ve telkin programları uygulanabilir. Bu konuda, aynı zamanda bir yaygın eğitim aracı olan görsel, işitsel ve yazılı medya araçlarından yararlanılabilir.

KAYNAKÇA

ARSLANTÜRK Z., AMMAN T., Sosyoloji, İfav Yayınları, İstanbul, 1999.

BALAMAN, Ali Rıza, “Türkiye’de Geleneksel Yaşamda Kadının Toplumsal Yeri”, Humana, T.C. Kültür Bakanlığı Yayını, Ankara, 1994.

BALAMAN, Ali Rıza, Evlilik-Akrabalık Türleri, Karınca Matbaacılık, İzmir, 1982.

GÖKÇE, Birsen, Türkiye’nin Toplumsal Yapısı ve Toplumsal Kurumlar, Savaş Yayınları, Ankara, 1996.

ATALAY, Beşir, Köy Gençliği Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma, Atatürk Üniversitesi Basımevi, Erzurum, 1979.

YASA, İbrahim, Türkiye’de Kız Kaçırma Gelenekleri ve Bununla İlgili Bazı İdari Meseleler, Ajans Türk Matbaası, Ankara, 1962.

İNAN, Abdülkadir, Makaleler ve İncelemeler, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 1987.

EROĞLU, Cemal, Türk Sosyo-Kültürel Yapı İçinde Manas Destanı, Basılmamış YLS Tezi, SAÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adapazarı, 1996.

ÖKALP; Enver, Sosyolojiye Giriş, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1994.

KAFESOĞLU, İbrahim, Türk Milli Kültürü, Boğaziçi Yayınları, İstanbul, 1994.

HÜRRİYET GAZETESİ, 24.Aralık.1999.

HÜRRİYET GAZETESİ, 18.Ağustos.2001.

RADİKAL GAZETESİ, 4.Mart.2001.

TEZCAN, Mahmut, Kültürel Antropoloji, Kültür Bakanlığı Yayını, Ankara, 1997.

ZAMAN GAZETESİ, 15.07.2002.

OZAN, Ubeydullah, Kız Kaçırma Geleneğinin Sosyo-Kültürel Temelleri, Basılmamış YLS Tezi, SAÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adapazarı, 1999.

HALK KÜLTÜRÜNÜN ULUSLARARASI TANITIMINDA MEDYANIN ROLÜ

Doç. Dr. Erman ARTUN

Medya çok büyük topluluklara, bu toplulukların bireyleri arasında fark gözetmeksizin hitap eden iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları gerçekte basını, radyoyu, televizyonu, sinemayı ve bir takım yeni iletişim teknolojilerinin ürünlerini kapsar.

İletişim eskiden yalnız haberleşme kesimiyle sınırlıyken şimdi işletmelere, kültüre hatta aileye kadar her alana girmiştir. Günümüzde iletişim denilince çok dala karmaşık bir ağ akla gelmektedir. İletişimin çeşitleri karşı karşıya getirdiği insan sayısına göre belirlenmiştir. Noktadan noktaya iletişim telefon, noktadan kitleye iletişim radyo, televizyon, yazılı iletişim ise gazete, dergi vd.dir. İletişim sistemleri her geçen gün artınca bütün iletişim sistemlerini içine alan kitle iletişim araçları anlamına gelen “medya” terimi türetilmiştir.

Medya günümüzde toplumsal yaşamla bütünleşmiştir. Medya kamuoyunu dileği gibi yönlendirebilecek güçtedir. Bir sektör haline gelmiş olan medya elindeki büyük gücün farkına varan yatırımcıların ilgi odağı olmasının ötesinde, büyük yatırımların yapıldığı bir sektör haline gelmiştir. Çok geniş kitlelere yazılı, görsel-ışitsel ortam ve araçlarla ulaşır olması kamuoyu üzerindeki etkisini de o denli arttırmıştır.

İnsanların boş zamanları, çalışma sürelerinin azalması, izinlerin artması, insan ömrünün uzaması nedeniyle sürekli olarak artmıştır. İşten artan zamanın büyük bölümü hoş zaman geçirecek uğraşlarla doldurulmaktadır. Pek çok ülkede boş zamanı değerlendirme araçları arasında ilk sırayı kitle iletişim araçları ve özellikle televizyon almıştır. Günümüzde insanların işte geçirdikleri zamandan daha çok zamanlarını radyo dinleyerek, televizyon izleyerek geçirdikleri söylenebilir. Kitle iletişim araçları bir etkileme aracı olarak algılanmış, yönetimler bunların içeriğini denetleme kaygısı duymuşlardır (Meadel,1994:502).

Gündelik yaşamın artan ritmi ve okumaya ayrılan zamanın daralması, okuru, taleplerini daha kolay ve ucuz elde edebileceği, her an elinin altında bulunan görsel-ışitsel iletişim araçlarına yönelmektedir.

Kitle iletişim araçları arasında etkisi en çok tartışılan televizyondur. Kimilerine göre televizyon insanların dünyasını bir örnekleştiren, onları sahip oldukları değer yargılarından uzaklaştırıp ahlak dışılığa, şiddete, tüketime, tek boyutlu düşünmeye

iten araçtır. Kimilerine göre de insanlar dünyada olup bitenlerden haberdar olur, izlerken eğlenir, eğlenirken öğrenir. Teknolojinin diğer alanlarında kaydedilen gelişmelerle yer ve zaman kavramları anlamını yitirmiş, gündelik hayatın kazandığı ivme insanı değiştirmiş, değer yargıları alt üst olmuştur (Akman,1994:454).

Günümüzde sosyologlar, psikologlar, televizyonun toplumun belli başlı kültürel değerlerinde yozlaşmaya, insanın özellikle de çocukların mantıksal ve akılcı yetilerinde bozulmaya yol açabileceğinden kaygılanıyorlar. Ama televizyon her şeyden önce bir hayal makinesidir. Günlük bir boş zaman doldurma aracı olarak izleyicileri kendine bağımlı hale getirmektedir. Televizyon programları arasında artan rekabet eğlence programlarının ortaya çıkmasına ve zaten az olan kültür ve haber içerikli programların azalmasına neden olmaktadır.

İletişim-Halkbilimi İlişkisi

İletişim bilimiyle halkbilimi arasındaki ilişki halkbilimciler tarafından henüz soruşturulmamıştır. Bu iki disiplin arasındaki bağlantıyı belirleme ve tartışmalar sürmektedir. Halkbilimiyle iletişim bilimi arasında vazgeçilmez bir ilişki bulunmaktadır. Bu bağlantının ortaya konulabilmesi için yazılı, görsel-işitsel ortam, araç ve alanlarının toplamının ifadesi olan medyanın halkbilim öğeleri açısından taranması ve tahlil edilmesi gerekmektedir (Özdemir, 2001:87).

Halk kültürü ürünlerinin hayatın bütününde yer alan ulusal kültür öğeleri olarak her an karşımıza çıkmaktadır. 20. yüzyılda saniyeleşme sonucunda ürünlerin pazarlanabilmesi için reklam olgusu bütün dünyada insanların hayatına girmiştir. İnsanları pazarlanan ürünleri almaya ikna etmek için hedef kitlenin değerleri ve kabulleri daima öncelikle tespit edilmekte ve reklam kampanyası buna göre düzenlenmektedir (Günay,1996:3-12).

William Baskom, halkbilimin dört işlevini şöylece sıralar: 1. Hoşça zaman geçirme ve eğlenme sağlar. 2. Toplumdaki değerlere, kabullere, kurumlara ve törelere destek verir. 3. Kültürü gelecek kuşaklara taşıması yönüyle eğitici dir. 4. Baskılardan kurtulma mekanizmasıdır (Baskom: 1963, akt. Günay, 1985:3).

Medyada kullanılan halk kültürü içerikli program ve reklamların, halk kültürü ürünlerini gelecek kuşaklara taşıma ve aktarma, değerlere, kabullere, kurumlara ve törelere destek verme ve eğlendirme işlevleri vardır. Halk kültürü birikimi her milletin bilincinde ve bilinçaltında yaşar. Kültür öğeleriyle örülü reklamlar tüketiciyi etkiler ve ürünün gerekliliğine inandırır.

Türkiye’de reklamlar halk ilişkileri yönünden incelenmemiştir. Ürünü pazarlamada genellikle hedef kitle olarak orta sınıf seçilmektedir. Orta sınıf söz konusu olduğunda halk kültürü ürünleri değer ve kabulleri de büyük ölçüde reklam kam-

panyalarında kullanılmaktadır (Günay,1985:89-94; Başgöz, 1996:1-4).

Reklam, sanayileşmenin beraberinde getirdiği seri üretim teknolojilerinin ürünlerini pazarlamada kolaylık sağlaması bakımından önemli bir araç olarak görülmüş 19. yüzyılın sonlarından itibaren sektör olma yolunda gelişimini sürdürmüştür. Reklamlar için başlangıçta matbaa teknolojisinden yararlanılmış, daha sonra radyoda televizyonda ve internette kullanım alanı bulunarak geniş kitleler üzerinde etkili olma olanağı bulmuştur (Boyraz, 2001:94).

Reklam sektörü de hedef kitlenin kültür kodlarına kültürel ve zihinsel alt yapısına göre reklamlar hazırlamaya başlamıştır. Reklam sektörü bellekte kolaylıkla tutulabilen, slogan olabilen, halk kültürünün kalıp söyleyişlerine yönelmişlerdir. Sunulan ürünle hedef kitle kültürü özdeşleştirilerek ürünle kitle birleştirilmiştir. Reklam sektöründe bilmeceler, maniler, tekerlemeler vd. halk kültürü ürünleri halkın eğilimleri dikkate alınarak sunulmaktadır.

Halk kültürü ürünlerine reklamlarda metin olarak veya ürünün öyküsünde yer verilerek hedef kitlenin beğenisi etkilenerek, mal pazarlamasında kullanılmaktadır. Burada yaşanan ortak kültürün kolektif bilinçaltına seslenilmektedir. Bu halk kültürünün doğasında vardır. Halk kültürünün işlevleri kimi zaman otomatik olarak devreye girer.

Bilişim-Küreselleşme Olgusu

Bilişim düşüncesinin yaygınlaşması ve bilgisayar kullanımının artması beraberinde mentalite (zihniyet) değişimini de getirmektedir. Bilgi teknolojilerindeki hızlı değişime ayak uydurmak gerektiği düşüncesi değişimin bir kültür olgusu olarak bilişim bilincinin merkezine yerleşmiştir. Bilgi teknolojileri yenileşme, demode olma kavramlarının içselleştirilmesinde bugün büyük bir pay almıştır.

19. yüzyılda bilimsel bir kimliğe bürünmeğe başlayan halkbilim çalışmaları başladığında yerelin genelleşmesi düşüncesi egemen oldu. Günümüzde gerek ulusal, gerekse küresel kültürde tersine bir hareketlenme ile bütün dünyayı saran küreselleşme olgusuyla genelin yerelleşmesi yani dünya kültüründe ortak paydada birleşme süreci yaşanmaya başladı. Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçen toplumuz, bu gün artık bilgi ve iletişim toplumuna geçiş aşamasındadır. Sanayi ve tarımın gelişmesi, ulaşım ve teknolojinin getirdiği yenilikler, iletişim halk kültürünü etkilemektedir.

Sanayileşme, iletişim toplumları etkilemiş, hızlı kültürel değişim ve gelişime neden olmuş, yaşama biçiminin değişmesinin yanı sıra, bir kültür şokuyla karşı karşıya bırakmıştır. Dünya küreselleşme sürecine girmiştir. Küreselleşmeyle, farklı kültürlerden insanları bir araya getirecek ortak bir paydada doğru gidiş başlamıştır. Bu da halk kültürleri için tehlike çanlarının çalınmasıdır. Küreselleşme olgusu kültürel değişim ve gelişime bağlı olarak halk kültürünün doğal akışını hızlandırıp

aşındırmağa başlamıştır.

Dünyanın her toplumundaki bireyler kendi özgün kültürlerinde bulamadıkları ve göremediklerini dünya kültüründe bulmakta ve kendilerini bu kültürle özdeşleştirmektedir. Küreselleşme, en küçük bir kültürel farklılığı bile vurgulayarak, elektronik medya aracılığı ile bunu tüm dünya kamuoyunun dikkatine sunarak, kültürel farklılıkların korunması ilkesi anlayışını yaygınlaştırmaktadır. Küreselleşmenin kültürel ayağının ikinci sonucu, özellikle tüketici davranışını etkileyerek, dünya çapında kültürel bir örnekliğin önünü açmış olmasıdır (Kongar,1997:3).

Bilgi ve bilişim kavramlarının topluma mal olmaya başlaması, toplumun düşünüş dinamiklerini de doğal olarak etkilemektedir. Bugün isteyen herkes düşüncelerini sanal ortamda açıklayabilmekte, tartışma grupları oluşturabilmektedir. Dünyanın bir ucundan diğerine anında görüntülü, yazılı, sesli haberleşme sağlanabilmektedir. Kısacası bilişim ve bilgisayar teknolojileri geliştikçe kültürel değişim hızlanmakta, bu değişimi yöneten düşünce biçimleri kendini bu ortamda oluşturmaktadır. Web teknolojileri ile toplumun ne düşündüğü anında ölçülebilmekte, yani toplumun nabızı tutulabilmektedir.

Medya- Halk Kültürü İlişkisi

Halk kültürü, bir bölgedeki kültür ürünlerinin tümüdür. Toplumun sosyo-ekonomik dinamiklerini ortaya çıkartmakta, milletin kültür birliğini sağlamaktadır. Temel özelliklerinden biri de yerelliktir. Gelenekler ilişkiler gibi, yerel özellikler taşıyan günlük yaşam zamanla çeşitli etkenlere bağlı olarak genel, yaşam içinde görülür. Bireysel yaşantının toplumsallaşmış örnekleri olan halk kültürü ürünleri çeşitli düzeylerde iletişim sağlama işlevini de yerine getirir. Milletleri diğer kültürlerden ayıran kültürel özelliklerin esası halk kültürüdür.

Tarihsel süreçte, her kültürde olduğu gibi Türk kültürünü belirleyen değer, norm, sosyal kontrol öğeleri ve formlar değişikliğe uğramıştır. Kültür, statik değildir. Zemindeki değerler aynı kalmak şartıyla değişen ve gelişen ilişkiler ağıdır. Kültür her toplumsal olgu ve değer gibi dinamik karakterle değişerek yenilenir.

Milli kültür bütün yöre kültürlerinin matematiksel toplamıdır. Milli kültür denince yerellikten çıkmış, onu aşarak yurt bütünlüğünde, bütün bir millet tarafından benimsenmiş ortak değerleri, yaşama biçimlerini ve bunlara bağlı unsurları anlıyoruz.

Kültür politikaları, günümüzün ve geleceğin kültür yapısının belirlenmesinde, kültürel mirasın korunması ve tanıtılmasında etkin bir rol oynar. Kültür politikalarının ilkeleri bilimsel çalışmalarla akılcı ve gerçekçi olarak saptanır. Toplumun gerçeklerine maddi ve manevi değerlere uygun esaslara dayandırılır. Toplumun kültürel mirası sonucu oluşan yaşama biçimi inanç ve değerleri günlük kültür politikalarıyla yeniden yapılanamaz. Eğitim ve kültür politikaları millidir. Kültür politikaları evrensellikten kopmadan kültürel değişim ve gelişimle sağlıklı, ilkeli politikalar-

la sürer (Artun, 2000:75).

Medya - maddi manevi halk kültürü değerlerinin kaçınılmaz ilişkisini irdelediğimizde bu olgunun üç boyutu olduğu görülmektedir. 1. Medyanın olumsuz etkisi 2. Medyanın olumlu etkisi 3. Medyadan yararlanma.

Medyanın Halk Kültürü Üzerindeki Olumsuz Etkisi

Medya, genel anlamda kültür, özel anlamda geleneksel kültür değişmelerinde etkindir. Medya içinde bulunduğu kültürden etkilenir. Bu etkileniş yerleşik kültürel çerçeveden yeni bir kültürel çerçeveye geçiştir. Medya geleneksel kültür öğelerini kendi formatıyla sunarak değişikliğe uğratar. Diğer bir anlatımla içinde bulunduğu kültürden farklı bir kültür oluşturur.

Medyanın iletişim boyutuna baktığımızda dünyadaki değişimi yeniyi aktarırken yabancı kültürü de taşır. Bütün kitlelere iletişim sağladığı için bir örnek kültür olur. Yabancı kültürü aktarırken geleneksel kültürün çözülme sürecini hızlandırır. Medya geleneksel kültürü dilediği gibi değiştirerek, şekillendirerek adeta yeniden yaratarak kullanır. Geniş kitleleri etkilediği için iyi kullanılmadığı zaman geleneksel kültüre zarar verir.

Medyanın Halk Kültürü Üzerindeki Olumlu Etkisi

Geleneksel kültür öğelerini geniş kitlelere taşıyarak kültürün yayılmasına kökleşmesine hizmet eder. Maddi ve manevi halk kültürü değerlerini taşıyarak yabancı kültürlerle karşı geleneksel kültür etrafında halkı birleştirerek içte, ülke bütünlüğünün sağlanmasına dışta ülkenin dünyada tanıtılmasına hizmet eder.

Medya doğru kullanıldığında yararlıdır. Medya geleneksel kültürüne sahip çıkmalıdır. Bu nedenle ülkenin kültür politikalarına zarar vermemesi için duyarlı olmalıdır. Yasakçı anlayışla ekran zaptiyeliği ile kültür yozlaşması önlenemez. Kültür konularında danışman görüşlerine bağlı kalınması bu konuda duyarlı olunması yanlışları en aza indirecektir.

Medyadaki kültür programlarında konunun uzmanlarının oluru alınmalıdır. Çeşitli konulardaki paket programlarla, yazılı kaynaklarla medya desteklenmelidir. Ulusal kimliğin korunmasında, gelecek kuşaklara taşınmasında, ülke bütünlüğünün sağlanmasında, ülkemizin tanıtılmasında, önemli roller üstlenebilecek medyanın, devletin kültür, eğitim politikaları doğrultusunda yayın yapması sağlanmalıdır.

Kültür Varlıklarının Taşınmasında Uluslar Arası Ortamda Tanıtılmasında Bilişim (bilgi-iletişim) Çağında Küreselleşen Dünyada Medyadan Yararlanma

Halk kültürü sözlü, yazılı kültür ortamlarının yanı sıra elektronik kültür ortamlarında yayılır hale gelmiştir. Gelenek sosyo- kültürel yapı içinde ancak yeni işlevler kazanarak var olan işlevlerini koruyarak yaşayabilir. Kültürün tarihsel süreç ve biçimlenmesinde kültürel her varlık ulusal mirastır. Bu da beraberinde seçici olmamız gerekliliğini gündeme getirir. Her eskiyi koruma çabası yeniyi almayı engeller

(Oğuz, 2001:5)

Türkiye’de kültürel değişim gereği yaşama biçiminin değişmesi pek çok eski gelenek ve göreneklere de değişime uğratılmaktadır. Yakın bir gelecekte farklı yörelerimizde otantik geleneksel nitelikleriyle üretilmekte olan halk kültürü ürünlerini, bunlara bağlı inanç, davranış ve değer yargılarının değişmesiyle bulamayacağız. Bugün geç kalmış sayılmayız. Toplumumuz her ne kadar hızlı bir kültürel değişimle karşı karşıya kalsa da eski ile yeni iç içe yaşamaktadır. Anadolu kültürünün otantik örneklerinin uzmanlar tarafından belirlenip halk kültürü müzelerinde saklanıp gelecek kuşaklara aktarılması zaman kaybetmeden hayata geçirilmesi gereken bir borçtur.

Sonuç:

Bu hızlı değişim ve gelişim beraberinde ne yapmalıyız sorusunu da getirmektedir. Milli kültürün biçimlenmesinde, halk kültürünün önemi büyüktür. Türk halk kültürünü ülkeye ve dünyaya tanıtmaya çalışmaları kültür politikaları doğrultusunda yapılmalıdır. Kültür politikaları, günümüz ve geleceğin kültür yapısının belirlenmesinde kültürel mirasın korunması ve tanıtılmasında etkin rol oynar. Kültür politikaları belirlenirken millilik çağdaşlık, demokratiklik, evrensellik ilkelerinden taviz verilemez.

Yıllardır göz ardı edilen ulusal kültür ve değerler çerçevesinde kaynağını halk kültüründen alan ürünlere medyada eğitim programlarında yer verilmelidir. Halk kültürü ürünleri küreselleşmeyle birlikte hızla değişmeye, hatta yok olmağa başlamıştır. Halk kültürü mirası olan bu ürünlerin medyadaki eğitim programlarında yer alarak gelecek kuşaklara aktarılması zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra eğitim programları içinde nasıl ve hangi yöntemlerle verilmesi gerektiği sorularına yanıt aramak gerekmektedir.

Halk kültürü ürünleri ve Anadolu kültürünün otantik örneklerinin uzmanlar tarafından belirlenip gelecek kuşaklara aktarılması ve zengin halk kültürü değerlerimizin medya aracılığıyla belirlenmiş kültür politikaları doğrultusunda uluslararası alanda tanıtılması zaman kaybetmeden hayata geçirilmesi gereken bir borçtur.

Küreselleşmenin ve medyanın olumsuz etkilerinden yakınmak yerine maddi ve manevi halk kültürü değerlerinin, ülke bütünlüğü ve uluslar arası ortamda tanıtılması açısından konunun uzmanlarınca belirlenmiş kültür politikaları üretilmelidir. Günümüzde kültür varlıklarının taşınmasında bilgi çağı çerçevesinde medya önem kazanmıştır. Sempozyum sonuçlarının ilgili kuruluşlara iletilmesi ve hayata geçirilmesi için konunun takipçisi olmak gerekmektedir.

Sonuç olarak halk kültürü medya aracılığıyla gelecek kuşaklara aktarılmalıdır. Medyaya halk kültürü ürünlerinden yararlanma yolları anlatılmalıdır. Halk kültürü ürünleri bilgi çağını ve medyayı kullanarak, e-posta ve WEB siteleri yoluyla ta-

nıtım yollarını aramalıdır.

Kaynakça:

Akman, Haşim,1994, “Televizyon” Thema Larause, Milliyet Yay.,İst.

Artun (Erman),2000, “Halk Kültürü ve Folklorun Türk Kültüründeki Yerine Kültürel Değişim ve Gelişim Açısından Bakış” Adana Halk Kültürü Araştırmaları 1, Adana, Epsilon Ofset

Baskom, William, 1963 ”Four Funtion of Folklore” akt.: Günay.1985:3), The Journal Of American Folklore S.67

Başgöz, İlhan, 1996, “ Protesto: Folklorun Beşinci İşlevi (Fonksiyonu), Prof. Dr. Umay Günay Armağanı, Ankara

Boyras, Şeref, 2001, “Halk Kültürü Unsurlarının Televizyon Reklamlarında Kullanılması”, Milli Folklor, S.49. Feryal Mat., Ankara

Günay, Umay , 1985, ”Folklor Mahsullerinin Tabiatı” Beşinci Milletlerarası Türkoloji Kongresi. Tebliğler C. II, İstanbul

Günay, Umay, 1996, “Folklor, Reklam ve Tarhana”, Milli Folklor, S.31-32, Feryal Matbaacılık , Ankara

Kongar (Emre) 1997, Küreselleşme ve Kültürel Farklılıklar Çerçevesinde Ulusal Kültür, Kaynak: www.kongar.org/makaleler/mak_ku.phb.

Meadel,Cecile,1994,“İletişim Araçları”, Thema Larause, Milliyet Yay., İstanbul

Oğuz, Öcal,2001”Küreselleşme ve Ulusal Kalıt Kavramları Arasında Türk Halk Bilimi” Milli Folklor, Feryal Mat., Ankara

Özdemir,Nebi, 2001, “Halkbilimi>Kültürbilimi ve Medya”, Milli Folklor, S.49, Feryal Matbaacılık, Ankara

HALK KÜLTÜRÜ ÜRÜNLERİNİN MEDYADAKİ ÜRETİM ve TÜKETİM SORUNLARI

Öğr. Gör. Dr. Cengiz AYDIN*

Öğr. Gör. Füsun AŞKAR ÖZDİNÇER*

Öğr. Gör. E. Cenk AYDIN*

Günümüzde toplumu değişik yönlerden etkileyen yazılı ve görsel iletişim araçları (medya), değişken dokusuyla teknoloji çağının önderi olmuştur. Gelişen teknoloji ve insanoğluna kazandırdığı yeni alışkanlıklarla beraber ekonomik büyümenin paralelinde tüketimin hızlanması, insan ihtiyaçlarında da sürekli bir artışa neden olmaktadır. “İnsanların değişen ihtiyaçları arasında bilgilenmeye duyulan ihtiyaç, giderek ön plana çıkmaktadır. Bilgilenmeye duyulan ihtiyaç da, bilgi aktarımı (alışverişi) yoluyla giderilebilir. Kısaca ileti alışverişi olarak tanımlanabilen iletişimin temel fonksiyonu insanlar arasında bilginin, haberin, düşüncenin aktarımını sağlamaktır. İletişimin sağlanabilmesi için iletinin aktarımını, yayımını ve dağıtımını gerçekleştirebilecek iletişim tekniklerinin ve araçlarının kullanılması gerekmektedir.”¹ Kamuoyu ile enformasyon arasındaki köprü olan kitle iletişim araçları, aynı zamanda toplum üzerinde yeni bir düşünce oluşturabilme yada varolan düşüncüyü değiştirebilme yetisine sahiptir. Medya, toplumsal gelişmeyi hızlandırma veya yavaşlatma yanında toplumun kültürel düzeyini artırma veya azaltma gibi roller de üstlenmektedir.

Kitle iletişim araçlarının yönlendirici işlevi vardır; sosyo-kültürel çeşitlilikte veya değişimde rolü olup olmadığı tartışılmamalıdır. “...Bireylerin üretici becerilerle, bilimle, sanatla beslenebilmesinin de, toplumsal dayanışma gereksiniminin karşılanabilmesinin de kitle iletişim araçlarıyla olanaklı olabileceği...”² bilinmektedir. Kişisel ya da kümesel dinler/okur/izler kitlelerin medyaya yönelik davranış biçimlerine bürünmeleri veya tüketimden sonra gelen tepkisel tavırları (dünya atletizm şampiyonu olan Süreyya Ayhan’dan sonra atletizme ilginin artması, Türk futbolunun başarısından sonra ailelerin çocuklarını futbola yönlendirmeleri, Sultans of the dance’in medyaya yansımalarından sonra bu tür gösterim-

* Ege Üniversitesi D.T.M. Konservatuvarı T.H.O. Bölümü

¹ Işık Özkan, **Radio ve Televizyon İşletmeciliği**, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları No:5, İzmir 1994, s. 3.

² Ali Murat Vural, “Medyanın Kültürel Kalkınmayı Sağlama ve Eğitim İşlevi” **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı: 10, İstanbul Üniversitesi Basımevi, İstanbul 2000, s. 106.

lerin artması ve bu gruba başvuru sayılarında patlama görülmesi vb.) yaşanan açık örneklerdir.

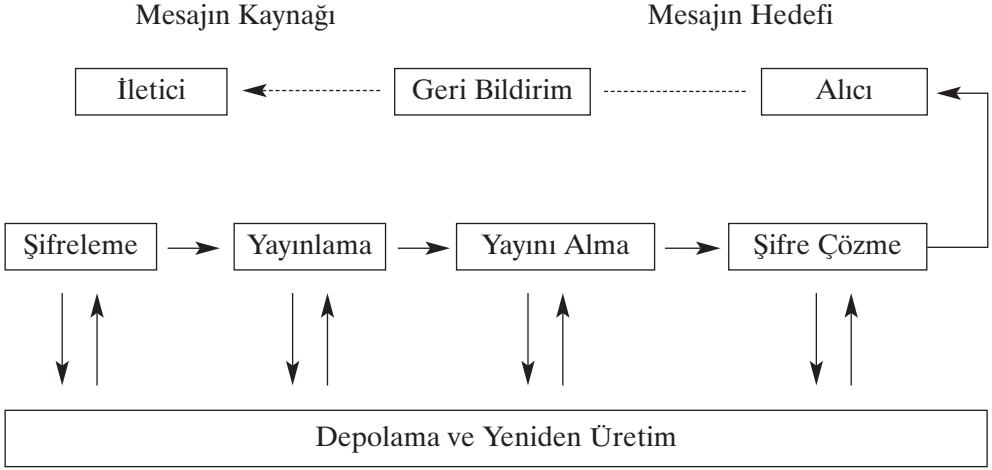
İletişim araçlarıyla toplumlar paralel bir gelişme süreci içerisindeyler. Ülkelere ekonomik, kültürel ve sosyal açıdan gelişimleri, iletişim araçlarından soyutlanmaz. Bu nedenle kitle iletişim araçlarının, haber ulaştırmanın dışında da görevleri vardır. Bunlardan en önemlisi kültürün topluma yayılması fonksiyonudur. Medya kuruluşlarının üretim konularını, insanların bilgilenme ve öğrenme ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik, kültürün ve haberin üretimi ve yayınlanması ana başlığı altında inceleyebiliriz. Hemen hemen her ülkede kurumuş olan medyanın örgütlenmesinde ise o toplumun kendi ekonomik, siyasal ve toplumsal profilinin etkili olduğu görülür. Bunlara devletlerin iletişim sektörüyle ilgili düzenlemiş oldukları yasal sistemleri de eklemek gerekir.

İletişim, tıpkı güvenlik, sağlık, eğitim, ulaşım gibi faaliyetleri düzenleyen devlet tarafından sınırları yasal olarak çizilen, hak ve sorumlulukları tanımlanmış bir disiplindir. Burada esas olan iletişimin ticari bir faaliyet olmasının yanı sıra, bir kamu hizmeti olarak da tanımlanmasıdır. Tüm işletme niteliğindeki iletişim kuruluşları, iletişim sektörünü oluştururlar. Ayrıca “çağdaş toplumda artık işletmenin yalnızca teknik ve ekonomik değil, toplumsal bir kurum niteliğine de sahip olduğu kabul edilmektedir. Teknik ve ekonomik anlayış biçimine göre, işletme belli bir kazanç karşılığında mal ve hizmet üreten bir kurumdur. İşletmeyi toplumsal bir kurum sayan anlayış biçimine göre ise, işletme toplumun sosyal, ekonomik ve politik gereksinimlerine cevap vermek ve toplumsal sorunlarını çözmesine yardım etmek gibi çok geniş bir işlev ve görev yükümlülüğü altındadır.”³

Kitle iletişim araçları düzenli yayınlar yaparlar. Belirli bir yayın politikası, kurum imajının oluşması için gereklidir. Bu yayın politikasının düzenlenmesinde en önemli unsurlardan biri de zaman yönetimidir. Hedef kitlenin günlük alışkanlıkları (Türk ailesinin genel yaşama alışkanlıkları, sosyo-kültürel tüketim biçimleri ve kimliği, ortalama eve dönüş, yemek yeme, uyku saati vb.), yayın karakterini ve düzenini yakından etkiler. Yayın kuruluşları tüm bu unsurların birleşmesiyle bir yayın içeriği üretirler. Bu içerik, iletişim sürecindeki *mesaj*dir.

³ Işık Özkan, **a.g.e.**, s.10.

İLETİŞİM SÜRECİ

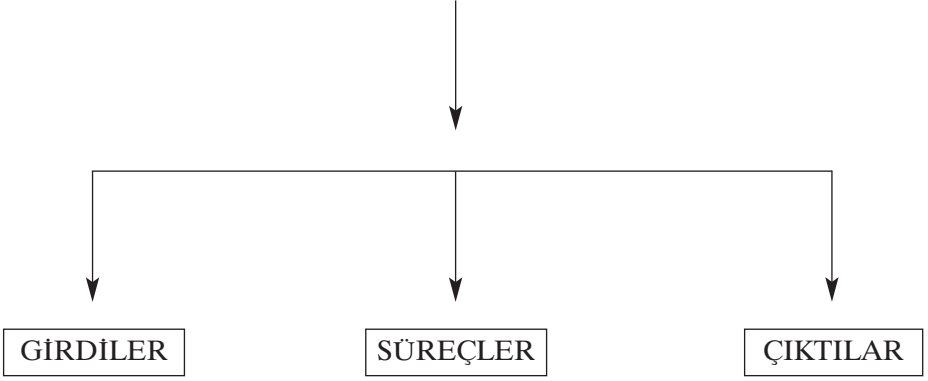


Kaynak: Işık Özkan, **Radyo ve Televizyon İşletmeciliği**, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları No:5, İzmir 1994, s. 81.

Zamanla bu *mesaja* yönelik olarak bir talep yaratırlar. Bu şekilde ivme kazanan iletişim sürecinde *mesaja* yönelik oluşan talep, geri besleme (feedback) olarak değerlendirilebilir. Bu bakış açısıyla medya, hedef kitlesini söz konusu hedef kitlenin değiştirilebilirliği ve kontrol edilebilirliği oranında yeniden şekillendirebilme yeteneğine sahiptir. Bir başka deyişle bir toplumun gelenek, görenek, sosyal sistem ve profili, ekonomik göstergeleri, eğitim ve bilgi düzeyi gibi özellikleri, medya-toplum ilişkisi açısından en belirleyici unsurlardır.

Medya yaşamak ve süreklilik için bilançosunu artıda tutmak zorundadır. Yayın politikasını toplumun sosyo-kültürel profili üzerine inşa ederken kullanılan ölçü sistemi ise, izlenme oranı (reyting) dir. Rekabet tamamen reyting ölçümleri ile hesaplanır ve genelde esas ölçütler kâr ve izlenme oranıdır.

KİTLE İLETİŞİM SİSTEMLERİ



Bilgi

İnsan

Finans

Sermaye

Endüstriyel kaynaklar

Kamu hizmetleri

Şifre çözme

Şifreleme

Yayınlama

Yayını alma

Depolama

Yeniden iletim

Bilgilendirmek

Etkilemek

Kâr etmek

Kaynak: Işık Özkan, **Radio ve Televizyon İşletmeciliği**, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları No:5, İzmir 1994, s. 87.

Bu bağlamda medya, pratikleri ve bu pratikler sonucunda oluşan çıktılar arasındaki süreçte kendi kurallarını oluşturma yeteneğini, insanlığın ve uygarlığın faydasına yönelik biçimlendirmeye zorunludur. Bilgilendirme, etkileme ve kâr etme ölçülerini sosyal etik sınırlarında tutmalı, işlevlerini tam ve sorunsuz bir biçimde yerine getirip getiremediğini yasaların yanı sıra kendi içinde oluşturacağı otokontrol sistemleriyle denetleyip pozitif yönde şekillendirmelidir.

Reyting, bir bakıma toplumun yayın içeriğine yönelik talebidir. Bu talep, toplumun medyayı tanımlama biçimiyle doğrudan ilgilidir. Medya, toplumda yerine getirdiği işlevlerin sıralanmasıyla tanımlanabileceğinden, reyting alan programların genel içeriği (yapısı), toplumun medyadan ne anladığını ve bir bakıma ne beklediğini gösterir.

Gelişmenin, okumanın, öğrenmenin ve keşfetmenin farkına varmış toplumlar, medyalarından da bu kavramlarla uyumlu faaliyetler bekleyecekler ve etik gereği

bunları işlev edineceklerdir. Bunun doğal sonucu olarak uygarlıkta ileri gidebildikleri ölçüde kaliteli, öğretici, objektif ve güvenilir bilgilendirme yanında, ekonomik kaygılarla kirlenmeyen, kültürel içerikli programların gereksiz bulunmadığı, düzeyli yayın politikalarını geliştireceklerdir.

Tam tersi düşünüldüğünde ise, ekonomik kaygılarla boğuşan, birlik beraberliği zedelenmiş, kültürel mirasını tanımaya çalışan, gelişme, eğitim ve üretimden olanakları kadar veya birçoğu gibi O'na verildiği kadarıyla yetinmek zorunda kalmış insanların oluşturduğu bir toplumdan söz etmeliyiz. Tıpkı bireylere öğretildiği gibi kısa yoldan zengin olmak, üretmeden karşılıksız tüketmek, zamanını entelektüel seviyesi yüksek olmayan eğlenceler veya meşguliyetlerle geçirmek, bulması ve tüketmesi kolay popüler kültürle yetinmek, insanlar için normal olacaktır. Hatta popüler kültürün sosyal statüleri belirleyebilecek veya sanatçı olmayanları sanatçı ilan edebilecek kadar yetkin ve belirleyici olmasından kimse rahatsız olmayacaktır. Doğal olarak böyle bir durumda medya etiğinin otokontrol yoluyla pek denetleyici olmayacağı sonucuna varılabilir. Devlet ve hukuk sistemi de yıpranmış ve bozulmuş ise, kitle iletişim sistemleri, çıktılarını kâr etmek yönünde arttırabilmek için otokontrolden ve hukuk kurallarının denetiminden uzak yollara sapacaklardır. Etikeme yöntemlerini kendi stratejilerine göre biçimleyerek bilgilendirme ve kültürel hizmet amaçlarından uzaklaşmaları yönünde hiçbir engel kalmayacaktır. Böylece ekonomik kaygılarla kirlenmiş, kültürel içerikli programların gereksiz bulunabileceği, kalitesiz yayın politikaları gelişebilecek ve özellikle maliyet düşürmeye yönelik çabalar sonucu tekrarlarla tek düzeleşmiş, topluma gelişme yerine elindekiyle yetinmeden başka şans tanımayan sosyo-ekonomik şartlara medyanın düzeysiz ve kalitesiz yayın politikaları da eklenebilecektir.

Özellikle kültürel açıdan ülkemizde durumun bu tarifi çok uzağında olmadığını üzümlere gözlemlemekteyiz.

Medya kuruluşlarının sağlıklı yönetim planları ve stratejileri oluşturabilmeleri ancak bu tip kuruluşların amaçlarının doğru tespit edilmesinden sonra mümkün olabilir. Tüm işletmeler için geçerli olan *genel amaçlar*, medya kuruluşları için de geçerlidir. Bu amaçların öncelik sıraları her medya kuruluşunun kurumsal yapısı ve yönetim stratejisine göre farklılık gösterebilmekle beraber alanla ilgili uzmanlar bu konuyu üç ana başlıkta toplamışlardır:

- a.** Topluma hizmet etmek,
- b.** Kâr elde etmek,
- c.** İşletmenin yaşamını sürekli kılmak.

Sermaye sahipleri doğal olarak, yapılan faaliyet sonucunda elde edecekleri kâr ile yakından ilgilenirler. Kâr kısaca girdilerle çıktılar arasındaki olumlu fark olarak tanımlanabilir. Yatırımcının faaliyetin yapısı ve devamlılığı ile ilgili vereceği her türlü kararda kâr ölçütünün kayda değer bir etkisi söz konusudur.

Özel şirket durumunda olan medya kuruluşları için kâr genelde birincil amaçtır. Mümkün olan en çok izleyiciye ulaşarak izlenme oranını ve dolayısıyla reklam gelirlerini yükseltmeye çalışan bu tip kuruluşlar bu faaliyetten en fazla kârı elde etmeyi amaçlarlar.

Bir devlet kuruluşu olan Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun (TRT) ise, devletten aldığı maddi destek nedeniyle kâr etme amacı, topluma hizmet etme amacından sonra gelir. Birincil kaygısı kâr etmek olmamasına rağmen, kurumun reklam ve prodüksiyonunu gerçekleştirdiği yapımların satışından elde ettiği girdileri de vardır.

Burada topluma hizmet etmek amacını açacak olursak, toplumsal sorumluluktan bahsetmek gerekir.

Toplumsal sorumluluk kavramı, anlam bakımından değişiklikler gösterebilir. Bu değişiklikler farklı toplumlar, işletmeler ve bireylerle ilgilidir. Bir iş ve faaliyet sahibi kurumlar ve çalışanları, ilişkide buldukları herkese karşı bir takım yükümlülüklerle sahiptir. Her meslek grubunun kendi sektörüne özgü yükümlülük ve ilkeleri, meslekî etik değerler sistemi veya meslekî ahlak yasası şeklinde düzenlenmiştir. Ülkemizde bu görevi Basın Ahlak Yasası üstlenmiştir. Aynı zamanda bu tür düzenlemeler basın itibarını ve özgürlüğünü de güven altında tutar. "Ülkemizde özellikle iletişim sektöründe toplumsal sorumluluk bilincinin yerleşmesinin gerekliliği de tartışılmazdır. Çünkü içinde bulunduğumuz toplumsal, siyasal ve ekonomik koşullar altında, ister kamu ister özel olsun, iletişim sektörünü oluşturan işletmeler yalnızca teknik ve ekonomik bir sistem olarak düşünülmemelidir. İşletmeler, artık toplumsal, kültürel, ekonomik ve siyasal fonksiyonları olan varlıklardır."⁴

Yukarıda uzunca üzerinde durduğumuz kâr etmek ve topluma hizmet etmek gibi iki amacın birleşmesinin doğal sonucu olarak ortaya çıkan işletmenin sürekliliği kavramı, amaçlanan en yüksek (optimum) kârın ancak uzun vadeli bir planlamayla, bu planlamanın işlevselliğinin de topluma bilinçli ve düzeyli hizmet vermekle mümkün olabileceği şeklinde tanımlanabilir.⁵

Toplumun medyadan beklentileri ise, medya politikalarına bir başka bakış açısı oluşturacaktır. Bireysel veya toplumsal sorunlarının çözülmesi veya çözüm

⁴ Işık Özkan, **Radyo ve Televizyon İşletmeciliği**, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları No:5, İzmir 1994, ss. 27-28.

⁵ Bunların dışında var oldukları ortama maksimum uyum gösterme (toplumsal, ekonomik, hukuki, doğal ve politik şartlar), yenilik yaratma, yönetici ve personel yetiştirme ve verimli çalışma medya kuruluşlarının özel amaçları olarak sayılabilir.

önerileri, bireylerin kendilerini geliştirebilecekleri ve yeni bilgiler öğrenebilecekleri programlar, eğlenmek, dinlenmek, bilgilenmek ve edinilen bilgi veya haberin yorumlanması, kısaca toplumun medyadan beklentileri olarak sayılabilecek ana başlıklardır.

Medya kuruluşları, genel ve özel amaçlarını gerçekleştirebilmek için, daha çok sayıda insana ulaşmayı hedeflerken, oluşturacakları iletişim sürecinin kalitesinin yüksek ve aynı anda kapsama alanının geniş olması gerektiğini bilirler. Kapsama alanını genişletebilmek için toplumdaki en yaygın ortak tecrübe alanlarından biri olan popüler kültür, medya açısından sınırları ve olanakları çok geniş bir hazinedir. Tüketim toplumlarındaki bireyler kolay elde ettikleri ve kolay tükettikleri ürünleri tercih ederler. Bu, kültürel ürünler ve tüketim süreçleri için de aynen geçerlidir. Popüler kültür ürünleri, folklorik kültür ve üst kültürün yarattığı ürünlerden daha kolay pazarlanma, yayınlanma ve tüketim özellikleri açısından farklılıklar gösterir.

Folk Kültürü

1. Biçimi basittir.
2. Her türlü duyu yada gelenek aracılığıyla doğrudan aktarılabilen ya da iletilebilen yapıdadır.
3. Anonimdir.
4. İçinden çıktığı grubun değer yargılarını içerir ve iletir.
5. Ürün tüketiciye dönüktür.
6. Genellikle herkes için parasızdır.

Popüler Kültür

1. Biçim olarak orta karmaşıklıktadır.
2. Aktarımı yada iletimi, ortam ve teknoloji olarak dolaylıdır.
3. Bilinen bir kaynağı yada yaratıcısı (üreticisi) vardır.
4. Kültürel değerleri ve gelenekleri, yeni formüller biçiminde yansıtır.
5. Ürün tüketiciye dönüktür.
6. Oldukça ucuza fakat parayla elde edilir.

Üst Kültür

1. Karmaşık bir biçimi ve beğenilmesinin estetik ölçütleri vardır.
2. Tüketicileri yüksek eğitilmiş kişilerdir, bu yüzden iletilebilirlik aracı yapının kendisidir.
3. Bilinen ve ünlü bir yaratıcısı vardır.
4. İlk değerlendirilmesi yine yüksek beğeni sahibi gruplar yada eleştirmen topluluğunca yapılır. Ekoller ve küçük topluluklar oluşur.
5. Ürün (yapıt) yaratıcısının yaratım süreciyle oluşturduğu bir düşünsel ve sanatsal çabayla ortaya çıkmıştır. Ancak bu çabayı göstereceklere dönüktür.
6. Ürün pahalı ve değerlidir.”⁶

Medyayla ilgili bilgilerin ışığında halk kültürünün alt konularından ihtisas alanımızı oluşturan halk oyunlarının görsel ve yazılı basın içindeki yerine bakacak olursak; halk kültürü ürünlerinin medyada Avrupa ülkelerine göre ülkemizde daha az yer aldığını görüyoruz. Ayrıca ülkemizde ulusal ve uluslararası organizasyonlar gün geçtikçe sayısal olarak azımsanamayacak duruma gelmesine rağmen, bu oranda medyaya yansımamaktadır. Halk kültürü ürünleri, basında kapladığı yer açısından incelendiğinde, birkaç gazete, TV haberi ve fotoğraftan daha fazla olmadığı, popüler kültür ürünleri ile karşılaştırıldığında ise çok daha az yer aldığı görülmektedir.

Ege Üniversitesi Devlet Türk Müziği Konservatuvarı olarak bugüne kadar bireysel veya kurumsal bazda katıldığımız yurt dışı festival ve yarışmalarda, o ülkelerin medyasında bize ve diğer ülke ekiplerine büyük bir ilgi gösterildiğini, yerel basın başta olmak üzere ulusal gazetelerde ve çeşitli televizyonlarda yer aldığını ve kültürel içerikli röportajlar yapılması sonucunda; konuların gerçek bir anlam bütünlüğü içerisinde okuyucu ve dinleyici kitlelere ulaştırıldığını gördük.

Ülkemizde ise halk kültürü ile ilgili kişi ve kurumların tüm çabalarına rağmen yine de medyamızda yeterli yer verilmediği ise bir gerçektir. Bununla ilgili görüşümüzü pekiştireceğine inandığımız, Yüksek lisans tezi olarak yapılmış bir çalışmadan örnekler vermek istiyoruz.

⁶ Ahmet Oktay, **Türkiye’de Popüler Kültür**, 2. Baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul 1994, s. 21.

GAZETELERİN KÜLTÜR SANAT HABERİ TÜRLERİ DAĞILIMI

Tablo 1.

	Hürriyet	Cumhuriyet	Zaman
MÜZİK	36	105	33
SİNEMA	22	70	35
PLASTİK SANATLAR	12	64	14
GENEL KÜLTÜR SANAT ETKİNLİKLERİ	14	44	32
EDEBİYAT	19	38	32
TİYATRO	10	27	17
ARKEOLOJİ	7	11	9
MİMARİ	1	-	-
TOPLAM	121	359	172

GAZETELERİN KÜLTÜR SANAT HABERİ ORAN ve ORTALAMALARI

Tablo 2.

	Hürriyet	Cumhuriyet	Zaman
TOPLAM HABER SAYISI	83	94	88
ORTALAMA KÜLTÜR SANAT HABERİ SAYISI	3	10	5
KÜLTÜR SANAT HABERİNİN SAYI ORANI	%4	%10	%5
KÜLTÜR SANAT HABERİNİN ALAN ORANI	%1	%8	%3
KÜLTÜR SANAT HABERİ ORTALAMA BAŞLIK PUNTOSU	29	25	39

Kaynak: Özgehan Özkan, **1980 Sonrası Türk Basınında İhtisaslaşma ve Kültür Sanat Muhabirliği**, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, İzmir 2002, s.329-330.

Basından özellikle seçilen, kültüre ve sanata verdikleri önemle bilinen iki fikir gazetesi ile daha magazinel içerikli kabul edebileceğimiz bir gazetenin, kültür ve sanat haberlerine ayırdıkları payı karşılaştırmalı olarak görüyoruz. Bu araştırma, söz konusu üç yayının aynı zaman dilimi içerisinde *Kaydırmalı Takip Sistemi* yöntemi kullanılarak yapılmıştır.

Örneklere bakıldığında ise, şu ana kadar savunduğumuz fikirlerin ve yaptığımız tespitlerin doğruluğu açıktır.

Çarpıcı bulduğumuz ve bizzat tecrübe ettiğimiz bir diğer örnek de bir kültürel etkinliğin ülkemizde ve Fransa’da medyaya yansımalarıyla ilgili olacaktır. Örnek, 2001 yılında Ege Üniversitesi Devlet Türk Müziği Konservatuarı Türk Halk Oyunları Bölümü’nün Fransa’nın Dijon kentinde yapılan halk oyunları yarışmasında aldığı Dünya Birinciliği haberlerinin, Fransa basınından edinebildiğimiz kadarıyla ülkemizdeki durumun karşılaştırılmasıdır.

Dünya üçüncüsü olan ulusal futbol takımımıza, Avrupa ikincisi olup dünya birinciliğine katılan ulusal basketbol takımımıza, Avrupa birincisi olan Süreyya Ayhan'a medyada verilen yer, ne yazık ki dünya birincilikleri alan halk oyunları topluluklarımıza verilmemektedir.

1990'da Zakopane'de ve 2001'de Dijon'da dünya birincisi olan Ege Üniversitesi Devlet Türk Müziği Konservatuarı Türk Halk Oyunları topluluğunun kazandığı bu birincilik, ülkemiz medyasında yine sayısı birkaçı geçmeyen fotoğraf ve altın da birkaç satırlık haberle geçiştirildi. Alanla ilgililerin bile duymadığı bu birincilikler kolay alınmamış önemli başarılarından sadece ikisidir.

Sonuçta Türk toplum yaşantısının her kesitinde görülen “batılı normlara yönelme arzusu”nun, -medya bakımından- aynı ölçüde diğer ülkelerin kültürümüze karşı gösterdikleri hassasiyetle eşdeğer olmadığı görüşündeyiz. Bunlara bağlı olarak Türk medyasının tutarlı parametrelerinin (ölçütlerinin) bulunmadığı, medya etiğine ters düşecek ölçüde reytinge dayalı ve bilanço (getiri) amaçlı tutumlar sergilediği, kültürel zenginliklerimizin -medyatik organizasyonlarda ve medya mensuplarının zihinsel kurgularında- hak etmediği konumda olduğu düşüncesini taşımaktayız. *“Türk medyasının; kendi içinde yoğun çatışmalar, ilkesizlikler, tutarsızlıklar yaşadığı ve sosyal sorumluluğu unutmuş görüldüğü bir dönemde, tiraj yada rating uğruna neredeyse her yöntemi mübah olarak görmüşken ve toplumsal iletişim kurumu olmak yerine toplumsal pazarlama kurumu olmayı tercih etmişken, eğitici misyonunu ne derece yerine getirebildiği ya da getirebileceği tartışılabilir.”*⁷ Ulaştığımız bu sonucu bir medya mensubu, yorumsuz olarak aktaracağımız kendi sözleriyle de şöyle desteklemektedir:

*“Ben bir defa kazanmak istiyorum” diyordu bir gazete editörü; ve devam ediyordu: “Benim, Babıâli'nin bugüne kadar gördüğüm genel yayın yönetmenleri dışında bir yapım var. Kendimi gazeteyi yapmakla görevli bir yayın yönetmeni olarak değil, patronuma para kazandırmakla görevli bir şirket yöneticisi gibi görüyorum.”*⁸

⁷ Ali Murat Vural, **a.g.m.**, s. 111.

⁸ Hüseyin Köse, “1980'li Yıllardan Günümüze Gazeteci Etiği, Basın-Tüketim Olgusu ve Türk Yazılı Basınının Değişen Doğası Üstüne Genel Bir Yaklaşım” **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı: 10, İstanbul Üniversitesi Basımevi, İstanbul 2000, s. 227.

KAYNAKÇA

KÖSE, Hüseyin; “1980’li Yıllardan Günümüze Gazeteci Etiği, Basın-Tüketim Olgusu ve Türk Yazılı Basınının Değişen Doğası Üstüne Genel Bir Yaklaşım” **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı: 10, İstanbul Üniversitesi Basımevi, İstanbul 2000.

OKTAY, Ahmet; **Türkiye’de Popüler Kültür**, 2. Baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul 1994.

ÖZKAN, Işık; **Radyo ve Televizyon İşletmeciliği**, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları No:5, İzmir 1994.

ÖZKAN, Özgehan; **1980 Sonrası Türk Basınında İhtisaslaşma ve Kültür Sanat Muhabirliği**, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, İzmir 2002.

VURAL, Ali Murat; “Medyanın Kültürel Kalkınmayı Sağlama ve Eğitim İşlevi” **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı: 10, İstanbul Üniversitesi Basımevi, İstanbul 2000.

EL ÖRGÜSÜ ÇORAPLARDA KULLANILAN MOTİF DESEN ZENGİNLİĞİNİN İLGİLİ KURUM KURULUŞ VE HALKA YAYGINLAŞTIRILMASINDA MEDYANIN YÜKLENECEĞİ ROLLER

Yrd. Doç. Dr. H. Feriha AKPINARLI*

El örgüsü çoraplar Anadolu'nun hemen hemen her yöresinde örgü teknikleriyle yapılan el sanatları ürünlerimizdir. Örucülük sanatının çok çeşitli olmasının yanı sıra tarihçesi de çok eskilere dayanmaktadır. Çeşitli kaynaklar incelendiğinde; örücülük sanatının nerede, ne zaman başladığı kesin olarak bilinmemekle beraber Pazırık 2.kurganında konç kısmı koç boynuzlu çorap örneklerine rastlanmıştır.

El örgüsü çoraplarda Türk halkının sanat zevkini, renk anlayışının desen ve süsleme özelliklerini, özgürlünü görmek mümkündür. Sosyal bir nitelik taşıyan el örgüsü çoraplar küçükten büyüğe bütün bireyler tarafından Karadeniz ve İç Anadolu'nun bazı yörelerinde erkekler tarafından da örülmektedir. Çoraplarda araç olarak beş şiş gereç olarak ise yün, tiftik, pamuk ve sentetik iplikler kullanılmaktadır.

Çoraplarda kullanılan iplik türleri yörelerin iklim şartlarına göre değişiklik göstermekte ve bölgelere göre; Kuzey ve Batı Anadolu'da pamuk, Orta Anadolu'da tiftik, Güney Anadolu'da ise yün kullanılmaktadır (Özbel, 1981; Akpınarlı,1995).

Anadolu'da el örgüsü çoraplarda geleneksel olarak üretilirken çeşitli elyaflar yıkama, tarama, eğirme, bükme işlemlerinden geçirilerek yapılan iplikler veya fabrikasyon iplikler kullanılmaktadır.

El örgüsü çoraplarda örgü tekniği olarak; desenli, renkli desenli, ajurlu ve düz örgüler yörelere göre farklılık göstermekte bir çorapta bir veya daha çok örgü tekniği birlikte örülmektedir (desenli örgü-düz örgü; desenli örgü-ajur örgü, renkli desenli örgü- desenli örgü v.b.). Geleneksel çoraplarımızda süsleme unsurları da yöresel farklılıklar gösterir. Tiğ oyası, püskül, çeşitli boncuklar, pul, ayna, renkli kumaş parçaları süslemede kullanılmakta, gelin ve damat çorapları her yörede en süslü çoraplar olarak görülmektedir.

El örgüsü çoraplarda en önemli ve belirgin özellik motiflerdir. Motifler ören bireylerin duygu, düşünce, sevinç, keder, gördüğü, yaşadığı ve doğada meydana ge-

*G. Ü. Mesleki Eğitim Fakültesi El Sanatları Eğitimi Bölümü Öğretim Üyesi

len olayları anlatmakta ve kişinin, yörenin, toplumun tüm özelliklerini yansıtmaktadır. Böylece motifler insan ruhunun yapısını etkileyen iç etmenlerdir (Şekil 3).

Genellikle bir milletin, bölgenin aynı dönemlerdeki süsleme sanatlarındaki motifler birbirine paralel özellikler taşırlar. Motiflerin gösterdiği özellik o bölgenin ya da milletin tarih boyunca süsleme sanatlarının karakterini, düzeyini ve anlayışını izlemeye yardımcı olmaktadır. Toplumların gelenek, görenek ve inançlarının ifadesi olan motifler (semboller) yazının bulunmasından önce kişiler arasında iletişimin kurulmasında, mesajların kuşaklar arasında iletilmesinde, tarih boyunca söz ve hareketin kalıcılık kazanmasında önemli ve etkin rol oynamıştır. Bilim, teknik ve teknolojinin gelişme sürecinin başladığı dönemlerden, günümüze kadar motifler iletişim özelliği açısından görsel olarak medya görevini yapmıştır. İlk insanların iletişim aracı olarak kullandıkları simgesel birer nesne görevi üstlenmiştir.

Anadolu'da geleneksel yapıda özellikler ve törelerden dolayı bireylerin duygu ve düşüncelerini anlatamadığı evdeki genç kız ve gelinlerin büyüklerle konuşamadıkları dönemlerde motifler yine iletişimi üstlenmişlerdir. Yeşil renkli çorap motifleri gelinin mutluluğunu, sarı renkli motifler mutsuzluğunu belirterek ördüğü çoraptaki renklerle ve motiflerle, çeşitli duygularını anlatmaktadırlar.

Geleneksel el örgüsü çoraplarımızda motifler çorabı giyenin yöresini, (köy, oba, v.b.) medeni durumunu (evli, bekar, nişanlı, sözlü v.b.) mesleğini (muhtar, ağa, aza, v.b.) belirtmektedir. Ayrıca çoraplarımızdaki motifler özel hediye, sevgi özelliği de taşır. Nişanlısı veya sevdalısı askere giden genç kızın ördüğü çorapta tarak, ayak, göz, sığır sidliği, asker yolu, yar yare küstü, bıçkı, bedel v.b. motiflerin işlendiği görülmektedir (Şekil 1).

Ayrıca görsel iletişim aracı olarak yöre ve çevredeki iyi, kötü yaşanmış olaylar (depresyon, sel, hastalık v.b.) ve mitolojik konularda çorap motiflerinde yer almaktadır (Yörede otel açmasıyla otel odası motifi; sağlık ocağı açılmasıyla doktor, doktor düğmesi, hastahane yolu isimli motifler). Ünlü sanatçılar ve devlet büyüklerinden, politik olaylardan esinlenerek yapılan motifler ve isimleri, nazardan ve hastalıklardan korunmak için üçgen, baklava, zikzak, daire şekilleri, "göz" kavramını "5" sayısını "eli" yansıtan motifler (Şekil 2) çoraplarımızda konu olarak işlenmiştir.

El örgüsü çoraplardaki çok zengin kültürün halkbilimle uğraşan kurum ve kuruluşlar tarafından incelenmesi bu güzelliklerin yeni kuşaklar tarafından öğrenilmesi, gelecek kuşaklara aktarılması, diğer kültürlerle ortak özelliklerinin ortaya konulmasında yazılı, görsel işitsel medyanın üstlendiği rol çok önemlidir.

Haberleşme iki öge arasında oluşur. Bir yanda bir kişi, öteki yanda kişiler, kurum veya kurumlar olabileceği gibi iletişim, kurumlar yada kişiler arasında da olabilir. Böylece iletişimde bir mesajı yollayan, çıkarıcı ögeye kaynak, ulaşacağı öge ise hedeftir. Bu iki öge arasında mesajı ileten araçların olması gerekir. Bazen araçsızda iletişim kurulabilir. Halkla kurulan iletişimde hedefin yönü alıcının cevabı bütün sürecin nedenini oluşturur (Kazancı, 1980). İletişimde geri cevap almak

önemli bir konudur. İletişimde hedef olan kişi veya kitlelerin ilgisini çeken mesajlar çok önemlidir. Halka gönderilen mesajlar kitle iletişim araçlarıyla olduğundan çok geniş bir gruba, anında açıklayıcı, yönlendirici mesajlar verilmektedir. Yazılı araçlar olan gazeteler, dergiler, broşürler, bültenler, kitaplar, yıllıklar, afişler, pankartlar v.b. yayım araçları; radyo, televizyon, filmidir. Festivaller, yarışmalar, çeşitli toplantılar, sergiler, geziler v.b. halka ulaşmada kullanılmaktadır. Bu araçlar olmadan halka ulaşmak, gelecek nesillere miraslar bırakmak oldukça güçtür. İletişim araçlarıyla el örgüsü çorapların tanıtımı, öğretilmesi, kültürün aktarılması konusunda yükleneceği bazı roller şöyledir:

1. Kamu ve özel müzelerimizde ve halkımızın çeyiz sandıklarında bulunan eşsiz güzellikte sözsüz görsel iletişim aracı olan çoraplarımız, yayım ve yazılı araçların kullanılması ile geniş halk kitesine kültürel, sosyal özelliklerini tanıtmak,

2. Üniversitelerimizde yapılan çalışmaların halka yansıtılması için çeşitli medya unsurlarının devreye konulması

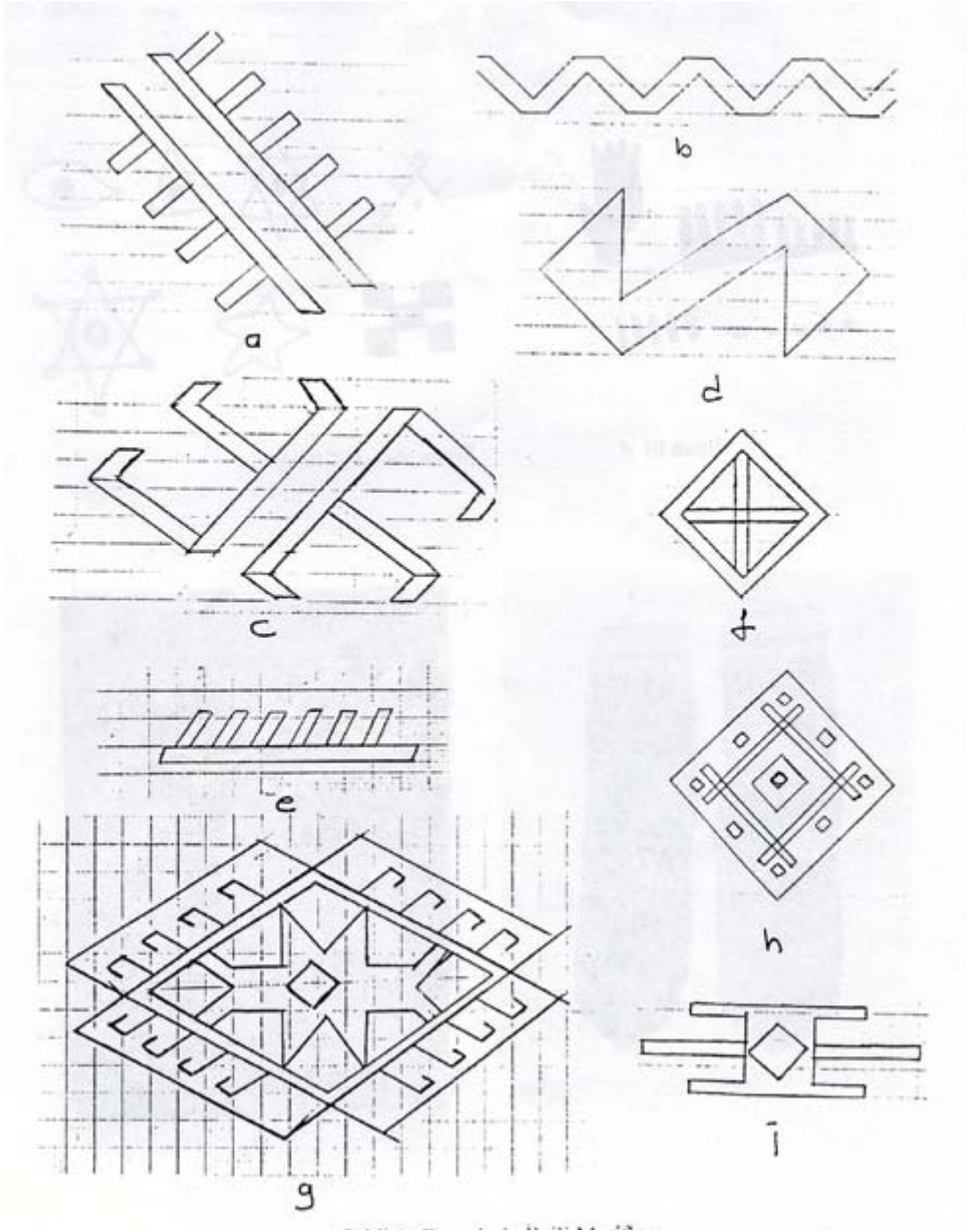
3. El sanatlarıyla uğraşan kamu ve özel kurumların hazırlayacağı çeşitli çalışmaların kongre, sempozyum, konferans v.b. çalışmaların medya aracılığıyla büyük halk kitlelerine ulaştırılması.

4. Yörelerimizde eşsiz güzellikte yapılan, belirli dönemin kültürünü, sosyal ve ekonomik özelliklerini yansıtan el örgüsü çoraplarımızın diğer kültürlerle tanıtılmasında görsel, işitsel medyanın kullanılması.

5. Özellikle kırsal kesimdeki halkı sosyal, ekonomik yönden güçlendirmek ve günlük iş ve boş zamanlarını değerlendirmek olarak niteledikleri el örgüsü çoraplardaki verdikleri mesajın kültürümüz ve diğer kültürler açısından önemini yansıtan kaynakların, programların hazırlanması.

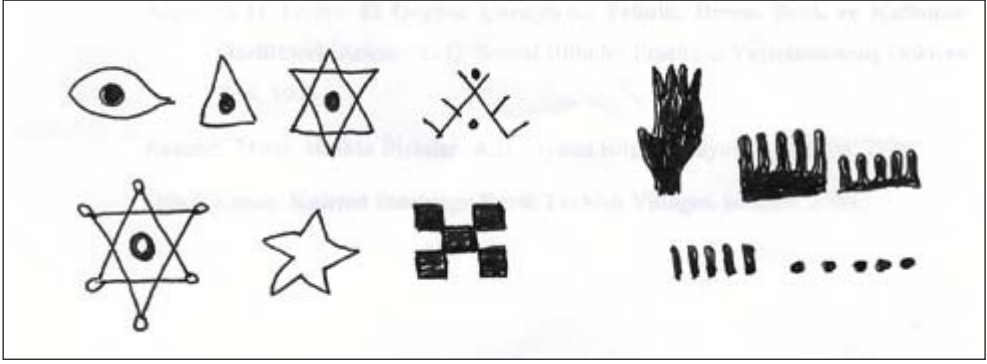
6. Kültürümüzün bir parçası olan çoraplarımızdaki motifler ve diğer el sanatlarındaki motiflerin çeşitli devirlerdeki sözsüz, görsel iletişim aracı görevlerinin konu uzmanları tarafından incelenerek halka gelecek kuşaklara ve diğer kültürlerle tanıtıcı görsel, işitsel kaynakların hazırlanması sadece Türkçe değil, İngilizce, Rusça, Almanca, Fransızca dillerinde yayınlanması.

Sonuç olarak; kırsal alanda okuma-yazma bilmeyen veya eğitim düzeyi çok düşük olan bireylerimiz tarafından üretilen el örgüsü çoraplarımız üzerlerindeki motiflerle bir çağı, bölgeyi, ülkeyi anlatan sembollerle iletişim araçlarının ve hızlı iletişim ağlarının olmadığı dönemlerde çok önemli görevler üstlenmişlerdir. Dönemlerini, kültürlerini yansıtan görsel medya unsuru olan el örgüsü çoraplarımızın bu açıdan tanıtılması için günümüz halk bilimcilerine, bilim adamlarına ve medya ile ilgili kurum kuruluşların üstleneceği görevler çok sayıdadır. Dileğimiz etkili araçlarla, uzman kişiler tarafından hazırlanan programlar ve kaynakların yeni görsel işitsel yayın organlarının halkımıza yeterli düzeyde ulaşması karşılıklı iletişimin sağlanmasıdır.



Şekil 1. Çoraplarla İlgili Motifler

- a. Bıçkı b. Sığır sidiği c. Yar yare küstü d. Çakmak, bedel e. Cıynak
f. Kirmen g. Yıldız h. Ayna i. Tarak



Şekil 2. a. Göz motifi

b. El motifi



Şekil 3. Geleneksel Çoraplarımızdan Örnek

KAYNAKÇA

- Akpınarlı H. Feriha. **El Örgüsü Çorapların Teknik, Desen, Renk ve Kullanım Özellikleri**. Ankara: G.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, 1995
- Kazancı, Metin. **Halkla İlişkiler**. A.Ü. Siyasal Bilgiler Yayınları, Ankara:1980
- Özbel, Kenan. **Knitted Stockings From Turkish Villages**. İstanbul:1981

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI (MEDYA) HALK KÜLTÜRÜ İLİŞKİLERİ

Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Giriş: İngilizce “mass media” sözcüklerinden dilimize “medya” olarak giren, yazılı ve görsel yayın araçları anlamına gelen **Kitle İletişim Araçları** ile **Halk Kültürü** arasındaki varolan ilişki, bizce oldukça anlamlı bir ilişkidir.

a. Kitle iletişim araçları deyince aklımıza, radyo, televizyon (anteni, kablolu), gazete, dergi, kitap ve çağımızın yeni teknolojisi elektronik posta “e-mail”, disket, disk ve benzerleri gelir. Bu taşıyıcılarla kitlelere, ham yada bilimsel bilgi ve haberler iletilir. Bireysel düzeyde insan, toplumsal düzeyde insan toplulukları hatta toplumlar (kitleler), bu vesileyle, giderek küçülen dünyamızda neler olup bittiğini (kimi zaman anında) öğrenirler. Bu araçlar, devlet kurumları ve devletten bağımsız özerk kurumlar olarak kamusal hizmetler üretirler.

b. Halk kültürü, halkın gereksinmelerine bir yanıt olarak, insan-doğa (doğa olaylarını algılama), insan toplum (eğitim) ve toplumda kalıplaşmış düzenli ilişkiler (törenler, törenler) kümeleri içinde, insanoglunun yapıp ettiği özgün ürünler bütünü, bir anlamda her şeydir (Balaman, 1983:IX,X). Bilimsel yaklaşımla bu ürünler, dip tarihin (prehistorya'nın) yaşlandırabildiği tarihlerden günümüze ulaşan süreç içerisinde üretilmekte, bir canlı gibi kendini yineleyip yenileyerek gelişmekte (halk oyunları örneğinde olduğu gibi); kimi durumlarda da anılarda yada açık hava ve kapalı mekanlarda etnografya müzelerinde sergilenerek (dibekte çeltik döverek pirinci kabuğundan kurtarmak gibi) yaşatılmaya çalışılmaktadır. Halk kültürüne konu olan ürünler, belirleyici düzeydeki ekonomik uğraşlar için olanlardan (ekin ekme, barınak yapma) bunları tüketim ve kullanım amaçlı uygulamalardan, doğum-evlilik-ölüm aşamalarında yapılan törenlere değin geniş bir yelpaze içinde var olurlar. Bu nedenledir ki, bu etkinliklerin bütününe, yaşam için ve de yaşam içerisinde yer aldıklarından, kısa ve özet olarak “yaşam biçimi” (yaşam tarzı) denir; bu yaşam biçimi nedeni, nasılı da **kültür** kavramıyla betimlenir, açıklanır ve tanımlanır. Bir adım daha ileriye gidersek, bu kavram anlayışıyla, bireysel düzeyde bireylerin, topluluk ve toplumsal düzeyde toplumların birbirlerine neden benzeyip benzemediklerini ve de değiştiklerini irdeler, buluruz. Kimi genel konularda insanlar birbirlerine benzerler çünkü, benzeyen kültürleridir; benzemezler çünkü kültürleri farklıdır. Kaçınılmaz olarak insanlar ve toplumlar değişirler çünkü, değişen onların kültürleridir.

İçerik: Toplumsal bilimlerde gelişmenin öncülüğünü yapan ülkelerin bilimsel kaynaklarında, halk kültürünü konu alan bilime genelde, “halk=folk” ; “bilim=lore” karşılığı “folklore” denilir (Örnek, 1971:88). Yani, folklor (halkbilimi), halkın özgün yaşam biçiminin bilimsel anlatımıdır.

Durum böyle olunca, halk kültürüne ilişkin olay ve olguların kitlelere kolay ve doğru ulaştırılabilmesi için kitle iletişim araçlarını kullananların da öncelikle folklor sözcüğünü yukarıda açıklamaya çalıştığımız anlamda doğru kullanmaları zorunluluğu vardır. Oysa mevcut durum, hiç de istendiği, olması gerektiği biçimde değildir.

Birkaç örnekle durum netleştirilmek istenirse: Prof. Dr. Unvanlı dilbilimci (Theologist) Öztürk (Yaşar Nuri), Anadilde İbadet adlı yapıtında, “bir duyuru- dur” dediği ezan için: “bugün için yararı kalmadı; duygusal anlamda geçmişe özlem –bir nostalji-, bir folklor haline geldi, esas işlevini yitirdi.” Derken “folklor”u, işlevi biten bir öge karşılığında kullanıyor.

Ünlü şair Cemal Süreyya, Folklor Şiire Düşman başlıklı bir kitap yayımlıyor, aradığı düşmanı bulmuşçasına da şu açıklamayı yapıyor: “Halk deyimlerinin havası şiirin kanat çırpmasına imkan vermeyecek kadar dar bir havadadır.” (Süreyya, 1992:23) derken, halkbilimini (folkloru) halk deyimlerine indiriyor ve konudaki bilgisinin eksikliği nedeniyle halk kültürünü konu alan bir bilimi hiçliyor.

Türkiye’de en çok satan ünlü bir gazetenin köşe yazarı Bekir Coşkun köşesinde, Doğa kültürü belirler genel doğrusundan yola çıkarak “Güneydoğu’nun dümdüz ve geniş topraklarında folklor başka, düz toprak bulmanın zor olduğu Karadeniz’de başkadır.” (Hürriyet, 8.12.2002) diyor ve geniş alanda halay tutmayla, dar alanda horon tepmeyi yani, halk oyunlarını halkbilimi (folklor) kavramıyla eşanlamda kullanıyor.

Bu ünlüler dışında bir de, sıradan vatandaşın, yarı aydının ve de medya araçlarını kullananların “folklor” halkbilimi sözcüğünün nasıl kullanıldığını gördüğümüzde –her birimizin kişisel yaşamında pek çok örneklerinin olduğu gibi-, yüreğimizin sızlamaması mümkün mü?

SONUÇ: Değerlendirme ve Öneriler:

Kitle iletişim araçları (medya), kurumsallaşmış yada kurumsallaşma yolunda olan birer dev kuruluşlardır. Kendilerine göre de yasa düzeyinde kuralları vardır: Bu kurumlarda çalışan, alanda haber peşinde koşuşturan sıradan emekçisinden, mutfak kotarıcisına ve üst düzey yöneticilerine değin herkesin sorumlulukları yanında kimi olanakları, kimi rekabetleri, kimi hırs ve çıkarları vardır. Bu nedenlerle haberler, kimi zaman olduğu gibi değil, istenildiği biçimde şekle sokulup kitleye sunulabilir. Ayrıca, medyanın kendi aralarında varolan amansız rekabet ve astro-

nomik rakamlara ulaşan çıkar çatışmaları nedenleriyle onların halk kültürünü konu alan halkbilimine (folklorla) ne ayıracak zamanları ne de yerleri vardır. Zira, halkbiliminin ne haber özelliği, ne alışılmışın dışındalığı, ne duygusal özelliği, ne çok güzelliği, ne dayanılmazlığı, ne korkunçluğu, ne rakı sofralarına meze olma durumu, ne de bu konularla uğraşmanın zengin ve ünlü olma şansı vardır. Bu nedenledir ki, her fırsatta ağlamaklı derdimizi kamuya duyurma çabaları içindeyizdir. Özellikle yurtdışında yapılan halk oyunları yarışmalarında kazanılan değerli ödüllerin ardından, ülkemiz medyasında hak edilen ilgiyi görememenin ezikliği içinde “hiç olmazsa bu başarılarımıza bir milli basketbol yada ayaktopu maçı kadar ilgi gösterilsin...” der ve ilgi gösterilmesini isteriz ama, dediğimizle de kalırız... Önce, Devletin kültür politikasının araştırmacı, sahibi ve de savunucusu durumunda olan Kültür Bakanlığı'nın genel bütçeden hissesine düşen orana bakalım sonra da, şapkamızı önümüze koyup düşünelim, ne dersiniz? İyi ki, kimi özel kuruluşların güzel insanları, halkbilimimize (folklorumuza), karınca kararınca sahip çıkıyor, bizim sesimiz ve onurumuz olmaya devam ediyorlar...

Amacımız kesinkes, kitle iletişim araçlarını kullananları beğenmemek yada onlara ters düşmek değil tersine onları, alanımız hakkında yeterli, gerekli, doğru bilgilerle zamanında donatmak ve iyi ilişkiler kurma yolunda çaba harcamak zorunluluğu içinde olduğumuzu hissetmektir. Bu zorunluluk da, bizim gibi halkbilimini kendilerine meslek edinenlerin, bu yola gönüllü baş koyanların, gönül ve el verenlerin ve de resmi devlet kurumlarının görevleri sayılmalıdır.

Kaynaklar:

BALAMAN, A.R. Gelenekler-Töre ve Törenler, 1983, Betim Yayınları, Halkbilimi (folklor) Dizisi:1, İzmir

COŞKUN, B. “Doğa Kültürü Belirler”, 2002, Hürriyet Gazetesi, İZM.

SÜREYYA, C. Folklor Şiire Düşman, 1992, Can Yayınları, İstanbul

ÖRNEK, S.V. Etnoloji Sözlüğü, 1971, Ank.Üniv. DTC Fakültesi Yayınları:209

ÖZTÜRK, Y.N. Anadilde İbadet, 2002, Yeni Boyut, İstanbul

TÜRKİYE CUMHURİYETİ DÖNEMİ HALK PLASTİK SANATLARI VE MEDYA İLİŞKİSİ ÜZERİNE

Prof. Dr. H. Örcün BARIŞTA

Türkiye Cumhuriyeti Dönemi halk sanatları ailesi içinde halk plastik sanatları fonetik sanatlar kapsamında yer alan halk edebiyatı, halk müziği ve dramatik sanatlar kapsamında bulunan halk oyunları, halk dansları gibi halk bilim disiplininde önemli bir yer tutmaktadır. Bilindiği gibi halk plastik sanatları göz duyumu ile algılanan mekanda yer kaplayan bir kitlesi hacmi olan ya bir ya da birden fazla kişinin hem güzel hem yararlı biçimler oluşturmak için yaratıcı güç, teknik bilgi ve el becerisiyle çeşitli gereç ve teknik kullanarak uyguladığı sanatlardır. Güzel sanatlar dışında kalan bu sanatlar iş ürününden artistik el sanatları niteliği arz eden halk plastik sanatları parçalarına kadar ulaşan farklı estetik kategorilerinde örnekler içermektedir. Bu estetik kategorilerdeki kavramlar ya yaratıcı güçle tasarlanan ürünün niteliği ya ürünün oluşum sürecinde izlenen işlem basamaklarında gözlenen doğaçlama iş yapma başka deyişle uygulama becerisiyle bağlantılı olarak isimlendirilmektedir. Gerek artistik el sanatları gerek iş ürünlerinin uygulama sürecindeki ortak noktası ürünün oluşumunda algılanan kişisel ya da toplu hareket ögesi- dir. Sanatçıların, ustaların hem üç boyutlu biçimi oluştururken uyguladıkları dövme, vurma, oyma, çekme, yuvarlama, örme vb. gibi üçüncü boyutu kavramış hareketlerle hem iki boyutlu süsleme aşamasında oluşturulan motifler, motiflerdeki kurgu, kompozisyon serme, çerçevelemede başvurulan motif dizgisi, köşe dönme v.b. gibi bezeme aşamaların akış çizgisinde sergilenen bazen otomasyona dönüşmüş ritim dramatik sanatların en önemli ögesi olan hareketi bu dalda bir göstergesi ve halk plastik sanatlarına farklı bir boyut kazandırmaktadır.

Burada amacımız halk plastik sanatlarının alanları kapsamında bir yöreye eğilerek Adapazarı ve çevresinde evlerde uygulanan dokumacılık, işlemecilik, oyacılık ve tentenecilik vb. gibi tekstil dallarını bir tarafa bırakarak çömlekçilik, süpürgecilik, kaşıkçılık ve semercilik gibi çarşıyla ilgili ayrı işlik ya da kaşık evi gerektiren dört meslek dalını medya ya bir dia gösterisi eşliğinde ana çizgileriyle tanıtmak, onların bu konuya dikkatini çekmek ve bu etkinliklerle medya arasındaki ilişkinin günümüzdeki durumuna eğilmek, gerek yazılı basın gerek görsel medyada fonetik halk sanatlarına ayrılan yer ve zaman diliminin içinde daha yüksek bir oranla Türk halk plastik sanatlarına da yer vermeleri için çaba harcamak ve bu sanat dalını da ustalarıyla tanınması, tanıtılması belgelenmesinde üniversiteler ve Kültür Bakanlığı'na yardımcı olmalarını sağlamak için önerilerde bulunmaktadır.

Bilindiği gibi kurumsal eğitim dışında dededen neneden, babadan ustadan öğrenilen, ev ve çarşıda bir uğraş bir iş olarak uygulanan Türk halk plastik sanatları yinelebilen, azı imzalı, çoğu anonim ve kolektif çalışma ürününden oluşmaktadır. Bu ürünler kullanılan gerece bağlı olarak alfabetik bir dizgi ile ağaç işleri, alçı işleri, cam işleri, deri işleri, iplik işleri (tekstil), keçe işleri, metal işleri, ot işleri, sabun işleri, taş işleri, toprak işleri ve bileşik gereçlerle yapılan işler olarak sıralanmakta ve her birinin çevresinde kümelenen dallarla zengin çeşitlemeler sergilemekte ve çok geniş bir alana yayılmaktadır. Bunlar arasında Adapazarı ve çevresinde uygulanan ve çarşı kesiminde bir meslek dalı olarak süregelen çömlekçilik, süpürgecilik, kaşıkcılık ve semercilik ilgi çekmektedir. Bu dört halk sanatı kısaca şöyle tanımlanabilir.

Adapazarı'nın Kaynarca çıkışı yönünde Dağdibi Kandıra, Kaynarca Sapağı üzerinde bir çömlekçi işliği bulunmaktadır. Burada Hasbi Uluç ve oğlu Muharrem Uluç testi, çömlek küp, güveç vb. gibi mutfak gereksinimi yanı sıra baca tepeliği yapmaktadır. Poyraz'dan getirttikleri toprağı havuza alarak mengene ile çeşitli işlemlerden geçirerek oluşturdukları hamuru çömlekçi bazı yörelerde çıkık olarak isimlendirilen çarkında elle biçimlendirdikten sonra on-on beş gün arasında kurutmakta sonra fırına dizmekte ve fırının ağızını çamurla sıvayıp pişirmektedirler. Yirmi dört saatle otuz saat arasında süren pişirme işlemi fırın kızarıncaya tamamlanmakta bir gün beklendikten sonra fırın açılarak çömlekler çıkarılmaktadır.

Adapazarı'nda Eski Garajlar arkasındaki süpürge pazarı burada güçlü bir süpürgeciliğin varlığına işaret etmektedir. Aynı zamanda bir süpürge otu borsa ve piyasası olan bu merkez aynı zamanda süpürgelerin çeşitli renkli naylon ipliklerle makine ile dikilerek onlu gruplar biçiminde destelendiği işliklerdir. Şehir merkezinde pek çok işlikte yapılan süpürgeler burada tamamlanmakta ve pazarlanmaktadır. Kandıra'da ekilip, kesilip, tohumları kazınıp kurutulan süpürge otları borsa'da süpürgeci esnafı tarafından satın alınmakta ve işliklere dağıtılmaktadır. Kolektif çalışma ile sürdürülen bu alanda son işlemler yapılan süpürge pazarına ürün gönderen yetişmiş çok sayıda ustanın çalıştığı işlik bulunmaktadır. Bu işliklerden biri burada dört usta çalışmaktadır. Bulardan birincisi zahirecidir. Zahireci oturduğu zahireci tezgahında önceden ıslatılarak kükürt ambarına atılmış otların kamış (otun işlenmemiş biçimi) ile hurda olarak isimlendirilen ve süpürgeciğin iç kısmına ve tepeliğe yerleştirilen otlarını ayırmakta ve bu otların bir grubunu taslakçıya bir grubunu ise tepelikçiye geçirmektedir. İkinci el taslakçı Edirne'den getirtilen tuğla parçası ile bilenen bıçakla keserek, zincir yardımı ile boğma ipi ile üç üniteden naylon iple bağlayarak taslağı oluşturmakta ve tepelikçiye geçirmektedir. Üçüncü el önceden hazırladığı tepelik ünitesini taslağın üzerine geçirmekte zaman zaman tezgahın ayaklığını da kullanarak taslağın üstüne geçirdiği kapağın sapını sarmaktadır. Yanında tepelik teli sarmak için kullanılan bir çark bulunan tepelik tezgahında oturan tepelikçi tezgahın ayağı dışında tokmak, bıçak ve biz kullanarak çalışmaktadır. Bu şekilde hazırlanan süpürgeler dikişe gönderilmekte ve taslağın bağları çıkarılarak makineye sıkıştırılarak dikilmekte ve deste makinesinde destelenerek kesilmektedir.

Adapazarı'na bağı olan Taraklı ve çevresindeki köylerin bazılarında çeşitli kaşık evlerinde kaşıkçılık yapılmaktadır.Bu konuda Arballar köyünde kendi kaşık odasında çalışan Ziyaddin Işık ilgi çeken ustalardan biridir. Ziyaddin Usta 40-43cm.X10-12cm. boyutlarında 6-8 cm. derinliğindeki dikdörtgen bir kayın parçasını keserle yonduktan sonra pavlayarak (çıtlatıp ikiye ayırarak) iki taslak oluşturmaktadır.Bu taslakları iğnele oyarak iki kaşık yapmağa başlamaktadır. Sonra kendi ifadesiyle her birini yalaklayarak, törpülüyerek, kazıyarak başka deyişle düzelterek törpülüyerek başka işlemlerle tamamlamaktadır.

Taraklı'da yapılan başka bir halk sanatı semerciliktir. Orhan Gazi Çarşısında İbrahim Turoğlu çatarak hazırladığı semer kaşlarından oluşturduğu salın üstünü deri içini ise keçe ile kaplamaktadır. Sonra mavi, yeşil, kırmızı vb. gibi renkli yün, orlon vb. gibi ipliklerle keçenin üstünü çevresini ve tepesini bir tür çuvaldızla sarma ve sarhoş bacağı ile işleyek süslemektedir.

Yukarda sergilediğimiz dallar ülkemizin çeşitli yörelerinde ustaların bir meslek olarak yaşam sürdürmek yanı sıra estetik duygularını aktarmak,çevrelerinden yükledikleri olumlu enerjiyi boşaltmak amacıyla uyguladıkları sanat dallarından yalnız bir kaçıdır. Örnekler çoğaltılabilir ve bu sanat dallarının farklı ilgi alanlarına çok yönlü odak noktaları oluşturduğu gözler önüne serilebilir.

Buna karşılık Üniversiteler ve Kültür Bakanlığının bütün özverili çalışmalarına karşın bu denli büyük bir zenginlik arz eden Türkiye Cumhuriyeti halk plastik sanatlarının seksen yıllık geçmişinin henüz belgeleme işlemleri tamamlanamamış,bu alanda yapılan araştırma ve yayınlarla istenilen düzeye ulaşamamış ve bu sanat dalları gereği gibi tanınamamış ve tanıtılamamıştır.

Günümüzde yazılı basın yanı sıra işitsel, görsel ve sanal medya üzerinde yapılacak bir taramada elde edilecek veri tabanı bu denli güçlü ustalarla süregelen el sanatları ile ilgili magazin ve makaleler yanı sıra belgesel, magazin vb. gibi akar film ve canlı görüntülerin sergilendiği programların konuya ilgi duyan okuyucuları, dinleyicileri, tele izler tele severleri ve bilgisayar kullanıcılarını doyurucu düzeye ulaşmadığına tanımı açısından tam anlamıyla çözümlenmemiş, Türk halk plastik sanatlarının tanıtım açısından da bazı problemleri olduğuna işaret etmektedir.

Kuşkusuz bu durumda yukarda değinilen kamu kurumları gibi insanoğluna çıplak gerçeklerle haberleri yansıtmayı, onları olaylar açısından bilgilendirmeyi,onların hayatına bir şeyler katmayı böylece onları eğitmeyi, yönlendirmeyi, köşe yazısı, belgesel ve magazin vb. gibi sayfa ve programlarla onlara sanat penceresinden hayatın renklerini tanıtmayı amaçlayan yazılı basın yanı sıra işitsel, görsel, ve sanal medyaya program yapımcılarına da bazı görevler düşmektedir. Temel gazetecilik kurallarından kaynaklanan bu görevlerle ilgili bazı öneriler şöyle sıralanabilir.

Halk plastik sanatlarına ilgi duyan okuyuculara, dinleyicilere, tele izler, tele severlere daha çok yer ve zaman dilimi ayırmak,

Gazete, dergi vb. gibi yayın organlarında, televizyon ve bilgisayar programlarında halk plastik sanatçılara, ustalarına bir konuk sanatçı köşesinde yer vermek,

Diğer plastik sanatlarından farklı olarak çeşitli galerilerde açılan sergilerle sanatseverlerle bütünleşemeyen, Türk halk plastik sanatçılara da toplumun her kesimi ile bütünleşme olanağı vermek, onların ürünlerini sergilemeğe değer bulmak, onları ödüllendirmek, Türk halk plastik sanatlarının halk bilim sanat tarihi bağlamında gerekli olan yerini almasını sağlamak ve bu sanatların yöresel düzeyden ulusal düzeye, ulusal platformdan uluslar arası platforma taşıma aşamasında hız kazandırmak,

Günümüz ünlüleri yanı sıra geleceğin ünlü kılacağı halk sanatçıları şehirde konuşulanlar gündeminin kapsamına almak, onların yaşama bakış açısını yansıtmak, onlara da görselleştirdikleri estetik mesaj veren biçimleri ve düşünceleriyle söz hakkı tanımak, sanatseverin yakın çevresinde ulaşamayacakları bazı güzellikleri görmesine, algılamasına, estetik duygularını doyurmasına, estetize edilmiş duygular geliştirmesine olanak sağlamak, eğitim sisteminde gözlenen müzik, resim, sanat eğitimi, sanat tarihi, folklor vb. gibi derslerin bazı boşluklarını doldurmak, bu konuda amatörlerini özendirmek, onlara yön vermek,

Bazı instrumental halk müziği programları eşliğinde sunulan halk dansları gibi halk müziği ile halk plastik sanatları programlarını bütünleştirerek konu ile ilgili izleyicilerin bu yolla görme ve işitme duyumuna haz vermek,

Sonuç olarak diyebiliriz ki bir sanat tarihçi gözüyle yukarıda kısaca belirtilmeğe çalışılan bütün bu önerilere eklemeler yapılabilir, bunlar iletişim disiplince şekillendirilebilir ve Cumhuriyetimizin sekseninci yılına doğru yol aldığımız günümüzde bu konuda genel bir değerlendirmeye yönelik çok işlevli bir proje üzerinde çalışmalar yapılarak sanatımızın bu dalı da yeni bakış açılarından beslenen senaryolarla Türk ve dünya kültürüne kazandırılabilir.



1-Hasbi Uluç ve oğlu Muharrem Uluç İşliğinden mlek rnekleri. (2002)



2-5- Rıdvan Balkır'ın işliğinden zahireci tepelik ve tepelikinin çalışmalarından sahneler. (2002)



6-8-Ziyaddin Işık'ın kaşık yapışından sahneler. (2002)



9-İbrahim Turoğlu'nun semer yapışından bir ayrıntı.(2002)

MEDYA VE KUTADGU BİLİG'DE TÖRE

Yrd. Doç. Dr. Sait BAŞER

Benim tebliğ konum **Medya ve Kutadgu Bilig'de Töre** başlığını taşımaktadır. Medyada Töre dendiğinde karşımıza çıkan belli başlı konular: Başlık parası, kan davası, kız kaçırma, silah sevgisi, kabadayılık, Cumhurbaşkanı adaylığı dövme, çok eşlilikten kaynaklanan problemler... gibi başlıklar taşıyor. Ve yayınlar aleyhte cereyan etmektedir.

Peki Töre gerçekten takdim edildiği gibi cehalet ve taassub mahsulü yanlış görenekler midir? Toplumda asırlık eğitim- öğretim ihmallerinden dolayı hayat alanı bulabilen gayr-ı ilmî ve gayr-ı medenî her türlü davranışa Töre demek doğru mudur? Töre nedir?

Bu soruların en doğru cevabı doğrudan doğruya Töre'yi anlatmak üzere yazılmış bulunan **Kutadgu Bilig**'de saklıdır. Kutadgu Bilig 1069 da Karahanlılar devrinde Balasagunlu **Yusuf Has Hacib** tarafından Kut elde etmeyi, Kutlanma bilgisine ulaşmayı anlatan bir eserdir. Anahtar kavram "**Kut**" tur. Y.H. Hacib'e göre bütün varlık alemine şamil olan tanrısal tecellî, her insanda hayatın aslı cevheri olarak mevcuttur. Bu cevher, bu insandaki Tanrısal öz, benlik kirlerinden arındıkça ortaya çıkmakta, yani insan kutlanmakta, manevî temizlenmenin oranına bağlı olarak da güçlenmekte ve saflaşmaktadır. Temizlenmenin, Kutlanmanın kuralları ise Töre hükümlerini meydana getirmektedir(bkz. Sait Başer, Kutadgu Bilig'de Kut ve Töre'den Sevgi Toplumuna, s.53-56 ve ilgili bölümler, İst. 1995.)

Türkçenin bilinen en eski iki kelimesi Tanrı ve Kut kelimeleridir. Kut'un Tanrısal bir değer olduğunu Asya Hunları'ndan beri bilmekteyiz. Kut'un olduğu her yerde Töre de vardır. Çünkü Kut, Töre'ye uymak suretiyle ortaya çıkar.

Henüz kendindeki Tanrısal özü harekete geçirmemiş, benliğinden gayrı değer tanımayan gafil kimseye "**yalınguk**" denmektedir. Yalıngukun aklı, gaflet ve günaha sevk eden **Us**'tur. Heva ve nefsiyle meşgul olduğu için gönlü ölüdür. Töre nezdinde beşeriyeti oluşturan kalabalık kitle uyandırılması ve yetiştirilmesi gereken muhtaç ve zavallı bir kitledir. Töre'nin istediği gerçek insan "**Kişi**" adıyla anılmakta ve kişinin hikmete yani bilgelige ulaşmış gerçek insan olduğu vurgulanmaktadır. Çıplak, gafil ve vahşi yalınguk, inatçı, gözü doymayan, kindar, öfkesine mağlub, maddî menfaatlarından gayrı değer tanımayan, yalancı, ahidini tutmayan bir tiptir. Töre'ye göre bu tip, dünyada gerçek saadeti tadamayacağı gibi ahiretini de kaybetmektedir. Oysa Kişi diye nitelendirilen, Töre'ye gerçekten uyan kimse aklî seviye bakımından bütüncü kavrayışa ulaşmış **Ök** (veya "ög") adındaki akla sahiptir. Bu-

gün öğüt, öğrenmek, öğrenmek gibi aynı kökten türeyen kavramlarda devam eden bir kavramdır. Yalınuk'un nefis ve hevasına mukabil (ki nefis ve hevayı çığ gönül diye adlandırmaktadırlar.) Kişi'nin gönlü pişmiştir. Gönlü pişmiş Kişi Töre'nin aradığı kimsedir. Kişi gönlü, dibi olmayan bir deniz benzetmesiyle anlatılır. Sonsuzluğu yalnız Tanrı'ya atfeden Töre'nin gönül kavramına da sonsuzluk atfı bu iki değer arasındaki örtüşmeye işaret etmektedir. Kutadgu Bilig'de Ogdurmuş (irfan) diyor ki "gönlümü doğruca Tanrı'ya uladım" (4805, 4808. beytler) Çünkü onun mantığına göre gönül sadece Tanrı'ya aittir

"Törütgenni bulsa törümiş sening
Yaratgannı bulsa yaratmış sening"
(4743. beyt)

Ancak insanın gönlü sadece akıl ile değerlendirilebilir. Aksi halde gönül işe yaramaz:

Köngül bolmasa er közi asğı yok
Ögi bulmasa er kongül osgı yok
(1991. beyt)

Dolayısıyla " İnsan gönlü dibi olmayan bir deniz gibidir. Bilgi onun dibindeki inciye benzer. Çıkmadıkça işe yaramaz" (211-212. beyt) ifadeleri de teyid etmektedir ki Ök seviyesindeki akıl, Töre'nin insanları ulaştırmaya, yükseltmeye çalıştığı bir akıldır. Çok zengin akıl tarifleri içinden birkaç cümle nakledeyim. Akıl hareketi doğru, itibarı büyüktür. Şekli güzel ve daima dinçtir. Güzelliklere geçit veren akıldır. Yumuşak, barışık, sakin, şefkat dolu bir gönlüdür. Sıcak ve sevimlidir. Bulanık işleri düzeltir. Köre göz, vücuda can, dilsiz sözdür. Makul ve hilesizdir. Küçüklüğü sevimli, ihtiyarlığı sakin, alçak gönüllü, zarif ve sükunet ehlidir. Buna mukabil akılsız kimseler at sürüleri gibidirler. Akılsız kişiler ölüdürler. Ancak akıl sahipleri diri sayılabilir. Öfke ve hiddetle akıl bir arada bulunmaz. asalet akılla mütenasiptir...(bkz. Başer, akıl ile ilgili bölüm.)

Kutadgu Bilig' den zarif ve medeni insan özellikleriyle akıl arasındaki ilişkiye dair saatlerce konuşulacak malzeme çıkarmak mümkündür ve bunların her biri bir Töre hükmüdür. Töre'nin maksadı **Bilge** (hakim) kişiye ulaşmak ve bu tipi bütün dünyada yaygınlaştırmaktır. Yani Töre insanlığı yüceltmek maksadındaki bir sistemdir. İnanış odur ki, orijinal beytiyle söyleyecek olursak;

“Ogan ol k6ni ın T6r6 birg6i

T6r6m6ş kamuğ halkka yetr6 k6i”

Yani: “ **O kadir-i mutlak ve adil olan Tanrı T6re’nin gerçek vericisidir ve varlık aleminin tamamına O’nun g6c6 y etmektedir.**”

B6y6k bir haksızlıkla T6rkl6ęe Oryantalist yaklaşımlara paralel olarak yakıştırılan Őamanlık iddialarına mukabil T6re’yi tanrısal nizam bilen bir toplumdur T6rk toplumu. Sosyal teşkilatlanmasını, kurumlarını, devlet geleneğini, hasılı b6t6n hayatını ona g6re tanzim etmiştir. Bu onbeş dakikalık tebliğin içinde T6re’yi b6t6n6yle nlatmak m6mk6n değildir! Bizim buradaki maksadımız medyanın telkin ettiği T6re kavramıyla T6re’nin kendi gerçekliği arasındaki farkı g6stermektir. Arzu edenler T6re’ye dair daha geniş bilgi için yukarıda atıf yapılan çalışmamıza bakabilirler.

Şu kısacık ifadelerin bu farkı g6sterdiği d6ř6ncesiyle medyadaki aleyhte yayınları kısa bir analize tabi tutmadan kendimi alamayacağım.

Medyanın T6re’ye atfedilen aleyhteki yayınlarına bakarak onu cehaletle suçlamak kolay bir 6z6m olacak. Medyanın konuya dair cehaleti bir vakiadır. Ancak bu yayınların maksadını çok aşan sonuçları da vardır. Geçmişteki b6t6n hayatını tanzim eden bir sisteme bu kadar cepheden ve hakaretle yaklaşmak toplumda kendi kimliği, k6lt6r6 ve tarihi hakkında toptan bir 6rk6nt6 yaratmakta, kendine olan g6venini ortadan kaldırmaktadır. Kadını ve g6s6zleri hiçe sayan, kaba ve hoyrat bir t6reye mensup olmaktansa, her t6rl6 yabancı g6reneği kabule hazır bir kitle psikolojisi hazırlamaktır.

MEDYADA FOLKLOR VE İLETİŞİMİN DEĞERLERİ

Lyuben Botusharov

Popüler kültür medya arasındaki ilişkileri ne zaman inceleysem, bunun temelinde birbirlerinin tersi olduklarından bunların bir denge içinde olduklarını ifade ettim. Medya tarafından tayin edilen modern, dinamik tespit kültürü mozaik iken (Abraham Moles'in deyişi). Geleneksel sözlü kültür birleşmiştir. Geleneksel sözlü kültür birleştirici ve 'insani'dir. Medyada doğrudan doğruya yakınlığın kaybolması çok önceleri dikkati çekmiştir. Popüler kültür belirli bir durumla ilişkilidir: gerçekten, durumu yaratan popüler kültürdür. Dahası, folklorlarda, bir çeşit kültür olarak, bir ve aynı model türlü varyantlarla sürekli üretmiştir. Bunun tersine kopyalama (ilgili olarak neşriyat) farklı varyantlar farklı ürünlere dönüşmüş (daha önce mozaik kültür). Şeref sözü iletişimi kaybolmuştur (Saussure). Gerçekte, medyada folklor etnikliğin manifesto edilmesi gibi pop folk düzenlemeleri dahil, çoklukla folklor mirası olarak temsil edilir.

Fonksiyonunu yürüten geleneksel kültür yaşayan kültür olarak çok zor ilan edilebilirler. Ama, medyada ve özellikle televizyonda, varlığın etkinliği üzerine vurgulanmıştır. Ancak, bu varlık hangi mertebede popüler kültürün iştirakine eşit olarak kabul edilebilir? Bazen Güneydoğu Avrupa'da yaşla ilgili folk müzik canlı olarak yapılmıyor fakat aynı zamanda radyoda (ve aynı zamanda televizyonda) inleniyor. Varlık arttığı oranda daha fazla iştirak kaybediliyor. Bu vakıya rağmen, bazı dökümanter tabiatlı medya daha yoğun olarak kullanılacaktır (bu filmde bile gözlenmiştir). Bugün, insanlar realite formatı için çalışmaktadır, bunlar herhangi birinin fikri tarafından işgal edilmemiş deneyimlerinin bir alanında aşık bir "Ersatz-ailesi" (Global Sabun'da olduğu gibi). Bunlar bunları medyada bulamadıklarında, bunlar alternatif iletişim merkezlerine dönüşmektedir. Mesela, Güneydoğu Avrupa'da otoriter pedagojiye bir reaksiyon olarak, yer altı geliştirilerek medyayı fethedecek olan -bvir "pub (birahane) kültürü geliştirildi.

Deneyim olarak iletişim McLuhan tarafından "ortam mesajdır" meşhur deyişi içerisinde bulunmaktadır. Köylerde türkücüler, küçük bir medya olarak rol oynadılar. Mısırda, bu şekil bilgileri kendi yerli köylerinde olduğu gibi kendi evlerinde saklayan, hatta şehirlerde yerleşenler ile kaset kaydediciler ve hoparlörler ile 20. asrın 70'li yılların sonuna kadar gözlenmiştir. Bir köy, küçük boşlukların dar sınırları içine sıkışmıştır, boğmakla tehdit edilen yeni medya tarafından sebep olunan, uzatmanın avantajı olmayan kapatmak için ortamın eğilimine götüren, yerel ve global arasındaki zıtlığın ekseriya tartışıldığı bir misalidir. Fakat "global köy" de (McLuhan'ın başka bir deyişi) dünyada, medya ağı ile tel örgü içine alınmış global

olarak yayılmak için kırsal iletişim formları için mümkündür (Leydi Di ile at binme antrenörü hakkında dedikodular).

Mamafih, birlikten dağılmaya (ve aynı zamanda geçişte) yeni bir muhalefet vardır. Medya teknolojisinin gelişmesi ile, bir medyadan başka bir medyaya, bir ekranın önündeki insanların bir yığınından (köydeki bir hoparlör gibi) şahsi bir televizyon ekranı önündeki tek bir şahsa kadar, sadece bir veya en fazla iki programa kolektif bir dikkat değil fakat kanaldan kanala atlayan, düzinelerle program aracılığı ile oradan oraya koşan ve hatta anarşist gibi ve internete odaklanmayan bir değişim oluşmaktadır. Veya, herkesin farklı seviyelerde, farklı kanallar aracılığı ile herkesin iletişim kurabileceği bir ağa, iletişimden ziyade en üstün dikte ettiği bir iletişimin Piramidinden Vilem Flusser'dan bir aktarma. Mamafih, şekil verme ve toplumu koruma görevi olan bir kültür tipi olarak folklorda, dağılma kendi kendini yok etmeye götürür. Bugün, bu, "sosyal miras"ın bir mekanizması tarafından üstesinden gelinmektedir (Dubinin). Sosyal program, onun şahsiyeti ve sosyal mirasının formasyonunda her birey tarafından aktif olarak kullanılır ve sosyal miras sosyal ve bireysel şuurda konsantre olan sürücü güçtür.

Eğer, Flusser'a gene dönersek, iletişim nokta nazarından her sosyal yapı, karşılıklı konuşmalar ve diyaloglar arasındaki etkileşimlerdir. Diyaloglar bilgi üretirken karşılıklı konuşmalar bunu dağıtır. Basitleştirilmiş şekilde, üç tip toplum incelenebilirdi. Karşılıklı konuşmalar ve diyaloglar arasındaki ideal denge: Flusser'a göre geçmişin yazılı kültürüdür. Karşılıklı konuşmaların hakim olduğu toplumlar tutucu ve totaliterdir. Bu başlık altında, geleneksel toplumları tasnif edebiliriz, herkes için tek yapılı "herkes için" mesela anlamı "Katolik" gibi (kat holon). Diyalog içindeki toplumlar, çoğu durumda, devrimci, eski karşılıklı konuşmalar tahrip edildi ve her şey diyalog tabanlı olarak ortaya çıkmaktadır.

Bugünün toplumunun iletişimci durumu çok istikrarsız ve telematiklerin prensipleri aracılığı ile karakterize edilir. Telematikler telekomünikasyon ve inforatik kelimeleri tarafından terbiye edilmiş sun'i bir kelimedir, ve vasıtaların prensipleri üzerine kurulmuş ve medyanın otomasyonunun yeni iletişimci kompleksliğini ifade eder. Bu toplum yeni bilgiler için metodik araştırmada bir diyalog tarafı ağır basan bir oyun olabilir.

Telematik toplum tam bir bütün dönüşümlüdür ve bu sebepten tamamıyla şeffaf olmayan bir yapıdır. Böyle bir toplumda, üyeleri arasında devam eden dahili bir diyalogtur. Bu önemli oyun, mamafih, oradaki karşılıklı konuşmanın baskınlığına rağmen geleneksel kültürde iletişim tarafından sunulan İNSANLAŞTIRMA HAKKINDA BENİ DENEME ARACILIĞI İLE OLMASINI DÜŞÜNDÜRMEKTEDİR. Benim aklıma şu anda gelen şey Martim Buber ve onun iki temel kelimesidir ki bunlar ayrı ayrı kelime değil ve fakat bir çift kelimedir. BUNLARDAN BİRİSİ "Ben-Sen" ve diğeri ise "Ben-O"dur. Siz dediğimiz zaman Ben-Sen'in çiftinin Ben'ini de kastetmiş oluruz, O dediğimiz zaman ise Ben-O çiftinin Ben'ini de kastetmiş olurum. Temel çift Ben-Siz irtibat dünyasını yaratır. Deyim olarak dün-

ya temel Ben-O'ya delalet edilmektedir. Temel çift Ben-Sen irtibat dünyasını yaratır. Medya deyimi dağıtır. Fakat Ben-O kalbiyle asla söylenemez. Bu sadece Ben-Sen çiftinin sadece bir ayrıcalıktır. Ve bu yönde medyada yapılacak daha çok şey bulunmaktadır.

Bir'in içinde olmaya karşı değilim ve aynı İnternet tartışma grubu olan sizlerle birlikteyim.

Ama burada ve şimdi "Siz" diyebilirim.

HALK KÜLTÜRÜ ARŞİVLERİNDE YENİDEN YAPILANMA

Cesim Çelebi

İnsanlar arasındaki doğrudan karşılıklı iletişim zaman ve mekan ile sınırlıdır. Sınırlı olan bu iletişimin kalıcı olabilmesi ve gelecek nesillere intikali, iletişimden sonra bırakılacak ize bağlıdır. Yani iletişim sonucunda elde edilen bilginin herhangi bir taşıyıcı ortam üzerine kaydedilmesi kısaca belge haline getirilmesi ile bilgi iletişimi kalıcı değer kazanabilmektedir.

İnsanlık tarihi ile başlayan bilgi iletişimi ve iletilen bilginin taşınması ihtiyacı iletişim izlerinden oluşan objelerin kısaca belgelerin oluşumunu sağlamıştır. Bilginin somut taşıyıcısı, bilgi veren bir nesne ve insanlığın belleği olan belgelerin kayıt edildikleri malzemeler de zaman içerisinde büyük değişikliklere uğramıştır.

Önceleri taş, kil, tahta, deri, dokuma gibi kayıt malzemeleri zaman içerisinde yerini daha kullanışlı kağıt kayıt malzemesine bırakmıştır. Günümüzde de önemli bir yeri olan kağıt kayıt malzemesi yanında teknolojik gelişmelere paralel olarak her geçen gün yeni kayıt malzemeleri kullanıma girmektedir. Plastik (diskler), Manyetik malzemeler (Ses bantları, video bantlar, bilgisayar diskleri v.b.) Işığa dayanıklı kimyasal malzemeler (Film, Fotoğraf vs.)

Günümüzde çok sayıdaki belge türünü kaydedildikleri malzeme ve fiziksel özellikleri yanında nitelikleri bakımından da sözel ve sözel olmayan belgeler olarak sınıflandırmak mümkündür.

Sözel belgeler, ihtiva ettikleri bilgileri tamamen veya büyük çoğunlukla okunmak üzere yazılı biçimde sunan belgelerdir. (Kitap, süreli yayın, gazete, dergi vs.)

Sözel olmayan belgeler ise bazı sözel nitelikli bilgiler bulunmakla birlikte bu tür belgelerde bilginin büyük bölümü görülmek, işitilmek veya el ile işletilmek üzere hazırlanmış olan belgelerdir. Bunlar kısaca; (İkonik, Sesli, Görsel-İşitsel, Karışık, Manyetik belgeler v.b.)

Belgelerin geleceğe güvenli bir biçimde intikali bakımından kayıt malzemelerinin fiziksel ve kimyasal yapı özelliklerine uygun şartlarda korunması ve belge kullanımına yönelik problemler ile ihtiyaçlar, arşivleri ve arşiv sistemlerinin oluşumunu gündeme getirmiştir.

“Kurumların, gerçek veya tüzel kişilerin gördükleri hizmetler, yaptıkları haberleşme veya işlemler sonucu meydana gelen (toplanan, biriken) ve bir maksatla saklanan Dokümantasyon; Bunlara bakan kurum ve bunları barındıran yerlerdir.”¹ diye tanımlanan arşivler, oluşumlarıyla geçmiş ile bugün arasında bağlantı, geleceğe hazırlık görevlerini üstlenmiş, devlet varlığının hafızaları olmuşlardır.

Arşivlerde bulunan belgeler bir yönü ile sahibi olduğu kişi yada kurumu ilgilendirdiği gibi bir diğer yönü ile toplum yararına ilmi araştırma ve incelemelere kaynak olma özelliği taşırlar. Dolayısıyla toplumu ve tüm insanlığı ilgilendiren korunması gerekli kültür varlıklarıdır.

Arşivler bünyelerinde bulundurdıkları belge türlerine veya konularına göre Devlet arşivleri, Şehir arşivleri, Noter arşivleri, Dini arşivler, Özel arşivler, Ekonomik arşivler, Folklorik arşivler gibi isimlerle adlandırılabilirler.

Folklorik arşivler bir diğer adlandırma ile halk kültürü arşivleri bünyelerinde halk kültürü konulu belgelerin bulunduğu arşivlerdir.

Ülkemizde halk kültürü çalışmaları ile şekillenen halk kültürü arşiv çalışmaları; kişi, kurum ve kuruluşlarca klasik belge toplama, koleksiyonculuk biçiminde başlamış daha sonra yerini arşiv sistematüğinde yapılmış halk kültürü arşiv çalışmalarına bırakmıştır.

Yapılan halk kültürü arşiv çalışmaları içinde en kapsamlısı ve önemlisi 1966 yılında Milli Folklor Enstitüsü olarak kurulan günümüzde ise HALK KÜLTÜRLE RİNİ ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME GENEL MÜDÜRLÜĞÜ adı altında hizmetlerini yürüten mensubu bulunduğu HAGEM halk kültürü arşividir.

Mevcut halk kültürü arşiv sistemlerinde, belgeye ulaşım, arşiv görevlilerinden yardım alınması veya demirbaş defterlerinin taranması ile mümkün olabilmektedir. Bu sistemler değişik belge bilgisine aynı zamanda ve kısa sürede ulaşımı mümkün kılmayan ve her zaman başarılı sonuçlar vermeyen klasik uygulamaların bulunduğu sistemlerdir.

Klasik uygulamaların bulunduğu arşivlerde genellikle belgeler derlendiği haliyle (ham) tutulduğu ve belge içerik çözümlenmesi yapılmadığı için detaylı belge bilgisine ulaşım güç, hatta imkansızdır.

Oysa çağdaş arşiv sistemleri insanların belleklerine göre değil insanların düşünceleri ile ürettiği veri modellerine dayanan, veri tabanlarının olduğu bilgisayar sistemleri üstünde uygulanmaktadır. Bilgiler yeterli ayrıntıda belge içerik çözümlenmeleriyle işlenerek uygulamaya geçirilmekte, hizmetler dijital ortamda belge kopyaları üzerinden verilmektedir.

Belge içerik çözümlenmesi, tamamen bir üst veri üretimi, dizinlemesi ve yöneti-

¹ İsmet Binark: Arşiv ve Arşivcilik Bilgileri Ankara, 1980, 4.s.

mi olarak tanımlanabilir. Çağdaş arşiv sisteminde, üst veri hemen her şey demektir. Klasik arşiv sistemlerinde en önemli sorunlardan birisi de üst verinin yeterli ayrıntıda oluşturulamamasıdır.

Teknolojinin gelişimiyle birlikte, çok yakın bir zaman içerisinde otomatik olarak üst veri üretmek kolaylaşacaktır. Örneğin ses işaretinin bilgisayar aracılığıyla metne çevrilmesi gibi, işlemler uygulanabilir hale gelecektir. (Türkçe üst veri üretimine yönelik talep ve gelişmeler henüz laboratuvar aşamasındadır.

Gelişen iletişim teknolojisine paralel olarak küçülen dünyamızda sahip olunan kültürel zenginliklerimizin korunması, gelecek kuşaklara sağlıklı intikali ve tanıtımı ihtiyacı arşiv ve arşiv sistemlerindeki yeniden yapılanmayı gerekli kılmaktadır. Aksi halde şükranla andığımız özverili çalışmalar sonucu günümüze kazandırılan kültürel değerlerin korunması ve geleceğe intikalleri mümkün olamayacaktır.

Bu duygu ve düşüncelerle Kültür Bakanlığı Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü halk kültürü arşivinde 2000 yılında başlatılan yeniden yapılanma çalışmaları çerçevesinde Arşiv Bilgi Sistem Projesi (ARBİS) hazırlanarak uygulamaya geçilmiştir.

Halk Kültürü konulu arşivlerde uygulanabilme özelliğine sahip bu proje ile;

- Öncelikle, araştırma sürecinin son aşamasında, elde edilen belgenin emanet edildiği bir yer konumundaki halk kültürü arşivinin; Araştırmaların merkezinde, fikrin yaratılmasından uygulanmasına, araştırmanın yapılmasından, başvurucuya ulaşmasına kadar olan her aşamada yararlanılan bir araştırma birimi haline getirilmesi ve araştırma uygulamalarının orta ve uzun vadede uluslararası standartlara ulaştırılması,

- Arşiv belge ve belge bilgisini arama, bulma ve edinme süresi en aza çekilerek, arşiv belge bilgisine en kolay, en hızlı, en güvenilir bir şekilde ulaşımın sağlanması,

- Arşiv malzemesi, bilgisayar ortamında izleneceği için, belge asılları üzerinden yapılan izlemelere ilişkin yaşanan tüm problemlerin ortadan kaldırılması ve belge koruma güvenliğinin sağlanması,

- Mevcut problemlerin en aza indirilmesi ve HAGEM'in yalnızca Türkiye'de değil Avrupa'da da örnek gösterilebilecek bir arşiv sistemine sahip olması için gerekli alt yapının oluşturulması hedeflenmiştir.

Proje ile ortaya konulan hedeflerin tümünü, yeniden yapılanma çalışmaları sonucunda ulaşılması düşünülen, "Çağdaş Türkiye'nin Çağdaş ve Örnek Kamu Halk Kültürü Kurumu" ilkesi ile özetlemek mümkündür.

HAGEM Halk Kültürü Arşiv Projesi Çalışmalarını özetle sıralayacak olursak

A- ÖNCELİKLE HAZIRLIK ÇALIŞMALARI YAPILMIŞTIR

1- İdari hazırlıklar;

- Yönetmelik: HAGEM Arşiv Hizmetleri Yönergesi, yerine ihtiyaçlara uygun hazırlanarak 22 Nisan 200 tarih ve 24028 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan “Halk Kültürü Arşivi Belge Kabul, Kayıt ve Yararlanma Yönetmeliği” uygulamaya konmuştur.

- Kümeleme Kılavuzu: Belge tasnifi için daha önce hazırlanan ancak hayata geçirilemeyen kümeleme kılavuzu gelişmelere açık, ihtiyaçlara uygun bir yapıda yeniden hazırlanarak belge tasnifinde kullanılmaya başlanmıştır.

Halkbilim konulu bilgilerin onlu sistemde üç aşamada kümelenebilmesi planı yapılmıştır. Birinci aşamada 19 harf başlığı altında kadrolar belirlenmiştir. İkinci aşamada ise her kadro onlu sistem kullanılarak kategorilere ayrılmıştır. Üçüncü aşamada da kategoriler yine onlu sisteme göre kümelere, sınıflara, bölümlere, alt bölümlere ve tiplere ayrılmıştır. Sistemde kümeleme şemalarından konulara gidiş yerine konulardan kümeleme şemalarına gidiş denenmiştir. Bu deneme açık uçlu hazırlanan şematik sınıflama yapısı ile sistematik sayısal yapı üzerinde uygulanmıştır.

2- Arşiv Sistemiyle İlgili Hazırlıklar;

- **Analiz ve Tasarım Çalışmaları:** İhtiyaçlara ve gelişmelere uygun çağdaş ve modern bir yapılanma için ayrıntılı analiz ve tasarım çalışmaları yapılarak gerekli ihtiyaçlar rapor edilmiştir.

- **Donanım:** Arşiv belgelerinin sayısallaştırılabilmesi için ilk etapta ihtiyaç duyulan donanım malzemeleri alınarak ağ bağlantıları yapılmıştır.

- **Uygulama Yazılımı ve Veri Tabanı:** Projenin en önemli bölümü, ihtiyaçlara uygun güvenilir, kullanım kolaylığı bulunan teknolojik gelişmelere uygun Uygulama yazılımı ve veri tabanı seçimi, ve alımının yapılmasıdır.

- **Arşiv bilgi sistemi:** Arşivde izlenecek belgelerin başvuru aşamasından başlayıp arşive kabul edilmesi, içerik çözümlemesinin yapılması, sorgulamaya açılması ve kullanıma sunulması aşamalarını kapsamaktadır. Beş ana işlemde oluşan sistemde;

1- **Başvuru İşlemleri:** Yapılan araştırmaların, satın alınan yada bağışlanan belgelerin komisyonlarca değerlendirilerek arşive alınabilmesi yapılacak işlemlerin izlendiği bölümdür.

2- Arşiv İşlemleri: Arşiv belgelerinin arşiv bilgi sistemine girişi, önceden girilmiş olan bilgi yanlışlıklarının düzeltildiği, kümeleme kılavuzuna göre belge bilgi içerik çözümleme işlemleri, belgeden yararlanan kişilerin izlendiği bölümdür.

3- Sorgulamalar: Arşivde bulunan belgelerin ihtiyaç duyulan sorulara göre ve özellikle kümeleme kılavuzuna göre sorgulanmasına imkan sağlandığı bölümdür.

4- Raporlar: Arşiv belgelerinin değişik kriterlere özellikle kümeleme kılavuzuna göre istatistiki raporların alındığı bölümdür.

5- Parametreler: Arşiv bilgi sistemine ilişkin parametre tanımlamalarının (Kodlu alan içerikli kümeleme, kılavuzu, arşiv belge türleri ve özellikleri, genel parametreler kurma ve kişi tanımlamaları gibi) yapıldığı bölümdür.

B- UYGULAMA AŞAMASI

1- Belge İle İlgili Uygulamalara Öncelik Verilmiştir.

- Defter bilgilerinin bilgisayar ortamına aktarılması: Mevcut 9 tür demirbaş defterindeki 118.115 belge bilgisi, mayıs 2001 tarihi itibarıyla bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Defter bilgilerinden belgeye ulaşım yerine bilgisayar yardımı ile belgeye ulaşım hizmeti verilmektedir.

- Belgelerin Tasnifi: Belgelerinin son iki yıla kadar değerlendirilmeden arşivlenmesi, arşivlik değerde olmayan belgelerin de arşive girmesine sebep olmuştur. Arşiv 2000 Projesi uygulaması ile alınan stratejik kararların birisi de, yeni baştan tüm belgelerin izlenmesi suretiyle, arşivlik değeri olan belgelerin kümeleme kılavuzu ölçülerinde tasnifinin yapılmasıdır.

- Belgelerin dijital ortamda yedeklenmesi: Tasnifi yapılan arşiv belgeleri sayısallaştırılarak server üzerinde yedeklenmekte ayrıca CD ortamında ikinci arşiv oluşturulmaktadır.

- Belge içerik çözümlemesi: Halk kültürü arşivindeki en büyük sorun, bu arşivin oluşturulmaya başlandığı tarihten itibaren belge içerik çözümlemesinin hiç yapılmamış olmasıdır.

Halk kültürü arşivlerindeki belgeler kendi içlerinde olduğu gibi konu gereği farklı türde birden fazla belge ile ilişkili olabilmektedir. Bu özellik halk kültürü arşivlerini (evrak arşivleri) ayıran belirgin özelliklerdendir. Bu arşivlerde bilgi akışının aksak ve kesintisiz olmaması belge içerik çözümlemesi ve tasnifine bağlıdır.

2- Arama, Sorgulama Ve Ödünç Verme İş Ve İşlemleri:

Arama, sorgulama ve ödünç verme işlemleri arşivcilik hizmetleri gereği ortaya çıkmış ihtiyaçlardır. İhtiyaçların üst verimlilikte karşılanması arşiv belgelerinin kullanıma hazır hale getirilmesi ile mümkündür.

Arşiv hizmetlerinde amaç, arşiv kullanıcılarının başvuru ve araştırma sürecinde ihtiyaç duydukları malzemeye en kolay, en kısa sürece ulaşabilmelerini temin etmektir.

Bunun için, kümeleme kılavuzu değerlerinde belge bilgilerini tanımlayıcı bilgilere sahip olmak zorunludur. Bu var olan arşiv birikiminin tekrar taranarak, içerik bilgilerinin yeni sayısal alt yapıya uygun şekilde oluşturulması demektir. Bu da uzun vadeli yoğun bir çalışma gerektirmektedir.

3- Teknik İşlemler:

Halk kültürü arşivimizde farklı yaş ve farklı formatlar da çok sayıda materyal bulunmaktadır. Özellikle makara bant, taş plak ve görüntü belgelerinin okunabileceği cihazlar artık pazar ömrünü doldurmuş ve abartısız müzeliğe hale gelmiştir.

Arşiv malzemelerinin kıymetini belirleyen özelliklerden birisi de malzemenin yaşıdır. Teknik olarak kullanılamaz durumda olan söz konusu malzemelerin acil olarak yeni formatlara (dijital) transferi gereklidir.

Unutulmamalıdır ki, yok olan her belge ile birlikte kaybedilen değeri sadece bir görüntü veya ses değil, ulusal ve evrensel kültürümüzün geri kazanılması başka türlü mümkün olmayan önemli bir parçası olduğudur.

Bu konuda akademik yaklaşım belgenin tıpkı bir mimari eserde olduğu gibi restorasyonudur. Restorasyon ve transfer terimleri genellikle birbirine karıştırılmaktadır. Arşivde bulunan, yaşı eski materyallerin büyük bir kısmında, restorasyon ve transfer ihtiyacı vardır.

Restorasyon teriminden, görüntü kalitesi (gürültülü, üzerinde çizgi, titreme ya da toz parçacıkları gibi bozucu etkiler olan) ya da ses kalitesi düşük olan belgenin, bilgisayar destekli sistemler aracılığıyla tekrar eski kalitesine sahip olacak şekilde iyileştirilmesi anlaşılmalıdır.

Transfer (aktarma) terimi ise materyalin üzerinde herhangi bir görüntü ya da ses iyileştirilmesi yapılmaksızın daha nitelikli ve her zaman kullanılabilir (sayısal) bir formata olduğu gibi aktarılmasıdır.

4- Güvenlik:

Arşiv şartlarının istenilen düzeyde bulunmadığı HAGEM Halk Kültürü arşivinde olumsuz şartların etkisi ile bazı belgelerin kullanılamaz duruma geldiği acı bir gerçektir. Son olarak Ulusumuzu derinden yaralayan 17 Ağustos deprem felaketinde, Bolu İli halk kültürü arşiv malzemesi büyük ölçüde zarar görmüş ve 52 belge yok olmuştur.

Bir daha üretilmesi mümkün olmayacak kültür hazinesi arşiv belgelerinin korunarak gelecek nesillere intikalinin sağlanması, amacı ile öngörülen çözümler.

Belge asıllarının arşiv dışına çıkışının önlenmesi, hizmetlerin belge kopyaları üzerinden verilmesi, belgelerin üzerine kalite ve içeriğini bozmadan kurum logosu (Su izi) konması şeklinde özetlenebilir.

5- Uluslararası ilişkiler, tanıtım ve telif hakkı:

HAGEM kamu hizmeti yapan bir kurum olması nedeniyle arşiv malzemesine ticari bir meta olarak bakmamakta ve hizmetler ücretsiz verilmektedir.

Arşiv birikimi korunması ve gelecek nesillere intikali gerekli bir kültürel mirastır. Ancak arşivdeki her materyalin bir maliyeti vardır. Kurum dışı müracaatlarda verilecek hizmet karşılığı yeni malzeme kazanımı ve koruma şartlarının iyileştirilmesinde kullanılmak üzere belge bilgisi satışının yapılmasında yarar görülmektedir.

Evrensel değer taşıyan arşiv belgelerinin kullanılması, saklanması ve değerlendirilmesi anlamında gerekli her türlü yeniliğin uygulanması için zorunlu olan uluslararası ilişkilerin geliştirilmesi yanında, genel olarak halk kültürü arşivlerinde çözüm bekleyen problemlerden birisi de Hak ve Yetki devri ile bağlantılı haklar (komşu hakları) gibi yasal yükümlülüklerdir.

Proje uygulamaları ile gerek teknolojik, gerekse işbirliğine yönelik uluslararası çalışmalar ile yasal düzenlemelere ilişkin çalışmalar yapılması planlanmaktadır.

- HAGEM, arşiv proje uygulaması ile teknolojinin son imkanlarını kullanan, çağdaş ve işler bir arşiv sistemine kavuşmuştur. Ancak açık olarak bilinen bir ilke, teknolojinin tek başına, eğitilmiş nitelikli insan gücü olmaksızın hiçbir işe yaramayacağıdır.

Yeni arşiv sisteminin etkin ve verimli kullanılabilmesi ve bu proje içerisinde değinilen hedeflere ulaşarak, amaçlanan kazanımların sağlanabilmesi için, yetişmiş ve nitelikli insan gücüne ihtiyaç duyulmaktadır.

HALK KÜLTÜRÜ-MEDYA İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA: YENİ HALKBİLİMİ KURAMLARININ SORUNLU YÖNLERİ ÜZERİNE TESPİTLER

Doç. Dr. Özkul Çobanoğlu

Halkbiliminin yeni kuramlarının halk kültürü ve medya ilişkisi bağlamında gözden geçirilmesinin gerekli olduğunu düşündüğümüz sorunlu yönlerinin ele alınacağı çalışmamıza konumuzu belirleyen temel kavramlara yüklediğimiz anlamları tanımlayarak başlamamız anlaşılabilir olmak bakımından daha yararlı olacaktır¹. Bilindiği gibi, kültür, nesiller boyunca birinden diğerine aktarılan uygulama, deneyim, bilgi, görgü, duygu birikimleri ve bunlara ait bilgi öğelerinden oluşur, şeklinde tanımlanabilir. Ancak kaynakları ve mahiyeti bakımından nesiller boyunca aktarılan yaşantı ve bilgi öğeleri arasında bazı farklılıklar vardır. Söz konusu farklılıklardan dolayı da, neredeyse bütün kültürlerde, “yüksek kültür” (high culture) ve “halk kültürü” (folk culture) adı verilen iki katmanlı bir tabakalaşma oluşmaktadır.

Bilgi kaynağı ve mahiyetinden kaynaklanan bu tabakalaşmayı oluşturan farklılıklar, iki temel kategoriye ayrılarak tanımlamayı mümkün kılmaktadır. Bunlardan birincisi bilimsel yöntemin kullanılmasıyla elde edilen bilgidir. Bir bilginin bilimsel olmasının ölçütü yönlemsel olmasıdır. Bilimsel bilgi aynı zamanda objektif, eleştiriye açık, sistemli ve tutarlı bilgidir. Herhangi bir kültürde bu tür bilginin ve ona dayalı yaşantıların oluşturduğu kültürel tabakaya “Yüksek kültür” adı verilir. Yüksek kültüre ayrıca, “kitabî kültür”, “resmi kültür” gibi adlar da verilir.

İkinci tür bilgi kategorisi ise, “halk bilgisi”(folk-lore) veya “gündelik bilgi” adlarıyla bilinen bilgidir. Bu bilgi çeşidi, günlük yaşamın sınırları içinde gelişen ve geçerli olan, kısmen bilimsel doğruluğu da olan bir bilgidir. Gündelik bilgi veya halkbilimsel bilgi, duyum ve algıya dayanan, *deneme-yanılma* ile elde edilen, *bilen* (süje)-*bilinen* (obje) ilişkisinin sezgi yoluyla oluşan *sezgisel* ve yönlemsiz de olsa *empirik* (deneyimsel) bir bilgidir. Bu bilgi türü kuşaktan kuşağa örgün olmayan eğitim yollarıyla geçmekte ve değişen toplum yapısına göre de kendisini yenilemektedir. Örneğin romatizmalı bir insanın, yağmurun yağması ile romatizma ağrısı arasındaki neden-sonuç ilişkisini bilmeden yağmurun yağacağını söylemesi empirik bir bilgidir. Aynı şekilde yaz mevsiminde ince ve açık giysiler giyilmesi, ilkel insanın su-

¹ Yeni halkbilimi kuramlarıyla kast ettiğimiz 1960 sonrasında oluşturulanlardır. Bu konuda daha fazla bilgi için bkz. (Çobanoğlu 1999).

yun kaldırma kuvvetini bilmeden sal ve gemi yapmasıyla, ön yargılar ve batıl inançlar gündelik bilgiye örnek olarak verilebilir. Zamanla eskiyen bilimsel bilgiler ve onlara dayalı geliştirilmiş eski teknolojiler de popülerleşip yaygınlaşarak gündelik bilgi veya halkbilimsel bilgiye dönüşebilir. İşte, bir kültürde bu tür bilginin ve ona dayalı yaşantıların oluşturduğu tabakaya “halk kültürü” adı verilir. Bilindiği gibi, Halkbilimi disiplininin (folkloristics) araştırma alanını da “halk kültürü” oluşturur.

Medya ise, duygu, düşünce ve bunlara dayalı seçme içeren yazılı ve elektronik kültür ortamlarında görüntü, harf, ezgi, ses ve söz yoluyla kitlesel mesajları aktaran araçlar ve teknikler olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda halkbilimi ile medya ilişkisi, halkbiliminin bağımsız bir bilimsel disiplin olarak ortaya çıkmağa başladığı günlerden itibaren daima var ola gelmiştir. Onsekizinci yüzyılın sonlarında disiplinin en erken formülasyonları arasında, daha ilk “halk” tanımı yapılırken, dikkate alınan ölçütler “okuma-yazma bilmeme” dolayısıyla da yazılı medyadan etkilenme ve dağlık, ormanlık bölgelerde yaşamak” yine medyadan etkilenmenin en az olduğu düşünülen “kırsal kesimde” bulunmak ve “kuşaktan kuşağa sözlü aktarım yoluyla iletilmek” gibi doğrudan yazılı medyayla ilişkilidir².

Yazılı medyanın yanısıra 19. ve 20. yüzyılda ortaya çıkıp devasa boyutlara erişen elektronik medyanın gelişim sürecinde, halkbiliminin halk tanımı da yeni ölçütler ve kuramlar doğrultusunda değişmiş, Dan Ben-Amos’un (1971) meşhur “kuramsal olarak aralarında en az bir müşterek faktör bulunan ve en az iki kişiden oluşan halk toplulukları arasında kurulan artistik veya sanatsal iletişim” yeni halk ve folklor tanımları olarak kabul edilmiştir. Böylece bir zamanlar bir birlerini tanımlama da kullanılan ve biraraya gelmeleri tasavvur dahi edilemeyen “folklor” ve “modern” kelimelerinden mürekkep “modern folklor” gibi terim ve kavramlarla ifade edilen yeni araştırma alanları ortaya çıkmıştır. Bu yeni kuramsal formülasyonlarda, okuma-yazma bilmeme ve medyadan etkilenmiş olmama gibi ölçütlerin geçersiz kıldığı görülmektedir. Ancak iletişim biçiminin “sanatsal” ve “yüz yüze” (face to face) gibi ölçütlerle sınırlanmağa çalışılmasının getirdiği halk kültürü alanını kapsamayı mümkün kılmayan kuramsal sıkıntılar vardır. Bu kuramsal sıkıntıların bazıları “duvar yazısı” (grafiti), gibi tür (genre) boyutundayken, bazıları da, halk resmi, halk mutfağı, halk zenaat ve sanatları gibi folklor kadrosu içinde yer alan araştırma alanı boyutundadır.

Dahası, bu tür bir sınırlamanın disiplinimiz için “gelenek” (tradition) gibi bir kavramı “devralınan” ve “devredilen” ölçütleriyle de sınırlayarak halk kültürünün ihtiyaçları doğrultusunda ne denli modern hatta post-modern bir toplumda dahi yaşanırsa yaşansın “yaratılan”, “inşa edilen” anlamlarıyla geleceğe dönük kültürel bir yapı taşı olma özelliğini de kapsama alanı dışına çıkarması söz konusudur³. Bu

² Herder’in meşhur “das volk” tanımı başta olmak üzere erken dönem tanımlamaları için bkz.(Cocchiara 1981) ve (Çobanoğlu 1999).

³ Gelenek kavramının halkbilimsel düşünce tarihinde, geçmişe yönelik (Utley 1961) ve geleceğe dönük kültürel bir öge olarak kullanımı için (Hobsbawn 1983) bakılabilir.

nedenle de, iletişimi sadece “sanatsal” olanla sınırlamak geçmişteki folklor tanımları ve onların kuramsal çerçevelerinin “edebi bulmadıkları” halk edebiyatı ürünlerine uyguladıkları “yok varsaymayı”, sanatsal kabul edilemeyecek bütün iletişim biçimlerine de getirmektedir. Bu durum, halkbilimi gibi esas itibariyle, insan davranışlarını ve geleneklerini çalışarak objesi olan insanı daha iyi anlamaya ve onun hakkında daha derin bir bilgiye kavuşmayı amaçlayan (Çobanoğlu 1999: 5) bir disiplin açısından kabul edilemez niteliktedir. Nitekim günümüzde, yukarıdaki halk ve folklor tanımını kabul etmekle birlikte başta Performans Teori olmak üzere çeşitli kuramsal çerçeveler doğrultusunda sürdürülen halkbilimi çalışmaları, tartıştığımız tanımı ve kuramsal çerçevesini defacto olarak aşmış durumdadır⁴. Bu durum da, bize söz konusu tanımın yeniden gözden geçirilmesinin ve ortaya çıkardığı kuramsal sıkıntıların giderilmesinin gereğini ortaya koymaktadır.

Dan Ben Amos’un tanımı (1971) ve ona bağlı kuramsal çerçeveden “sanatsal” ve “yüz yüze iletişim” ölçütlerinin kaldırılarak doğrudan doğruya iletişim biçimlerinin ele alınması bizim çalışmalarımızda, folklor unsurlarının içinde üretilip tüketildikleri kültür ortamının temel teknik niteliğinden hareketle “sözlü kültür ortamı”, “yazılı kültür ortamı”⁵ ve elektronik kültür ortamı” olarak adlandırdığımız (Çobanoğlu 2000) üçlü bir dizge doğrultusunda halk kültürü unsurlarının tamamının ele alınması, mevcut kuramsal sıkıntıları ortadan kaldıracak bir mahiyettedir.

Sonuç olarak, teklif ettiğimiz yaklaşım, halkbilimi disiplinin “uygulamalı bir kültürbilimi” olma vasfını⁶ tebarüz ettirmesi bakımından da son derece önemlidir. Ayrıca, mevcut ve geliştirilmekte olan iletişim modellerini de halk kültürü unsurlarına uygulamayı mümkün kılan bu yaklaşım, halkbiliminin temel niteliklerinden birisi olan disiplinlerarası çalışmaları, iletişim bilimleri başta olmak üzere diğer sosyal ve beşeri bilimlerle daha da verimli kılacaktır.

⁴ Bu konuda geniş bibliyografya ve belli başlı çalışmalar için bkz. (Baron 1992; Bausinger 1990; Bauman 1992; Foley 1998).

⁵ Sözlü ve yazılı kültür kavramlarıyla ilgili olarak bkz. (Ong 1995).

⁶ Halkbilimi’nin özellikle Almanya’da “uygulamalı kültürbilimi” olarak adlandırılmasına dair kuramsal ve yöntemsel gelişmelerle ilgili olarak bkz. (Dow 1986).

Kaynakça

Baron, R. ve N. Spitzer. **Public Folklore**. Washington: Smithsonian Institution Press.

Bausinger, Hermann.1990.(çev. E. Dettmer) **Folk Culture in a World of Technology**. Bloomington: Indiana University Press.

Bauman, Richard.1992.**Folklore, Cultural Performances, and Popular Entertainments: A Communications-centered Handbook**. New York: Cambridge University.

Ben-Amos, Dan.1971.” Toward a Definition of Folklore in Context”

Journal of American Folklore, C.84, S. 331, s. 3-15.

Cocchiara, Giuseppe.1981.**The History of Folklore in Europe**.

Philadelphia: Institute for the Study of Human Issues.

Çobanoğlu, Özkul.1999. **Halkbilimi Kuramları ve Araştırma Yöntemleri Tarihine Giriş**. Ankara: Akçağ Yayınları.

Çobanoğlu, Özkul.2000.**Âşık Tarzı Kültür Geleneği ve Destan Türü**.

Ankara: Akçağ Yayınları.

Dow, R. James ve H. Lixfeld.1986. **German Volkskunde: A Decade of Theoretical Confrontation**. Bloomington: Indiana University Press.

Foley, J. Miles.1998. **Teaching Oral Traditions**. New York: The Modern Language Association.

Gans, J.Herbert.1974. **Popular Culture and High Culture**. New York: Basic Books.

Hobsbawn, Eric ve T. Ranger.1983. **The Invention of Tradition**. Cambridge: University Press.

Ong, J. Wlater.1995. **Sözlü ve Yazılı Kültür: Sözüñ Teknolojileşmesi**.

İstanbul: Metis Yayınları.

Utley, L. Francis.1961.”Folk Literature: An Operational Definition.”

Journal of American Folklore, S. 74, s.193-206.

MİLLİYET GAZETESİNCE DÜZENLENEN HALK OYUNLARI ORGANİZASYONLARININ ULUSLARARASI TANITIMA KATKISI

Prof. Fikret DEĞERLİ*

Bu bildiri de varılmak istenen ana amaç, Milliyet Gazetesi'nin yaptığı bir etkinliğin getirdiği sonuçlardan yola çıkarak, medya halk kültürü ilişkisinde, varılan noktada bir takım olumlu ve olumsuzlukların ortaya konmasıdır.

Bilindiği gibi halk kültürü çok zengin maddi ve manevi değerlerden oluşmaktadır. Bu maddi ve manevi değerler içerisinde, kendi alt başlıkları ile bir çok konu, kendi alanında özel ilgiyi ve özel araştırmaları gerektiren bir değer olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle günümüzde halk kültürünün bir çok dallarını da içinde barındırması ve aynı zamanda bir sahne sanatı niteliği ile uluslararası boyutta yer alması ve elde ettiği başarıları ile ilgi odağı haline gelmesi, halk oyunlarının bu ortamda, bu düşünce çerçevesinde, gelmesi gereken nokta ve medya ilişkilerinde ki varılan sonuçları örnekle sunmaya çalışacağız.

Cumhuriyet Döneminde halk kültürü alanında yapılan çalışmalar hepimizce bilinmektedir. Ancak yapılan çalışmalarda Cumhuriyet'in kuruluşuyla 1923'te başlayan ilk genel halk kültürü hizmetleri ile ilgili bilgi ve görüşlerin ortaya konmasından sonra, halk kültürünün bazı konuları zamanla ön plana çıkmaya başladı. Özellikle 1950 yılından sonra halk oyunlarının aynı şekilde ön plana çıktığını görmekteyiz. Halk oyunlarının gündeme gelmesinde belli kuruluşların bu alanda ki hizmetleri ön plana çıkmaktadır. Bilhassa 1950'den sonra iki kuruluşun ismini zikredererek örneklemek gerekir. Bunlardan bir tanesi takriben 1952'li yıllarda Yapı Kredi Bankası'nın kurmuş olduğu sonradan ismi "Türk Halk Oyunlarını Yaşatma ve Yayma Vakfı" olarak değiştirilen, "Türk Halk Oyunlarını Yaşatma ve Yayma Tesissidir". Bu vakıf yaptığı çalışmalar ile Türk Halk Oyunları'nı özellikle Anadolu'dan derlenerek bütün orijinal ve geleneksel yapılarıyla birlikte topluma daha iyi takdim etme amacını hedef almıştır. Bu çalışmalar yapılırken de Anadolu'dan gelen bu halk oyunlarına gönül vermiş insanların doğal olarak sunduğu gösteriler o zaman arşivler halinde filmlere ve kasetlere kayıt edilerek, saklanması gereken belgeler haline getirilmişti.

* I.T.Ü. T.M.D.K. Öğretim Üyesi

Yine aynı dönemde halk oyunları ile ilgili çalışmaları yapan ikinci bir kurum ise o günkü yapısı ile üniversite gençliğinin temsilcisi, kültürel bakımdan önemli katkılar sağlayan “Türkiye Milli Talebe Federasyonu” idi. Türkiye Milli Talebe Federasyonu’nun özelliğini ve önemini ortaya koyabilmek için özellikle o dönemdeki konumu vurgulamak gerekmektedir. O günlerde ülkemizde devlet katında Kültür Bakanlığı yada Turizm Bakanlığı yoktu. Türkiye Milli Talebe Federasyonu bünyesinde ise Kültür Müdürlüğü ve Turizm Müdürlüğü vardı. Yani 1950’li yıllarda, devlette daha temsil edilmemiş konuların, Talebe Federasyonu bünyesinde ele alınıp incelenmiş olduğunu görmekteyiz. Yine bu dönemde Talebe Federasyonu’nda “Halk Oyunları Komisyonu” ile başlatılıp sonra “Halk Oyunları Müdürlüğü”ne dönüştürülen bir Halk Oyunları Organizasyonu ve örgütü de mevcut idi.

İşte bu iki kuruluşun 1950’li yıllarda başlattığı halk oyunları ile ilgili atılımlar sayesinde Talebe Federasyonu tarafından üniversite gençliğine halk oyunlarının sevdirilmesi sağlanmış, Yapı Kredi aracılığı ile ise, mahalli halk oyunlarının topluma daha iyi takdim edilebilmesi ile kültürel değerlerin korunması ve yaşatılmasına katkı sağlayacak amaçlara hizmet veren bir çalışma ortaya çıkmıştır. Bu aşamadan sonra Talebe Federasyonu’nun ve Yapı Kredi’nin başlattığı bu çalışmalar 1960’lardan itibaren bir şekil değişikliği ile yavaş yavaş toplumda kabul görmeye, beğeni kazanmaya başlamış ve halk oyunlarına ilgi gittikçe artmaya başlamıştır. Yapılan çalışmalar 1960’lardan sonra uluslararası boyuta yönelmiş ve bu alanda yapılan çalışma sistemlerinin kabul görmesi ile halk oyunlarının özellikle sahne sanatı olarak bir takım değişimler ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmaların başlaması ile birlikte yine ilk defa Türkiye’de o dönemlerde Talebe Federasyonu’nun yapmış olduğu uluslararası kültür şenliği çerçevesinde halk oyunları gösterileri yer almaktaydı ve bu şenlikler, 3. döneminden itibaren ilk defa Türkiye’de yarışmalı bir şekle dönüştü ve bu değişiklikte birlikte uluslar arası boyutta olmak üzere yabancı ülkelerden gelen çeşitli toplulukların da katılımı ile yarışmalı tarzda bir halk oyunları şenliği halini aldı. Böylelikle halk oyunları, gösteri olmaktan öteye artık yarışma ortamında da değerlendirmeye ve bu şekilde topluma sunulmaya başlandı.

Bu tür yaklaşımlar 1960 ile 1970 yılları arasında bazı farklı kuruluşlar tarafından da değerlendirilmiştir. O dönemlerde kısa süreli olarak Turizm Bakanlığı’nın bünyesinde bulunan bir dairenin yetkilileri tarafından, yurt dışına tanıtma amacı ile halk oyunları topluluklarının götürüldüğünü bilinmektedir. Bu topluluklar Avrupa’nın bir çok ülkesinde turlar yaparak resmi devlet topluluğu niteliğinde gösteriler sunmuş, Avrupa ve Batı ülkeleri toplumlarına, Türk halk kültürünü tanıtma amacıyla çalışmalar yapmışlardır.

Bu hareketlerin yapıldığı dönemlerde o dönemin önde gelen bazı gazetelerinin de bazen bir veya iki yıllık, bir yada iki sefer yapılmış halk oyunları ile ilgili yarışmalar yaptıklarını ancak bunların sürekli olmadıklarını görmekteyiz. 1969 yılına kadar bu şekilde gelen bu yarışma düzeni 1969 yılında Milliyet Gazetesi tarafın-

dan daha ciddi boyutta ele alınmaya başlamıştır.

1969 yılında gazetede yayınlanan bir ilanla Türkiye’de ilk defa lise ve dengi okullar arası bir halk oyunları yarışmasının organizasyonu başlatılmıştır. Bu olayda gerçektende halk kültürüne gönü ile bağlı bir kişi olan o günkü Milliyet Gazetesi halkla ilişkiler müdürünün katkıları yadsınamaz. 1969 yılında verilen bir ilanın ilk yarışı 1970’de gerçekleşmiş ve 1970 yılından itibaren de bütün Türkiye tarihinde gerçekleşen bu yarışmanın elemeleri büyük illerde, finalleri ise İstanbul’da yapılmıştır. Milliyet’in yapmış olduğu bu yarışma, bir gazete, bir medya kuruluşu tarafından gerçekleştirilmesi bakımından toplumda önemli bir heyecan yaratmıştır. Yaratılan bu heyecanın içerisinde Milliyet Gazetesi hemen hemen tüm yarışmalar süresince halk oyunları konusunda başlıklar atmış ve konusu tamamen halk oyunları ile ilgili ilave gazeteler çıkarmıştır. Bu ilave gazetelerde o yarışmalara katılan gençlerin isimleri yayınlanarak toplumda ayrı bir ilgi noktası oluşturulmuştur. Milliyet Gazetesi’nin bu ilgisi sayesinde birden bire ülkede, Anadolu’nun her tarafında halk oyunlarına karşı orta okul, lise ve üniversite seviyesinde çocukların ve gençlerin katılımları başlamış ve gençlerin ailelerine de intikal etmiştir.

İşte burada karşımıza çıkan temel sonuç, bir gazetenin, bir medya kuruluşunun meseleyi bu boyutta ele alması ile birlikte toplumda yaratmış olduğu olumlu etki ve heyecandır. Tabii bu heyecanı Milliyet burada bırakmamıştır. 1975 yılında başlamak üzere meseleyi uluslararası boyuta taşımıştır. Milliyet Gazetesi kendisinin yaptığı tarzda, yurt dışında yarışmalı uluslararası festivallere, festival niteliğinde ki gösterilere, halk oyunları guruplarını götürerek uluslararası boyutta da halk oyunlarına karşı büyük bir ilginin oluşmasına katkıda bulunmuştur.

Milliyet Gazetesi yaptığı bu çalışmalar ile, hem kendisine hem de topluma karşı iki yönde fayda sağlamıştır. Bunlardan birincisi, Milliyet aracılığı ile halk kültürü ve halk kültürü içinde önemli bir unsur olan halk oyunları üniversite gençliği dışında Türkiye’nin her yerinde, yerel yönetimler, resmi ve özel kuruluşlar, her seviyedeki okullar ve medya tarafından büyük ilgi görmeye başlamış ve halk oyunlarına ait bir takım çalışmaların başlamış olmasıdır. İkincisi ise Milliyet Gazetesi’nin bu sayede tirajını arttırmış olması ve medyanın böyle bir faaliyete önem vererek, kendisine getireceği faydanın da neler olabileceğini göstermiş olmasıdır. Yapılan istatistikler ile Milliyet Gazetesi’nin 1970- 1975 yılları arasında birden bire tirajının büyük boyutlarda arttığı gazetecilerin kendileri tarafından ortaya konmuştur.

Milliyet Gazetesi’nin özellikle ulusal boyutta ortaya koyduğu bu gerçek, halk kültürünün bir çok alanında, özellikle halk oyunları alanında tanıtım açısından gelişmeler sağlamıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda, birden bire diğer örgütlerde, yani medya dışında ki örgütlerde de halk oyunları alanında ki faaliyetlerin ön plana çıkmaya başladığı görülmüştür. Örneğin Milli Eğitim Bakanlığı, Gençlik Spor Bakanlığı ve hatta Kültür Bakanlığı’nın yapmış olduğu halk oyunları etkinliğinin temelinde Milliyet Gazetesinin bu organizasyonları ve Milliyet Gazetesi’nin bu organizasyonlar ile onlarda yarattığı etki yatmaktadır. Türkiye’de ilk defa Bakanlık olarak

yapılan halk oyunları yarışmasını Gençlik Spor Bakanlığı yapmıştır. Gençlik Spor Bakanlığı bu organizasyonu Milliyet'ten aldığı bilgi ve görgüye dayanarak yapmış ve onların belirlediği kriterlere göre bu organizasyonu yürütmüştür. Böylece bir medya organının yapmış olduğu faaliyetlerden etkilenerek, resmi boyutta bu alanda ilk hareketin başlamıştır. Bakanlıkların her zaman olduğu gibi değişimlerinin sonucunda, Milli Eğitim Bakanlığı ile bu faaliyet tekrar devam etmeye başlamıştır. Daha sonraları Kültür Bakanlığı başka anlamda yaptığı bir denetim sistemini yarışma boyutuna çekmiştir.

Bu gelişmelere bakıldığında görülüyor ki, bir medya kuruluşunun halk oyunlarına vermiş olduğu bu ilgi ve desteğin sonucunda, devlet katında da ilgi artmış hatıta bu ilginin artışı içinde bugün Kültür Bakanlığı'nda var olan "Devlet Halk Dansları Topluluğu"nun kuruluşuna varan bir takım organizasyonlar ön plana çıkmış ve bunun yanında yine başka medya kuruluşları da bu konuya yavaş yavaş eğilmeye ve ilgi göstermeye başlamıştır. Yine Milliyet Gazetesi'nin uluslar arası faaliyetlerde ortaya koyduğu çalışmalara bakıldığında, yurt dışında ki çalışmalarda elde edilen başarıların Türkiye'ye döndüğü zaman gazetede büyük manşetlerle, büyük takdimlerle uzun süreli anlatarak topluma sunulması, yurt dışında ki bu faaliyetlerin ilgisinin de gittikçe sivil toplum örgütleri ve yerel yönetimler tarafından ve devlet katında ki resmi kuruluşlar tarafında da aynı boyutta benimsenmesine vesile olmuştur.

Sonuç olarak şunu burada iki tespit vardır. Birisi bir medya kuruluşunun yapmış olduğu faaliyetin halk kültürünün toplum nezdinde ki genişlemesine katkısıdır. İkincisi de, Milliyet'in kendi yaptığı ulusal ve uluslar arası boyutta ki faaliyetlerini kendi gazetesinde yayınlamakla kazanmış olduğu etkidir.

Milliyet Gazetesi'nin dışında ise diğer medya mensuplarının, sivil toplum örgütlerinin veya bakanlıkların yaptığı faaliyetlere hiçbir ilgi göstermediği bilinen bir gerçektir. Bu gerçek halk kültürünün tanıtımı açısından olumsuz bir sonuçtur. Bir gazetenin halk kültürü ve özellikle halk oyunları alanında yapmış olduğu bu faaliyet bu sempozyumda ele alınan özel bir örnektir. Ancak genel anlamda medya kuruluşlarının böyle etkinliklerde aktif rol oynamasının önemli olduğu ve bu özel örneklerin günümüzde artarak var olması bu camia tarafından beklenen ve istenen bir gerçektir. Medya kuruluşlarının meseleye ciddi ve ilmi boyutta bakması, ulusal ve uluslar arası boyutta yapılan kültürel faaliyetlerin görsel ve yazılı medya tarafından kamuoyuna sunulması ise beklenen hedeftir.

EN ETKİN KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDAN OLAN TELEVİZYON VE HALK KÜLTÜRÜNE ETKİSİ

İLKUNUR DEMİRBAĞ*

Kültürler ulusların kişiliği, kimliği ve varlıklarını sürdürebilmelerinin vazgeçilmez koşullarından biridir. Bu nedenledir ki kültürün korunması, tanınması, doğru aktarılması çok önemlidir. Bu noktada çok etkili ve yaygın olarak bunu sağlayan organlar bütünü olarak medya karşımıza çıkmaktadır. Medya denilince akla pek çok yayın organı gelmektedir. Bununla birlikte medya bütünüünün baş sıralarında yer alan Televizyonun da Türkiye genelinde yaygınlığı düşünüldüğünde Halk Kültürünü nasıl ele aldığı konusunun ne kadar önemli olduğunu ve üzerinde durulması gereken konuların da başında geldiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Tabii burada sözü edilen Halk Kültürü Geleneksel Halk Kültürüdür.

Konu Televizyonun Halk Kültürüne etkisi olduğu için de Türkiye’de Televizyonun tarihine kısaca bakmak gerekir.

“Radyo ve Televizyon yayınlarının yönetiminin özerk ve tarafsız bir kamu iktisadi kuruluşu olarak düzenlenmesini öngören 1961 Anayasası uyarınca Mayıs 1964’de yürürlüğe giren bir yasayla Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) kuruldu. TRT 31 Ocak 1968’de AFC’nin başısladığı teknik donanımla Ankara’da 5 kw gücündeki bir vericiyle ilk televizyon yayınıını gerçekleştirdi. 1972’ye değin demeye niteliğinde sürdürülen bu yayınlar Ağustos 1971’den sonra 1958’den beri yayın yapan İTÜ vericisinden ve PTT’nin radyolink bağlantısından yararlanılarak İstanbul’da da izlenebildi.

1971’deki anayasa değışiklikleri sırasında TRT’nin özekliğı kaldırıldı, kurum “tarafsız” bir kamu iktisadi kuruluşu olarak yeniden düzenlendi. Bu doğrultuda Şubat 1972’de TRT yasasında yapılan değışiklikle kurum siyasal iktidara daha bağımlı duruma geldi. 1977 sonunda toplam televizyon verici gücü 1.417 kw’ye, verici sayısı ise, 26’sı ana verici olmak üzere 58’e ulaştı; böylece televizyon yayınları ülke alanının yüzde 60’ında izlenebilir duruma geldi.

IV. Beş yıllık kalkınma döneminin (1979-83) sonunda, planda öngörülmemesine karşın 1982’de hükümet kararıyla aşamalı olarak renkli televizyon yayını başlatıldı. 1983 sonuna değin televizyon verici gücü altı kat artarak 1.935 kw’ye, verici sayısı ise 34’ü ana verici olmak üzere 199’a yükseldi. Böylece televizyon yayınları

* I.T.Ü. T.M.D.Konservatuarı Öğretim Görevlisi

ülke alanının yüzde 80'inde, nüfusun yüzde 91'i tarafından izlenebilir duruma geldi. 1 Temmuz 1984'te tümüyle renkli televizyon yayınına geçildi.

1982 Anayasası'nın hükümleri doğrultusunda çıkarılan yeni Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu 1984 başında yürürlüğe girdi. Yalnız TRT'yi değil, onun dışındaki kalan radyo ve televizyon yayınları ile öteki tüm elektronik yayınları da düzenlemeyi öngören yasayla TRT dışında bir üst kurul olan Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu oluşturuldu. Toplam 12 üyeden oluşan bu kurulun üyelerinin sekizinin Cumhurbaşkanı, dördünün de Bakanlar Kurulu tarafından atanması öngörülmüştü. Bu düzenlemenin görünüşte radyo ve televizyon yayınlarını siyasi iktidarların denetiminden korumayı amaçlamasına karşın yeni dönemde hükümetlerin yayınlardaki belirleyici ağırlığı yaygın bir eleştiri konusu oldu.

V. Beş yıllık kalkınma planı (1985-89) doğrultusunda Ekim 1986'da televizyon yayınlarına ikinci bir kanal (TV 2) eklendi. 1987'de "intelsat" uydusundan kiralanmış bir aktarıcından TV 1 ve TV 2 programlarının uydu yoluyla bütün Türkiye'yi kapsamaya başlandı. Planda öngörülmemesine karşın Ekim 1989'da üçüncü televizyon kanalı (TV 3) ve Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP) alanına giren 14 ile yönelik yayın yapan GAP TV yayına geçti. Şubat 1990'da Avrupa'daki Türk işçilerine yönelik yayın yapmak üzere TRT-INT (TV5) adıyla bir televizyon kanalı daha oluşturuldu. Temmuz 1990'da örgün ve yaygın eğitim ağırlıklı programlara ayrılan TV 4 kanalı yayına başladı. Ama TV 1 ve TV 2 dışındaki kanalların izlenebildiği alanlar henüz oldukça sınırlıydı.

Uydu yayınlarının 1986'dan sonra Türkiye'den de yaygın biçimde izlenmeye başlanması TRT'nin televizyon yayınları üzerindeki tekelinin fiilen kırılmasına yol açtı ve 1990'lı yıllarla beraber özel kanalların kurulması özellikle 1993 yılından sonra yoğunlaşan özel kanal yayınları TRT'nin seyircisini de yüzde 5'lere indirdi.

TRT yayınlarının bu ana kadar verilen ülke bazında alan olarak yaygınlığı ve izlenebilirlik oranları ve TRT dışındaki kanalların da kurulmasıyla kanal sayısı 1990'lar dan sonra da artarak günümüze kadar gelmiştir.

Bu denli yaygınlık kazanmış ve alternatif olarak çoğalmış bir iletişim sektörünün Halk Kültürünü etkilememesi mümkün değildir. Öyleyse televizyonların konuya yaklaşımları da çok önem taşımaktadır. Bu nedenledir ki TRT'nin genel yayın planında yayın düzeninin amacı olarak "çeşitli yaş, meslek, eğitim ve kültür seviyesindeki seyircilere doğru, tarafsız, anlaşılır, çabuk haber vermek, -altı çizerek belirtilmeli- eğitim ve kültürlerine katkıda bulunacak programlar üretmek, eğlence ve müzik ihtiyaçlarını karşılamak, en yaygın şekliyle milli kültür bütünleşmesine katkıda bulunmak" şeklinde belirtilmiştir. Bu planı daha da derinlemesine ele aldığımızda farklı amaçlara ve kesimlere yönelik yapılan programlarla ilgili benzer örnekleri çoğaltmak mümkün. Örneğin: Eğitim programlarında, çocuklara, gençlere ve ailelere yönelik yapılan programların hedeflerinin arasında ortak olarak şu nokta mutlaka vurgulanmıştır. Eğitimde, Türk milletinin milli, ahlaki, insani ve

manevi kültür değerlerini benimseyen vatandaşlar yetiştirmek; çocuk programlarında, çocuğun, yurdunu, milletini ve tarihini tanıması, milli kültür değerlerimizi benimsemesi; gençlere yönelik programlarda, çağdaş medeniyet düzeyine ulaşırken milli ve manevi değerleri koruyup geliştirmelerini sağlayan tarih şuuruna sahip bir kişilik ve dünya görüşü kazanmaları hedefler arasında yer almıştır.

Ayrıca kültür programlarının ilkeleri arasında yer alan “1.Kültürel gelişme hedeflerimizin belirlenmesinde ana hareket kaynağının, kendi öz kültürümüz ve değerlerimiz olduğu gerçeği göz önünde bulundurulacak 2. Millet olarak maddi ve manevi varlığımızın korunması, yaşatılması ve güçlendirilmesinde milli kültürümüzün tükenmez, zengin bir kaynak teşkil ettiği her zaman göz önünde tutulacaktır.” Sözleri de bildirinin başında vurgulanan ana temayı aynen doğrular niteliktedir.

Konuya bir iki örnek daha vermekte yarar var. Örneğin müzik programlarında öncelikli işlenecek konular arasında “Türk Müziğine ve Türk Halk Oyunlarına katkıda bulunmuş, emek vermiş sanatçı ve topluluklara” ayrıca “Yurt dışında konser veren, festivallerde derece alan sanatçı ve topluluklar ile icralarından örnekler” yer verilmesi önemle vurgulanmıştır. Rahmetli Nida Tüfekçi İ.T.Ü. Türk Musikisi Devlet Konservatuarında yaptığı bir anma konuşmasında bunu daha da öteye götürmüş ve TRT’nin bir zamanlar ne denli bu amaçlara yönelik çalıştığını gösterir nitelikteki düşünceleriyle şöyle ifade etmiştir “Biz Türk Halk Müziğini asıl radyolarda ve televizyonlarda, zamanın büyük üstatları ile öğrendik”. Bunu derken radyo ve televizyonların aynı zamanda bir okul olduğunu dile getirmiştir. Bu uygulamaların ve konuların bugün ne kadar geçersiz olduğuna dair örnekler ise maalesef çoktur. Bugün Arif Sağ’ın Köln Senfoni orkestrası ile verdiği konserden (aynı şekilde Sabahat Akkiraz’ın) bırakın televizyonlardan naklen izleyebilmeyi, vatandaş olarak kaç kişinin haberi olmuştur. Arif Sağ bugün tüm Türkiye’nin tanıdığı ve sevdiği sanatçıların da başında gelmektedir.

Benzer bir başka örnek televizyonun bir yabancı kanalından vermek mümkün. Türkiye’nin de katıldığı bir halk oyunları festivalini bir yabancı kanalda naklen izlerken, Türkiye’de ne bu festivalin ne de bu Türk ekibinin ismi dahi geçmemiştir. Bu örnekler tabii ki bu konuda hiç haber olmadığı anlamına gelmemektedir. Ancak çoğu kişi ve olaydan ve icraatlarından maalesef toplum olarak yoksun olduğumuz da kuşkusuzdur. Ayrıca bazı kanalların bu konudaki gayretleri yadsınamayacak kadar önemli olmakla birlikte, konunun teknik elemanlardan sanatçısına kadar bilen elemanlarla hazırlanması ve izleyiciye sunulması gayretlerinin yetersiz kaldığını da belirtmek gerekir.

Başka bir boyutta bir örnek de, yayınlana programların ne kadar önemli bir noktada nasıl kalıcı, olumsuz etki yaratabileceğini göstermek adına oldukça çarpıcıdır. “ Bilindiği gibi Devlet Halk Dansları Topluluğu’nun kurulduktan sonra yöresel oyunları stilize danslar şeklinde sahnelediği icralar, televizyon yoluyla yöreleri etkilemiş ve kaynak yerlerinde kimi bilinçsiz eğitici/öğretici maharetiyle bir takım olumsuz öykünmelere sebep olmuştur. Endişe duyulması gereken konulardan biri-

nin de bu husus olduğunun altını çizmek gerekir.”¹

Bugün çoğu Türkiye'nin her yerinden izlenebilen TRT yayınlarına bakıldığında konuyla ilgili olarak TRT korolarının düzenli olarak konserleri, birkaç yöre kültürlerini tanıtıcı belgesel nitelikli programları görmekteyiz. Bunlar ile yetinilmesini beklemek, bunca yıllık çok geniş ve renkli bir kültüre sahip Türk insanına haksızlıktır. Hiç değil ise bu kadarı var diyecek duruma geldik. Çünkü özel kanallarda maalesef bu kadarını da görmek mümkün değil (Bazı istisna sayılabilecek kanallar hariç).

Bunun da nedenlerinin başında içinde bulunduğumuz sistem ve bu sistem içinde televizyonun daha çok ticari araç olarak kullanılması gelmektedir. Bunu irdelediğimizde ise, programları izletmeye çalışan televizyon kuruluşlarının ve tüketiciye ulaşmak isteyen reklam şirketlerinin oluşturduğu bir çember yani rating olgusu karşımıza çıkmaktadır.

“Rating’in bu kadar önemli olmasını sağlayan hiç kuşkusuz saatlerce televizyonun karşısında oturan milyonlarca izleyicidir. Öyleyse hafızalarına kaydettikleri görüntüler içinde onların tüketimlerini, alışkanlıklarını etkileyici filmler de olmalıdır. Reklam şirketlerinin iştahını kabartan bu milyonlarca izleyici aslında dolaylı yoldan her şeyi kontrol altına alabilmektedir. Tespit edilen rating grupları ise milyonlarca izleyicinin izleme alışkanlıklarını bildirebilmektedir. Bir tencere içinde pişen çorbanın tadına karar veren ev kadını, çorbadan bir kaşık tadararak, tencere içindeki çorbanın tümü hakkında karar verebilir. Fakat izleyici ölçümleri yapılırken en büyük sorun, izleyicinin hiçbir zaman tencere içinde pişen yemek kadar homojen olmayacağıdır. Bu yüzden ratinglerin tüm izleyicileri ne kadar temsil edip etmediği tartışılır. Öyleyse rating tek başına bu kadar etkili bir güç olmamalıdır, çünkü rating kamçısı ile sansasyonel yaklaşımlar, cıvık programlar, düşük seviyeli filmler ön plana çıkarken; haber alma özgürlüğü, cevap hakkı, objektif haber, özgür yorum, çocukların ve gençlerin sosyo-psikolojik yapıları, insan hakları, kültür ve ahlak gibi kavramlar hiçe sayılmaktadır. Rating iyi, ratingim şu, ratingim bu derken her şey göz ardı edilebilmektedir. Pazardaki işportacı gibi “izleyici satıyorum” diye bağırarak televizyonları, reklam şirketleri de gayet ciddiye alarak izlemekte ve trilyonlarca lirayı tüketiciye ulaştırmak üzere vermektedir. Haluk Şahin “reklam şirketlerinin tek ilgilendiği şey kelle sayısıdır, yani reklam filmlerini kaç kişinin izlediğidir, işte bunun için ratingi yüksek programlar her zaman çok reklam alacaktır” demektedir. Evet bu yorum günümüz televizyonculuğunun bir parçasıdır. “Ne kadar çok izleyicim olursa o kadar çok reklam alırım” düşüncesi programların yapısını doğrudan etkilediklerinden topluma olan faydaları da o derece göz ardı edilmektedir. Reklam şirketleri gerçekten de ratingi yüksek programlara yağdırdıkları reklamlarla o programın televizyon şirketine kazandırdığı parayı da arttırmaktadır. Pekiyi

¹ ÖZARSLAN Metin, Folklor/Edebiyat 2002/2, sayfa 407

ama televizyon kanalları bir bakkal dükkanı mıdır?”² Hayır, değildir ve olmamalıdır. Öyleyse daha seçici olmak gerekmektedir ve bu seçici kitle ancak eğitimle artacaktır. Ancak yine başa dönüyoruz, eğitimi sağlayacak unsurlardan en etkili ve yaygın olanın televizyon olduğu gerçeğini unutmamalıyız. Sonuç olarak çözüm sistemin kendisinde yatmaktadır.

Televizyon yayınlarının başarıya ulaşması, yayınların sadece “eğlendirme” amacına yönelik olmayıp, aynı zamanda toplumun sosyokültürel gelişimini sağlaması açısından, izleyiciyi aydınlatan bir “haber politikası” izlemesini ve “eğitim” yayınlarına önem vermesini gerektirmektedir.

KAYNAK : 1994 TRT Genel Yayın Planı

² TURHAN Ertan, İletişim Fakültesi “Televizyon izlenme ölçümleri, nicelik ve nitelik ratingi” Yüksek Lisans Tezi, sayfa 104-105

KÜRESELLEŞEN (GLOBAL) DÜNYADA TÜRK HALK OYUNLARININ YERİ VE ÖNEMİ

Ahmet Turan DEMİRBAĞ*

İnternet çağı ile hızlanan küreselleşme süreci, dünyayı bir açıdan tek kültürlülüğe hızla sürüklerken, diğer bir yandan da, dünya kültürlerinin birbirlerini daha iyi tanınmasına ortam hazırlamaktadır.

Toplumlar arasında ki kültürel farklılıklar bir ayrılık sebebi olmaktan çok insanlığın ortak zenginliğidir. Bu zenginlik en son 2003 yılı Eylül ayında İstanbul'da yapılan UNESCO toplantısında da ortaya konulmuştur. Bu toplantının sonuç bildirisinde, özellikle folklorun kaybedilmemesi gereken değerlerin başında geldiğinin altı çizilerek bu konunun hassasiyetine dikkat çekilmiştir.

Dünya toplumları özellikle gelişmiş katı toplumlar başta olmak üzere II. Dünya Savaşı'ndan sonra savaşların önüne geçmenin bir yolunun da toplumların birbirini daha yakından tanınmasından geçtiğini düşünerek, uluslararası kültür alışverişi-ne ortam hazırlayan çalışmalara hız vermiştir. Bu çalışmalardan önemli bir kısmını da kültürel ve görsel seyir zevkine hitap eden Uluslararası Halk Oyunları Festivalleri oluşturmuştur. Bu ve buna benzer etkinliklerle uluslararası yakınlaşmalar sağlanmıştır. Bu yakınlaşmalar sayesinde farklı ülke danslarının, başka ülke insanları tarafından öğrenilmek istenmesi sonucunda ülkelerin geleneksel dansları kendi sınırlarının dışına taşmış ve buralarda amatör ve profesyonel toplulukların kurulması sonucunu doğurmuştur. Ayrıca konuya ilgi duyan değişik yaş guruplarından insanlar için dans kampları, dans seminerleri adı altında bir çok organizasyon yapılarak eğitim süreci oluşturulmuştur.

Yine başta Amerika olmak üzere bir çok ülkede, folk dance federasyonları ve International dance kulüpleri de hayata geçirilmiştir. Bu tür çalışmaların yazılı ve görsel yayınları da basılarak yayınlamıştır. Bunlardan birisi olan "International Folk Dancing U.S.A." adlı kitaba bakıldığında otuz farklı ülkeden gelen 180 dansın kayıtlarını bulmaktayız.¹

Son yıllarda Türk Halk Oyunları da dünyanın bir çok farklı ülkesinde oldukça ilgi çeken bir noktaya gelmiştir. Bu ülkelerin bazıları Amerika, Kanada, Hollanda, Almanya, İngiltere, Japonya, Avustralya dır. En son Macaristan'da ki bir amatör

* İ.T.Ü. Türk Musikisi Devlet Konservatuvarı Öğretim Görevlisi

¹ International Folk Dancing U.S.A. By Betty Casey Garden City, New York 1981

toplulukta kendi repertuarlarına Türk danslarını almışlardır. Bir başka amatör gurubun 1976 yılında FOTEM adlı dernekle yaptığımız Amerika turnesinde San Fransisko şehrinde 6 Amerikalı üniversite öğrencisinin yaptığı Sivas kız ekibi gösterisi bizi oldukça şaşırtmıştır. Bu gösteride otantik kostümler kullanılmıştır. O yıllardan bu güne kadar, bu çalışmalar çok hızlı bir şekilde yaygınlık kazanmıştır. Bu yaygınlaşma sırasında yurt dışında bu işi yapan bazı oyun eğitimcileri Türk Halk Oyunları'nın geleneksel ve otantik repertuarında olmayan oyunları da üreterek Türk orijinal dansı diye öğreterek Türk Halk Oyunları repertuarını genişletmişlerdir...! "İşte Deve, işte Hendek, Yaylalar, Kendime,..." gibi yazma oyunlar bunlardan bazılarıdır.² Biraz önce verdiğim kaynak kitapta bu oyunların açıklamalarını bulabilirsiniz.

Dünya dansları ile program hazırlayan diğer bir topluluk ise Hollanda'nın "Amsterdam International Danstheater" adlı topluluğudur. Tamamen profesyonel olarak çalışan bu topluluk yılda 100 -120 konser vererek her yıl bir veya iki farklı oyunu sahneye koymaktadır. Farklı ülkelerin danslarını ortak bir temada birleştirerek işleyen bu topluluk ülkelerin orijinal dans ve kostümlerini kullanarak programlarını hazırlamaktadır. Yaklaşık 1984 yılından bu güne kadar 10 dan fazla programın içinde Türk Dansları kullanılmış ve dünyanın bir çok ülkesinde bu programlar sergilenmiştir. Kareografilerinin tarafımdan yapıldığı bu topluluğun programlarından bazılarının isimleri "Mevsimler, Karadeniz'den Kara Ormanlara Folklor Fest, Karagöz Hollanda'da, Akdeniz, Çingeneler, Karadeniz Ruhü, Büyük İskender" adlı oyunlardır.³

Dünyanın bir çok ülkesinde Türk Halk Oyunları ile ilgili bir çok seminer ve eğitim çalışmaları yapma fırsatı bulmuş bir kişi olarak Türk Halk Danslarının konuya ilgi duyan farklı milliyetlerden binlerce insan tarafından ne kadar ilgi ile karşılandığını bizzat yaşamış bulunmaktayım. Tüm bu ilgi ve alakanın ortaya koyduğu sonuç; Türk Halk Oyunlarının dünyanın en zengin dans kültürlerinin başında geldiği gerçeğidir. Bu kadar zengin olan bu kültürün medya açısından da önemli olmadığını söylemek mümkün değildir. Nitekim, biraz önce kısaca tanıtmaya çalıştığım bir çok uluslararası etkinlikler dünya basınında defalarca yer bulmuş, yazılı ve görsel medyanın haber ve ilgi kaynağı olmuştur. Bu ilgi şu anda da devam etmektedir.

Ülkemizde ise basının konuya yaklaşımı, ancak uluslar arası bir başarı kazanıldığı anda söz konusu olmaktadır. Ancak dünya birincisi olduğunuzda haber olabilirsiniz.

Zaman zaman da basının konuyu haber yapmak için çarpıttığına şahit olacağız. Bunların başında turist guruplarının Kılıç-Kalkan'lı gösterilerle karşılanması haberleri gelmektedir. Gösteriyi yapanların ne kadar estetik ve sanatsal boyutta

² International Folk Dancing U.S.A. By Betty Casey Garden City, New York 1981

³ www.intdanstheater. NL

olayı ortaya getirdiklerine bakılmaksızın bunun bir geleneksel kültür olduğunu unutarak olumsuz yayın yaptıklarını görmekteyiz. Bu bazen Kılıç-Kalkan, bazen orak, bazen de sopalarla kavgalı, savaşlı danslar olabilir. Bu bizim kültürümüzdür. Bundan hiçbir şekilde komplekse kapılmak yersizdir. Biz eğer bu danslarımızı yerden yere vurup sergilenmelerinin önüne geçerse bir gün kaybolmalarına da sebep oluruz. Biz bu tür danslarımıza böyle yaklaşırken İngilizler kılıçlı danslarını bir kipta toplayarak gelecek nesillere aktarmaya çalışmaktadırlar.⁴

Yine basın bir başka yanlış yaklaşımı maalesef TRT Kurumunun Karadeniz Yayla Şenliklerinden yaptığı naklen yayın olmuştur. TRT buraya sanatçılar götürerek müdahale etmiş ve doğal yapıyı rahatsız etmiştir. Karadeniz'in çok önemli geleneği olan yayla şenlikleri kültürün üretildiği ve yaşatıldığı günümüze kadar orijinal dokusu ile gelmiş bir zenginliktir. Burada kültür üretilir, horon oynanır ve burayı bu kültürün en önemli kaynağı olarak yaşatır. TRT yaptığı bu girişimle üreten insanları üretmeyen tüketen seyirciler konumuna sokmuştur. Çünkü buraya katılan halk, türküyü, horonu bırakıp gelen sanatçıları izleme konumuna sokulmuşlardır. Burada yaşayan bu kültürün gerçek sahibi olan insanlar türkünün en güzelini ve doğalını, horonun en safını ve içtenini oynayarak bu güne kadar bu kültürün gerçek taşıyıcılarıdır. TRT tabii ki oradan yayın yapmalıdır. Bu geleneğin yaşamasına yaşatılmasına hatta diğer bölgelerde ki böyle kültürel zenginliklerin özendirilerek daha da canlandırılmasına çok büyük katkı yapabilir. Ancak burada ki yayın ilkesi ve yaklaşımı doğal yapıya müdahale etmeden olmalıdır. TRT bunu önceki yayın dönemlerinde çok iyi yapmış ve kıymeti sonraki yıllarda daha iyi anlaşılacak bir çok belgesel arşivine katmıştır. "Suyla Gelen Kültür", "Köyümüzde Şenlik Var" gibi yayınlar bunlara örnektir.

Basın için birinci öncelik bir şeyin haber değeri olmasıdır. Dünyada bu kadar iyi gösterilen Türk Halk Oyunları güncel deyimi ile dünyaca tanınan bir marka olmuştur. Haber değeri olmaması söz konusu değildir. Ancak burada basının ilgisizliğinden yakınmak yerine sanatsal boyutu iyi hazırlanmış nitelikli, kaliteli, profesyonel çalışmalar yapmak her zaman ilgiyi arttıracaktır. O zaman görülecek ki basında konuyu yeteri kadar önemseyecektir. Nitekim son yıllarda bunu denetleyecek örnekler yaşanmaktadır. Bazı gösteri topluluklarının her faaliyeti basın tarafından yakinen takip edilerek haber yapılmaktadır. Yalnız TRT değil özel kanallarda nitelikli belgesel ve kültürel programlara yer vermektedir.

Sonuç olarak medyanın çok idealist olarak sadece kendi kültürel değerlerine alıcısı veya seyircisi olsun olmasın ilgi göstermesini beklemek mümkün değildir. Serbest piyasa ekonomisi denen bu sistem içinde ayakta durmaya çalışan bu kuruluşlardan bunu tek taraflı beklemek hayalden öteye gitmez. Burada önemli olan medyanın satabileceği veya seyrettirebileceği nitelikli ürünler ortaya çıkartarak bu

⁴ The Morris and Sword Dances of England. The hive printers limited hetchworth Garden City, Hertfordshire.

ürünlerin tercih edilebilir bir yapıya taşınabilmesinden geçmektedir.

Eğer bu üretimler günü şartlarına göre nitelikli şekilde yapılabilirse basının ilgisi ve toplumun konuya daha fazla ilgi göstermesi kendiliğinden artarak gelişecektir.

FOLKLOR-İNSANLARLA İLETİŞİM

KURMANIN EN İYİ YOLU

Prof. Dr. Todor DIJDJEV*

Bulgar halkının duyguları boyunca, sanatsal yaratıcılık çalışması ile temaslar sadece bu büyük sanatla, benzersiz, hayran bırakan folk şarkılarının, konuşmalar, tınılar, danslar, kostüm ve giysiler veya bunların bugünkü mevcut problemleri hakkında hikmetini yansıtmaz fakat aynı zamanda bu yansımalar için daima gıda temin etmiştir. Ama, ulusları birleştirmek için sihirli potansiyel bulunan folklorun önemi küçümsenemez. İnsanın içindeki ademoğlunu bastırarak olan medeniyet olmadan, güzelliği yürütme ve çoğaltmak için, zevk ve ızdırabı birlikte deneyen, erdem ve kahramanlığı methetmek için, ve gaddarlığı kötülecek için; dünyanın, duygusal ve sanatsal algılamasının derin anlamını hissettirmede milli veya ırki bir engel bilmeyen anlaşılır dilin açık ve temiz surette konuşma vasıtasıyla bir birleşme olmalıdır. İnsanın yaratıcı çalışması başka birine yaklaşmasını sağlar, çünkü birbirlerinin doğrudan kalpleri ile iletişim kurar, çünkü bunların her birinin içinde mevcut bulunan yaratıcı potansiyellerin ifade ve birleştirilmesini sağlar. FOLKLOR ULUSLARIN ŞUURUNDA DERİNLERE KÖK SALMIŞTIR. Çünkü, bu onların pratik ve sanatsal faaliyetlerinde asırlarca yaşlı geleneklerin ürünüdür. Kendinin yalnız spesifik içeriğinde değil kendilerinin arasında da en yüksek derecede yakın ve anlaşılabilir olarak insan kütlelerinin geniş estetik isteklerin yoluyla en iyi surette temin edilebilir. Bunlar aynı zamanda, bunun aracılığı ile, sanatla gerek yaratıcı çalışan ve gerekse bu sanatın icrası olarak kontak kurma imkanına sahip bulunabilirler. Bu suretle, bireysel teberrularına, davranışlarına ve eğilimlerine bağlı olarak ve insanların asırlar eskilikteki sanatsal pratiklerine bağlı olarak, ifadelerini en tabii şekilde hissedebilirler ilgili şiirsel, müzikal, plastik şekillerde, çevrelerindeki insanlarla, ve tabiatlarıyla, doğrudan ilişkilerinin sonucu olarak farklı duygular, ruhsal durumlar şekillenir. Buna katkıda bulunmak herhangi bir yazarın ilişkisinin bunları rahatlatığı, geniş ölçüde yaratıcı çalışma ve sözel geçişin kolektif değişken yoludur.

Bu yolla, folklor, gerçekte, bunu gayri idari olarak ve sanatsal ezeli yol olmasına rağmen, kompleks yaratıcın işleme katılan geniş insan kitlesi üzerine çok büyük estetik darbe vurur. O öyle bir faaliyet ki, ulusların yetenekleri açık ve yalın şekilde ortaya konulması için ulusların en iyi ve en kolay geçiş yolunu temin eder. Bulgar halk (folk) müziği ve dansları canlılıkları ile, ve ritmik ve melodik özellikleri ile, ve özel performansları ile, bunların muazzam estetik duygusal etkileri ile her yer-

* Sanat Tarihi Doktoru

de çok özel ilgiye mazhar olmuşlardır. Folk şarkıları ve dansları, orijinal ve spesifik şiirsel ve müzikal ve dans içeriği ve istisnai olarak renk ve kombinasyon değişiklikleri ile muhteşem milli kıyafeti ile birlikte Bulgarların ruhsal ve moral güzelliklerini en iyi şekilde yansıtır. Ve dünya üzerinde kendisine çok sıcak hayran kitlesi ve dost topluluğu kazandırır. Bulgaristan isminin yakın veya uzak ülkelerde bu kadar isminin anılmasını sağlayacak başka bir vasıta bulmak imkansızdır. Hollanda'dan Belçika'dan İskandinav ülkelerinden ve denizaşırı ülkelerden yüzlerce genç insan kadın ve erkek Bulgar şarkı ve enstrümantal müziğini öğrenmek için Bulgaristan'a gelmekte. Bu kadar talep bu dans ve müzikten hoşlanmakla mümkün olabilir. Böylece duygusallıklarını bırakıp içsel yaşantılarını zenginleştirirler. Bugünün şartları altında, objektif tarihi sebeplerden dolayı, folk müzik ve danslarının büyük bir bölümü sahneye taşınmıştır, geleneksel dans ve müzik kültürü gerek miras gerekse gerçek uygulama folklor amatör faaliyetlerin gelişmesi için zengin bir temel oluşturur. Ve bizim folk danslarımızın, kıyafetlerimizin ve müziklerimizin sahnede icra edilmesi hiç de tesadüfi değildir. Çünkü, Bulgar müzik ve dansları bölgede halen en derin köklere sahip değerler olarak bulunmaktadır. Ve bugün burada en geniş kitle kültürel gösterisi yatmaktadır. Hatta, folk sanat olaylarında grupların halk dansları baş olay olarak kabul edilmektedir. Başka neden bahsedilebileceğine gelince, performansların çeşitliliği: genç ve yetişkin kadınlar, yüksekokul öğrencileri ve çocuklar, erkek ve karışık gruplar. Folklor insanlık bilgisi olarak da çok zamandır bu özelliğe sahip. Farklı ülkelerden folklorcular paterni enine boyuna ve sürekli olarak bu insan ruhunun çoklu kendisinde bulunan prensipleri için araştırma yapılmaktadır. Bunun bizim çağdaş kültürümüz için de çok büyük önemi bulunmaktadır. Aynı zamanda, bunlar çok taraflı ve karmaşık ilişkileri de ortaya çıkarmaktadır. Mamafih, folklor araştırmalarındaki başarıları nazarı itibara almaksızın, folklorun evrensel ve çağdaş geleneksel ve modern uygulamaları tekrar ve tekrar gösterilmiş ve folklor şarkı ve dansları daima uluslararası iletişimi için uluslararası kültürel işbirliğinde ve dostluğun geliştirilmesinde hep yardımcı olmuş ve olmaya devam edecektir. Ve Bulgaristan'ın folkloru komşu ve çok uzak ülkeler arasında kültürel etkileşim noktası nazarından en geniş köprülerden biri olmuştur. Ve bu köprüler için bir sınır bulunmamaktadır.

TÜRK MÜZİĞİ HAKKINDA YAZILMIŞ GÜNÜMÜZ YABANCI YAYINLARI

Yrd. Doç. Nilgün DOĞRUSÖZ*

Bildiride, son 20-25 yıl içerisinde İngilizce yazılmış olan yayınlar baz alınmakta ve ansiklopedik sözlükler, kitaplar ve tezler olmak üzere üç başlık altında toplanmaktadır. Yer yer yazarların kısaca makale başlıklarından da söz edilmektedir. Türk müziğinin yer aldığı yayınların ve yazarların tümünü tanıtmak kısa zaman dilimi içerisinde mümkün olamayacağından önemli görülen eserlere yer verilmiş ve bilgiler kısa tutulmuştur. Bildiri bibliyografik bir çalışma niteliğindedir.

Ansiklopedik Sözlükler

Dünyanın en hacimli ve tanınan yabancı kaynaklarından biri *The New Grove Dictionary of Music and Musicians'dir*/ [London: 1980] 6th edition 268-277 numaralı sayfalar arasında yer alan *Turkey: Republic in Asia Minor / Türkiye* maddesine baktığımızda Türk Müziğinin şu başlıklar altında tanıtıldığını görüyoruz. Müzik tarihi üzerine kısa bir bilgi, Halk Müziği (şarkılar ve enstrümantal müzik), Askeri Müzik, Sanat Müziği, (Dini Müzik, Enstrümanlar, Besteciler, Teori, Makam, usul ve düzum, biçimsel yapılar) ve son trendler /eğilimler. Yazar madde sonunda 1667 yılından (*A. Bobowski, Saray-ı Enderun* [Vienne: 1667]) 1977 yılına (*Karl Signel, "Makam: Modal Practice in Turkish Art Music"* [Seattle: 1977]) kadar kronolojik olarak Türk müziği yayınlar bibliyografyası vermektedir. Bu maddenin yazarı, Türk Müziği üzerine *Ursula Reinhard* ile beraber pek çok araştırma yapmış olan bilim adamı *Kurt Reinhard*'dan başkası değildir. Çalışmamda yakın dönemi hedef almamla beraber yazarın Türk Müziği ile ilgisinin ne kadar geçmişe dayandığını göstermek açısından en azından bir çalışmasından söz etmekte fayda görüyorum. *Türkische Musik*, [Berlin: 1962] bu kitapta halk müziği hakkında bilgilerin s.1-28 yanısıra türkülerin uzunca bir listesi s.29-94 vardır.

Grove's Dictionary'de Türkiye adlı madde dışında diğer bazı maddelerde de Türk müziği hakkında bilgi bulmak mümkündür. Mesela, *Eva Badura-Skoda* tarafından yazılan *Alla Turca* maddesi ya da *Jannisary Music | Yeniçeri müziği* maddesi gibi. *Eckard Neubauer* tarafından yazılmış olan *Islamic Music* maddesinde Cami

* I.T.Ü T.M.D. Konservatuarı

Müziği, Sufi Düzen gibi başlıklar altında diğer İslam dünyası ülkelerinden ziyade Türkiye üzerine yoğunlaşmıştır.

Bazı kaynaklarda Türkiye ile doğrudan ilintili madde yoktur. Ancak *Near East* ya da *Middle East* gibi başlıklara ya da maddelere bakmak gerekmektedir. Hemen bir iki örnek verelim. *New Grove Harvard Dictionary'de* [Cambridge:1986] *Don Randel'in* yazdığı *Near and Middle East* başlığı altında *Türk Müziği* maddesini görebilirsiniz. *Music Cultures of the Pasific, the Near East and Asia /Pasific, Yakın Doğu ve Asya Müzik Kültürleri* adlı kitabın 3.bölümünde [New Jersey:1996] William P.Malm tarafından kaleme alınan *Muslim Africa, Ethiopia and Near East / Müslüman Afrika, Etopya ve Yakın Doğu* maddesi ya da *The Norton/Grove Handbooks in Music Ethnomusicology Historical and Regional Studies* ed.Helen Myers [UK:1993] *Amnon Shioalah'in* yazdığı *West Asia/ Batı Asya* maddesinin altında yeterli derecede olmasa da Türk Müziği hakkında bilgi bulabilmek mümkündür.

Kitaplar:

Yıldırım Erdener: Doktora çalışmasını 1987 yılında İndiana Üniversitesi Folklor bölümünde *Dueling Singers: Strategies and Interaction Process Among Turkish Minstrels.* (Turkish Text) adlı çalışma ile tamamlamıştır. Şu anda Austin'deki Texas Üniversitesinde Orta Doğu Araştırmaları merkezinde öğretim üyeliği yapmaktadır. Ve 1995 yılında *"The Song Contest of Turkish Minstrels: Improvised Poetry Sung to Traditional Music. Türk Aşıklarının Şarkı Atışması: geleneksel müziğe söylenmiş improvize* [Newyork:1995] adlı kitabını yayınlamıştır. Kitabın giriş bölümünden sonra yazar şu konular üzerinde durmuştur: *Türkiye'nin kuzeydoğusunda alan çalışması, Şarkı Atışma Yeri, Müziğin Rolü ve Meşk Usulu üzerine Bazı Gözlemler, Ün, Prestij Kazanma Stratejileri ve Şarkı Atışması: Güç, Statü Bakımından Olayın Bir Yorumu.*

Kısaca kitap, Kars ilindeki bir kahvehanede yapılmış olan aşık atışması geleneğini, aşığı ve aşığın müziğini, söz ve beste stratejilerini ve aşık-dinleyici arasındaki alışveriş üzerine odaklanmıştır.

Walter Feldman: Princeton Üniversitesi Türk Dilleri öğretim üyesi olan Feldman'ın 1996 yılında yazdığı kitabın adı *"Music of the Ottoman court: makam, composition and the early Ottoman instrumental repertoire"*/Osmanlı sarayında müzik: makam, kompozisyon ve eski Osmanlı enstrümental repertuarı.[Germany:1996] Kitabın ilk bölümde *müziyenler ve icra* ana başlığını altında *profesyonellik ve Osmanlı saray müziği, Enstrümanlar ve enstrümentalistler, Osmanlıda İcra Heyeti, Fasil ve Ayın Biçimleri* yer alır. İkinci bölüm *makam* konusuna ayrılmış ve *17.yy Osmanlı müziğinin genel dizisi, makam ve terkip, seyir, taksim ve geçki* konuları üzerinde durulur. Üçüncü bölüm ise *peşrev ve semai* gibi iki bestelenmiş türün prensipleri ve tarihsel gelişiminin analizine ayrılır.

Lalezar: (Kısaca lalezar müzik topluluğundan sözedeceğim. Lalezar Topluluğu, Yönetmen *Reha Sağbaş*, ses sanatçıları *Selma Sağbaş*, *Doğan Dikmen*, *Ahmet Erdoğan* ile saz sanatkarları *Hasan Esen*, *Murat Salim Tokaç* ve *Fahreddin Yarkın*'dan oluşuyor. Lalezar grubunun 4 set halindeki CD'leri AFIM tarafından verilen, yılın en iyi *dünya müziği* ödülünü aldı. Gipsy Kings gibi gruplarla yarıştı. Ve ödülleri Harvard'da Ekim 2002 yılında Traditional Crossroads şirketinin sahibi *Harold Hagopian* tarafından takdim edildi.) Traditional Crossroads adlı bir şirket dört CD'den oluşan Osmanlı Türk Müziği Antolojisi'ni 2001 yılında yayınlamıştır; Lalezar Türk Müziği Topluluğu tarafından seslendirilen "*Sultan Composers*" / *Bestekar Sultanlar*, "*Music of the Dancing Boys*" *Köçekçeler*, "*Minority Composers*" / *Azınlık Bestekarı*, "*Ottoman Suite*" / *Osmanlı Fashı (Segah)* isimli 4 CD'den oluşmaktadır. Bu CD'ler ile Türkçe ve İngilizce olan kitapçık vardır ve *Walter Feldman* tarafından hazırlanmıştır. Osmanlı müziğinin gelişimine ait bilgi verici bir kaynak olma özelliğine sahiptir. İçerisinde, dönemler, formlar, bestekarlar, türler ve çalgılar ve bestekar biyografileri bulunmaktadır.

Martin Stokes: Belfast'ın Queen's Üniversitesinde etnomüzikoloji ve sosyal antropoloji öğrettiği dönemlerde 1989 yılında doktorasını Oxford Üniversitesinde Sosyal Antropoloji üzerine tamamladı.

Bugün Türkçe'ye de çevrilmiş olan eseri *The Arabesk Debate: Music and Musicians in Modern Turkey* (Oxford: 1992) *Arabesk Tartışması: Modern Türkiye'de Müzik ve Müzisyenler*'dir. İstanbul baz alınarak Türkiye'de arabesk olgusunu işleyen kitap, müzikolojik ve sosyolojik açıdan kentleşme problemlerinin bu müzik ile bağlantısı ve dolmuş müziği nosyonunu, arabeskin müziğin ne yolla Türk Sanat Müziği teorisiyle ilişkin olarak geliştiği ve bağlama sazının türü belirleyen bir öge oluşunu tartışır, sema ya da samah ve halk müziği, tarihsel süreçte müzik reformları gibi konuları işler.

Aynı zamanda *Ethnicity, Identity and Music: Ethnicity, müzik ve kimlik'in* editörlüğünü yapmıştır. [1994]. Yazarın kitabının yanısıra Türk Müziği ile ilgili çalışmalarına birkaç örnek verelim; *The Media and Reform: The Saz and Elektrosaz in Turkish Popular Music*, [1992], *Medya ve Reform: Türk Popüler Müziğinde Saz ve Elektrosaz 'Where was Mirkelam Running?', Mirkelam nereye koşuyordu?*

Eugenia Popescu-Judetz: Etnomüzikolog ve sanat tarihçisidir. Asıl uzmanlık alanı Türk musıkisi kaynakları ve Osmanlı seyirlik sanatlarıdır. ABD'nin Pennsylvania eyaletindeki Pittsburgh Duquesne Üniversitesi'nde öğretim üyesi ve üniversite müzesinde sanat danışmanı olarak görevli bulundu. Türk müziği kaynakları ile Romen halk sanatları hakkında yayımlanmış çeşitli inceleme ve makaleleri vardır.

Kitaplarından birinin adı *The Meaning of Turkish Music Culture* yani *Türk Müziği Kültürünün Anlamları* [İstanbul:1996] ve aynı yıl Bülent Arel tarafından Türkçeye çevrildi. Kitap üç ana bölümden oluşuyor: Nota Yazım Türleri, Bir Güç ve İcra Göstergesi Olarak Mehter ve Türk Musıkisi Kaynaklarında Metinlerarası İlişki.

Elbette en çok *Kantemir* ile ilgili yaptığı çalışmalarla tanındı. Eugenia Popescu-Judet, Prens Dimitrie Cantemir (1673-1723) hakkında 1973 yılında Romence olarak kapsamlı monografi yazdı. Kitap yine daha önceki kitap gibi İngilizce yazıldı ve çevirisi de yayımlandı. Ancak Kantemir hakkında yazdığı yeni kitabı *Prens Dimitrie Cantemir* [İstanbul: 2000] Kantemiroğlu edvarını incelemekle kalmayıp Kantemiroğlu'nun hayatının Rusya'da geçen yıllarını da kapsayan hikâyesinden ve çalışmalarından söz etmektedir.

Ve Kantemiroğlu edvarı çalışan bir başka bilim adamı Owen Wright'dır. Uzmanlık alanı İslami Orta Doğu Müziği, Arap Dili ve edebiyatıdır. *Demetrius Cantemir, The Collection of Notations, i: text* [London, 1992] ve *Demetrius Cantemir, The Collection of Notations, ii: commentary* [Ashgate: 2001];

“*Words without songs: a musicological study of an Ottoman anthology and its precursors* [London: 1992]. Adından da anlaşılacağı üzere 16-17 yy'da yazılmış olan *Güfte Mecmuaları* ve mecmualardaki *güfte, türler ve usuller* gibi konular üzerinde detaylı bir inceleme yapmıştır.

Bir diğer yazısı “*Aspects of historical change in the Turkish classical repertoire*” | *Türk Klasik Repertuarında Tarihsel Değişimin Açuları*, Musica Asiatica, [New-york:1988]

Karl Signell: Etnomüzikolog olan Signell-Maryland Üniversitesinde uzun yıllar çalıştı. Tez olarak hazırladığı çalışmasını “*Makam: Modal Practice in Turkish Art Music*” / *Makam: Türk Sanat Müziği’de makamsal uygulama* [Newyork:1977] kitap olarak yayınlamıştır. İçerikte ise tarihsel konular, çağdaş uygulamada klasik gelenek, metodoloji, kaynaklar, aralıklar, tonal merkezler ve sekvensleri, seyir, makamlar arası geçki, benzer motifler ve cümleler ve transpoze makamlar yer almaktadır.

Tezler

Sonia Tamar Seeman: UCSB fakültesinde Balkan Müzikleri, Roma (Gipsy) Topluluğu ve Türk Müziği konusunda uzman. “*You’re Roman!*” *Musical Practice and Social Identity in Turkish Roma communities*” | *Siz Romansınız! Türk Roman Topluluklarında Sosyal Kimlik ve Müzik Uygulaması* adlı tez ile UCLA'den doktorasını aldı. Bu çalışması için Türkiye’de Fulbright ve SSRC’den aldığı burslarla alan araştırmasını 1995-1999 yılları arasında tamamladı.

Irene Judyth Markoff: Kanada York Üniversitesinde etnomüzikologdur. Uzmanlık alanı; Türk Müziği, Doğu Avrupa halk müzikleri, makamsal icralardır. 1986 yılında Washington Üniversitesinde “*Musical theory, performance and the contemporary Bağlama specialist in Turkey*” | *Türkiye’de Müzik Teorisi, İcra ve Çağdaş Bağlama Üstadları* adlı tezi hazırlayarak doktorasını aldı. Uzmanlık alanı; Türk Müziği, Batı Avrupa Halk Müzikleri ve makamsal uygulamalar. *Introduction to Sufi Music and Ritual in Turkey* | *Türkiyede Ritüel ve Sufi Müzik’e Giriş* başlıklı çalışmasını

da alevi ve mevlevi müziğini konu ile ilgili çoğunlukla yurt dışında yayınlanmış Cdlerin tanıtımını yaparak anlatır. [1995] Bu CD'ler şunlardır: *Turquie. Ceremonie des derviches Kadiri, Returning. The Music of the Whirling Dervishes, Turkish Music. Music of the Mevlevi, Turkey. An Esoteric Sufi Ceremony.*

Dane Kusic: 1996 yılında Maryland Üniversitesin'de Etnomüzikolojide “*Discourse on Three Teravih Namazı-s in Istanbul: An Invitation to Reflexive Ethnomusicology*”/ *Istanbul'daki üç teravih namazı üzerine: Reflektiv Etnomüzikolojiye Çağrı.* Beyazıt Cami ve Cerrahi Tekkesindeki üç teravih namazının icrası ile ilgili olmakla birlikte tezde Türkiye'de İslam: Tarih, Toplum, Müzik ve Politikalar, İslam ve Türkler, Tasavuf, Müzik ve Osmanlı İmparatorluğu, Politikalar, Dini Eğitim, Medya, ve 20 yy Türkiyesinde Müzik, Metin ve İcra bakımından namaz ve dini müzikal bir form olarak teravih namazı. Yazarın uzmanlık alanları: Müzik ve İslam: Amerika'da ve Türkiye'de Tasavuf (sufi) ve Cami Müziği, Makamlar, Teori ve uygulamada Türk Müziği Makamları.

Leslie Rosalind Hall: Hall “*The Turkish Fasıl: Selected Repertoire*” *Türk Faslı: Seçilmiş repertuar* tezi ile Toronto Üniversitesinde 1988 doktorasını tamamladı. Müzik tarihine bir bakış ile başlayan çalışmada, geleneksel sanat müziğinde besteciler ve icracılar. Makamsal teori ve uygulama arasındaki ilişki (On makamdan seçilmiş eserlerin temel alınarak yapılan analiz ile) vokal ve enstrümantal türler, güfte ve beste ilişkisi.

MEDYADA TÜRK HALK MÜZİĞİ

Savaş EKİCİ*

Medya olarak adlandırılan basın ve yayın organları, toplumun değişmesinde, gelişmesinde ve şekil kazanmasında oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle görsel medya olarak adlandırılan TV ve radyo; kendi kültürümüzü yok etmede silah olarak kullanılabilmesi gibi; oluşturulacak kültür politikaları ile kültürümüzü tanıtmada, anlamada ve tanıtmada bir araç olarak da lehimize kullanılabilir.

“Başta TV-Radyo, onları daha gerilerde izleyen sinema, medyanın en yüksek gücünü temsil etmektedir. Bu güçlü haberleşme araçları, toplum kültürünün oluşması ve biçimlenmesinde en büyük güce sahiptirler. Bu güç ve etkilerinden dolayı, insanlık için çok önemli kültür kaynakları, kültürleşme araçlarıdır. Medya kaynakları ve etkileriyle “tek boyutlu” bir dünya kültürü yaratma yolundadır. Bu yolla çeşitlerinden, renklerinden arındırılan, köksüz ve derinliksiz bırakılan standart bir “dünya kültürü” yaratılmaktadır. Günümüzde kültürleri tehdit eden en önemli tehlike, işte bu standartlaşmada, tek kültürlülüğe yönelmede, ulusal ve yerel renkleri yitirmede yaşanmakta; kocaman dünya küçülerek, bir kısım medya ustalarının elinde biçimlenmekte; kültür zenginliğinin kaynağı olan çeşitlilik yerini tek-tipliliğe bırakmaktadır.”¹

“Kültürün en önemli unsurlarından birisi de müziktir. Türk müziği coğrafi yönden oldukça geniş bir alana yayılmış, değişik coğrafyalarda değişik şekillerde gelişimini sürdürerek kendi içerisinde son derece renkli ve zengin bir yapı oluşturmuştur. Anadolu da bu coğrafyalardan birisidir. Anadolu’nun, her bölgesinin her şehrinin hatta bazı ilçelerinin bile kendine özgü bir müzik icrası vardır. Türk halk müziği dediğimiz bu müzik, Türk insanının çeşitli olaylar sonucunda değişik şekillerde duygulanması ve bu duygularını değişik şekillerde ifadesinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır.”²

Türk Halk Müziğinin tarihi gelişimi açısından Cumhuriyet kurulduktan sonraki 45-50 yıllık zaman dilimi çok önemlidir. Bu dönemde her alanda olduğu gibi müzikte de devrim yapılmak istenmiş ve bu yönde çeşitli çalışmalar başlatılmıştır.

* Gaziantep Üniversitesi, Türk Müziği Devlet Konservatuvarı, Öğretim Görevlisi.

¹ KAÇAR GİTMEZ, Songül, “Küreselleşen Dünyamızda Medya ve Kültür” Folklor Edebiyat Dergisi, 1999/3, C.3, S.15, s.23, Ankara.

² EKİCİ, Savaş, “Türk Müziği Devlet Konservatuvarlarında Nasıl Bir Yapılanma Olmalıdır”, 21.yy başında Türkiye’de Müzik Sempozyumu, s.217, Sevdâ Cenap And Müzik Vakfı, 2002. Ankara.

Oluşturulması istenilen, çağdaş ulusal müziğimizin, halk müziğine dayandırılması idi. Atatürk, Türk milletinin varlığına yönelik bütün değişikliklerin milli ve medeni temellere dayanmasını istiyordu.³ 1 Kasım 1934 günü TBMM kürsüsünde yapmış olduğu bir konuşmada; “Ulusun ince duygularını düşüncelerini anlatan, yüksek deyişlerini, söyleyişlerini toplamak, onları genel musiki kurallarına göre işlemek gerekir, ancak Türk ulusal musikisi böyle yükselebilir, evrensel musiki de yerini alabilir. Kültür işleri bakanlığının buna değerince önem vermesini, kanunun ona yardımcı olmasını dilerim.”⁴ Diyerek daha cumhuriyetin kurulduğu yıllarda Türk müziği konusunda yapılacak çalışmaları, bu müziğin nasıl yükseltilebileceğini ve çağdaş Türk Müziğinin nasıl oluşturulacağını belirtmiştir. Başka bir toplantıda ise Tamburacı Osman Pehlivan’ı dinledikten sonra; “Beyler bu bir Türk sazıdır. Bu küçük sazın bağrında bir milletin kültürü dile geliyor. Bir milletin kültür ve sanat hareketlerini ve seviyesini, milli geleneklerine bağlı kalarak, medeni dünyanın kendisine ayak uydurmaya mecbur olduğumuzu unutmamalıyız, bunu bu vesile ile de söylemekten memnunum. Bu küçük sazın bağrından kopan nağmeleri, bu istikamette geliştirmeye ve değerlendirmeye kıymet ve ehemmiyet verilmelidir.”⁵ Diyerek Türk Müziği politikasının sağlam temeller üstünde geliştirilmesinde ki temel ilkeyi de tespit etmiştir.

Atatürk’ün konu ile ilgili söylediği bu sözler oldukça açık ve anlaşılır olmasına rağmen; bazı sözlerin her nasılsa(!) yanlış anlaşılması veya amaca yönelik olarak yanlış yorumlanması sonucu Türk Müziği 1930 lu yılları oldukça çalkantılı ve sıkıntılı bir şekilde geçirmiştir. Bu dönemin sonunda ilk defa 1940 lı yılların başında radyolarda Türk Halk Müziği yayınları başlamıştır. O zamanlar Türk Sanat Müziğinin icrası için radyoya alınmış sanatçılara Muzaffer Sarısözen tarafından türküler öğretiliyor ve radyodan bu programlar yayınlanıyordu. Fakat bir süre sonra Türk halk müziğinin en önemli özelliklerinden olan yöresel ağız, tavır, şive, üslup ve ruhun kaybolmaya başladığı görüldü. Bunu ortadan kaldırmak için radyoya özellikle Türk Halk Müziğinin icrası için sanatçılar alınıp, “Yurttan Sesler Toplulukları” kurulmuştur. Bu dönemki halk müziği yayınlarında Muzaffer Sarısözen daha çok mahalli sanatçıları radyo programlarına konuk ediyor, hem halk müziği ile ilgili hem de icra edilecek türkülerle ilgili açıklamalar yaparak halkın kulağına hitap eden canlı programlar yapıyordu. Bu programlarının en önemli amacı; tüm yurttan milli birlik ve beraberliği sağlamak, ortak bir ruh ve duygu birliği oluşturmaktı.⁶ Bunun ile birlikte özellikle Cumhuriyet kurulduktan sonra başlatılan folklor derleme çalışmaları sırasında toplanan halk ezgi ve türküleri, dönemin teknolojik araçları kullanılarak mum ve taş plaklara kaydedilmiş ve daha sonra konu ile

³ ATAMAN, Sadi Yaver, Atatürk ve Türk Musikisi, s.2, Kültür Bakanlığı Yayınları/1291, Atatürk Dizisi/31, Atak Ofset, Ankara, 1991.

⁴ ATAMAN, a.g.e., s.4

⁵ ATAMAN, a.g.e., s.13

⁶ Konu ile ilgili daha geniş bilgi için; Niyazi YILMAZ, Türk Halk Müziğinin Kurucu Hocası Muzaffer Sarısözen, Ocak Yayınları, Ankara, 1996.

ilgili büyük bir arşiv oluşturulmuştur. Böylece halk türkülerinin unutulup kaybolması engellediği gibi, bilimsel araştırmalara temel teşkil eden bu malzemeler, orijinal hali ile günümüze kadar taşınmıştır. Folklorun çağdaş kültüre etkisi⁷ bağlamında teknoloji lehimize kullanılmıştır.

Televizyonun Türkiye'ye girişi ile birlikte önceleri sadece kulağa hitap eden radyo programları yerini görseleğin de ön plana çıktığı TV programlarına bırakmıştır. Özel TV ve radyo kanallarının çıktığı 1990 li yılların başına kadar olan dönemde; "Yurttan Sesler Toplulukları"nın, gerek radyo gerekse televizyondaki programlarında; halk müziği sıkı ve aslına uygun olarak korunmuş, piyasada icra edilen halk müziği çalışmalarına da örnek teşkil etmiştir. Fakat daha sonraki dönemlerde piyasadaki müzik sektörü çok hızlı gelişmesine rağmen TRT; gerek teknolojisini, gerek kadrosunu, gerekse halk müziği icra biçim ve mantığını, yeterince yenileyemediğinden bu özelliğini yavaş yavaş yitirmeye başlamıştır. Günümüze doğru olan bu yakın dönemde ciddi müzik programları da yapılmakla birlikte, Yurttan Sesler Topluluğu'nun kurulduğu yıllardaki endişelerden zaman zaman uzaklaşıldığı da görülmektedir.

Özel radyo ve televizyon kanallarının kurulup çoğalması ile birlikte, rekabet başlamış zamanla milli kültür, sanat ve sanatçı kavramları arka planda kalarak günümüzdeki medya dilinde reyting denilen medyatik endişeler ön plana çıkmaya başlamıştır. "Sözü edilen bu dönemde pek çok televizyon kanalının büyük hatalar yaptığını, hizmet verdiği ve ait olduğu halkın kültürünü işlemek, bu kültürün norm ve değerlerini tanıtmak, bunlardan olumlu olanlarını pekiştirip olumsuz olanlarını törpüleyerek halkın eğitimine katkıda bulunmak yerine kolaya, ucuza ve daha fazla reytinge ulaşmaya yönelik tutumlar sergilediğini söylemek hiç de yanlış olmaz."⁸ Dahası, bu sistem tüm kitleleri kendine çekecek biçim ve içerikte düzenlendiğinden; yüzeysel, hazır ve güncel mesajlarla kitleler ekran başında tutularak derinlik-siz, eğlence temelli, katılımsız, kolaycı, tek-yanlı bir mesaj akımı ile pasifleştirilmiştir.⁹ "İhtiyacını duyduğu yayıncı, yapımcı ve sunucuları kendisi yetiştiremeyen medya sektörü, TRT, Konservatuarlar ve benzeri yetkin eğitim ve öğretim kurumlarında yetişmiş olan kişileri kendi saflarına çekerek zamanında sanatını takdir ettiğimiz birçok sanatçının, biraz günün modasına uyarak, çoğunlukla da ekonomik nedenlerle yeni bir kültür biçimi sahnesinde rol almaya başlamalarına neden olmuştur. Popüler kültür adını verdiğimiz bu yeni kültür biçimi, insanların eski alışkanlıklarını unutmalarına, kalitesiz olanın etkisi altına girmelerine ve doğru seçim ya-

⁷ Bu konu ile ilgili daha geniş bilgi için Bkz; Prof.Dr.Dursun YILDIRIM, Türk Bitiği İçinde "Folklor ve Çağdaş Kültür Modelimiz Üzerine Görüş ve Düşünceler" Akçağ Yayınları, Ankara, 1998.

⁸ UĞUZMAN ER, Doç. Dr. Tülay "Dördüncü Uluslararası Dörtdivan Yayla Şenlikleri'nin Düşündürdükleri Halk Kültürünü Etkisi Altına Alan Popüler Kültür", Folklor/Edebiyat 2000/4, C.6, S.24, s.285, Ankara

⁹ KAÇAR GİTMEZ, a.g.e., s.24.

pamamaya başlamalarına neden olan bir süreci başlatmış, bu sahnede rol alan kimi sanatçıların zaman içerisinde değişmelerine, yozlaşmalarına, şımarmalarına, hatta bazen bir çok kültürel ve ahlâki değeri ayakları altına alabilmelerine yol açmıştır.”¹⁰

Teknolojinin gelişmesi iletişim araçlarının hızla yayılması insanların yaşama biçimini ve dolayısı ile yaşama biçiminin sonucu oluşan halk müziğini de önemli ölçüde etkilediği bir gerçektir. İnsanlar eskiden, yaşadıkları bir olay sonucu duygularını şiirlere döküp ezgilendirerek duygularını ifade ederken; daha sonraları her an ulaşabildikleri radyo, TV veya teyp gibi iletişim araçlarından dinledikleri müzikler aracılığı ile duygularını ifade yolunu seçmeye başlamışlardır. Bu anlamda halkın üretkenliğinin olumsuz yönde etkilendiği söylenebilir. Kaynaktan çıkan bir türkü şehire gitmekte, şehirde ayrı bir yorum veya yapı kazanmakta ve iletişim araçları yolu ile geri dönerek kaynağı etkileyebilmektedir. Çeşitli zamanlarda yaptığımız alan araştırmaları sırasında derlediğimiz türkülerin bir çoğunda, sözünü ettiğimiz bu iletişim araçlarından dinlenen müziğin etkilerini tespit ettik¹¹. Bu yapı kitle iletişim sürecinin; *üretim, değişim, dağıtım, tüketim, yeniden üretim* döngüsünün benzer bir modeli olarak düşünülebilir.¹²

Fakat,“Uzun yıllar önce yaşamış olan Türk insanına ait olan müziği, bu günün insanına olduğu gibi dinletmek belki zordur. Ancak bu zorluğu yenmek için herhangi bir gayret gösterilmiş midir? Ortaya yeni bir şeyler koymak için gerek bu sahanın ilgililerinin gerekse ilim adamlarımızın herhangi bir gayret sarfettiklerini söylemek çok zordur. Türk halk müziğinin kaynağı tükenmemiştir. Ancak günümüz Türk insanının ihtiyaçlarının ve zevklerinin değiştiğini kabul etmemiz gerekir.”¹³ Bu nedenle, Türk halk müziğinin asıl hocaları olan mahalli sanatçılardan konuyu öğrenerek bu ham malzemeyi günümüz teknolojisi ile işleyip halka tanıtacak, yöre ile bütünleşmiş, günümüz insanın ihtiyaçlarına ve zevklerine cevap verecek, eğitimi gerçek anlamdaki sanatçılara ihtiyaç vardır.

Fakat, bu günkü medya, halk müziğine gerçek anlamda hizmet etmiş veya eden sanatçıları değil; kendi formatlarına uygun sanal sanatçılar üretmektedir. Bu sanatçılar(!) Medyadaki çeşitli magazin programlarında göklere çıkarılmakta, konu ile ilgili çeşitli adlar altında ödüller verilmekte ve hiç hak etmedikleri takdir ve destek görmekte dirler. Bu programlarda sanattan daha çok görüntüye önem verildiği yapılan icradan anlaşılmaktadır. Bu nedenle sanat ve sanatçı kavramları bu programlarda anlamını yitirmektedir. Sanattan bi haber olan bu insanlar için türkü ve-

¹⁰ UĞUZMAN ER, a.g.e.,s.289.

¹¹ Bu tesbitler; Kültür Bakanlığı, HAGEM ‘de Folklor Araştırmacısı olarak çalıştığımız dönemlerde yapılan alan araştırmaları sırasında yapılmıştır.

¹² AYGÜN CENGİZ, Serpil, “Folklor, Poplor ve Kitle İletişim Araçları”, Folklor/Edebiyat 1999/3, C.5,S.19,s.7, Ankara.

¹³ EROGLU, Yrd.Doç.Dr.Türker, “Arabesk Müzik, Özgün Müzik, Çağdaş Halk Müziği ve Türkiye’de Sanatın Ucuzluğu”, Milli Folklor Dergisi, C.1,S.6,s.16, Ankara.1990.

ya şarkı söyleyen kişi anlamında “türkücü” veya “şarkıcı” teriminin kullanılması bize göre son derece doğrudur. Türk Halk Müziği sanatçısı olarak sunulan kişi;

I am sorry ne sorry

Güzelim siye noli?

Dü dü dü dü düttüri

Herkes malı götüri

Eserini(!) Türk halk çalgılarıyla, yöresel ağız ve bir de halk oyunları eşliğinde okuyunca icra edilen müzik de doğal olarak halk tarafından halk müziği veya türkü gibi anlaşılmaktadır. Fakat bu durumun kültürün ve dolayısıyla halk müziği geleneğinin de doğasında var olan gelişim, değişim ve dönüşümle yeni ihtiyaçlara cevap verecek terkiplerin oluşması¹⁴ şeklinde olmadığı düşüncesindeyiz. Zira burada, ağıt olarak yakılan bir türkünün zamanla oyun havasına dönüşmesinde olduğu gibi geleneğin kendi içerisindeki değişim ve dönüşümünden daha çok, örnekte de görüldüğü gibi gelenekten kopukluk veya daha açık bir ifadeyle dejenerasyon söz konusudur.

Halk müziği adına yapılan bu yanlışlıklara popüler müzik adı altında yapılanlar da göz önünde bulundurulduğunda; Acaba bu kuru gürültünün arkasında birileri hedeflerine mi ulaşıyor? Sorusu akla gelmektedir.

Türker EROĞLU konuyu; “Bize göre ülkemizde müzik sahasındaki problemlerin bir sebebi de sanatın ucuzluğudur. Tarihimize bakıldığında, geçmişte müziği sanat edinmiş olanların, bu konuda ilim tahsil etmiş insanlar olduğunu görmekteyiz. Bunların dışında, kendi tabii ortamında müzik üreten halkımızın da ürettiği eserlere bakarak bugünkü sanatçılara kıyasla ziyadesiyle sanatkâr olduğunu söylesek mübalağa etmiş olmayız. Günümüzde ise sanat o kadar ucuzlamıştır ki özellikle müzik sahasında artık anne ve babalar çocuklarının ilim adamı, iş adamı, ticaret erbabı olmasından ziyade, sanatçı olarak kısa yoldan şöhret ve para sahibi olmalarını arzu etmektedirler. Çünkü bunun için tahsile, emeğe ve fazla çalışmaya gerek yoktur? Sahnelerimizde boy gösteren ve hakikaten bir gecede büyük paralar kazanan “meşhur sanatçı” larımıza bakacak olursak, çoğunun tahsilsiz insanlar olduğunu görürüz. Aynı durum gerek radyolarımızda, gerekse Devlet korolarında çalışanlar için de söz konusudur.”¹⁵ Şeklinde açıklamaktadır.

¹⁴ Bu konu ile ilgili daha geniş bilgi için Bkz; Prof.Dr.Umay GÜNAY, “Cumhuriyet Terkibi ve Barış Manço”, Milli Folklor,C.2,S.13,s.2, Ankara,1992.

¹⁵ EROĞLU,a.g.e.,s.17.

Nida TÜFEKÇİ ise; “Radyo, televizyon plak gibi topluma hitap eden bazı araçların yayınlarında yer alan ve halkımızın müzik anlayışının başka yörelere çekilmesine âmil olan bu türleri üç ayrı grupta toplamak mümkündür. Bunlardan birincisi; “piyasa müziği” adı verilen ve Arapça, Hintçe şarkıların klasik sazlarımızla çalınmasını esas alan kalitesiz, seviyesiz türlerin yer aldığı gruptur. Çoğunluğu bakımından toplumumuzun ahlak yapısına aykırı telkinlerle dolu olan bu melankolik şarkılar bil hassa eğitim ışığından yoksun kalmış yurt köşelerinde etkili ve tehlikeli olmaktadır. İkinci grupta ise, gitar üzerinde notaların yerini dahi bilmeyen ilk okul çocuklarının yaptığı arajmanlar yer almaktadır. Bilhassa büyük şehirlerde yaşayan gençler tarafından rağbet gören bu türler otantik ezgilerimizi tahrip etmeleri yönünden tehlikeli olmaktadır. Tehlikesiz gibi görünen; fakat halk müziğimizi öbür unsurlar ölçüsünde tehdit eden üçüncü grupta ise, halk edebiyatı biliminin kabul ettiği anlamda “aşık” kimliği taşımayan veya anonim ürünlerimizin doğuş alanı dışında yaşayan okumuş yazmış bazı kimselerin halk çalgılarımızla; bilhassa bağlamayla yaptıkları halk türkülerimize benzer besteler yer almaktadır.”¹⁶ Demekte ve medyada icra edilen müzikleri topluma yaptığı etki bakımından üç başlık altında toplamaktadır.

Fakat özel radyo ve televizyon kanallarının içinde de zaman zaman iyi niyetle hazırlanmış ve konuya hizmet etmeyi amaçlayan halk müziği programları bulunmaktadır. Fakat bu programların büyük bir çoğunluğu gerek halk bilimi gerekse halk müziğini bilmeyen kişiler tarafından yapıldığı için amacına ulaştığı söylene-
mez. Asker KARTARI konuyu; “...halk türkülerinin, ne yazık ki, modern etnomüzikoloji tekniklerinden haberi olmayan kişiler tarafından “derlenmesi”, daha doğrusu, beceriksiz ellerin gül koparması gibi, dalından hoyratça çekilip alınması sonunda, “popülerleştirilmesi”¹⁷ şeklinde bir benzetme ile ifade etmiştir.

Türk halk müziği konusunda medyada bilgi veren, yorum yapan veya söz hakkı verilen insanların büyük bir çoğunluğu konuyu bilmemektedirler. Program sunucuları konu ile ilgili soruyu program gereği sormakta ve daha sonra çekilmektedirler. Verilen cevabın doğru mu yanlış mı? Olduğuna fazla dikkat edilmemektedir.

Bilindiği gibi türkülerin en önemli özelliği yaşanmış duygular sonucu ortaya çıkmış olmasıdır. Bu nedenle icra edilirken de hissederek, anlatılan duyguyu yaşayarak, duyarak icra etmek oldukça önemlidir. Fakat türkülerin icrasında çok önemli olan; yöresel ağızlar, tavırlar, akort zenginlikleri¹⁸ ve zengin olan çalgı çeşitliliği günümüzde artık görülmemekte ve unutulmaya yüz tutmaktadır. Bunun ile birlikte;

¹⁶ Metin ÖZARSLAN, “Türk Halk Müziğinin Meseleleri Üzerine Dr. Turgut GÜNAY’ın Nida TÜFEKÇİ ile Yaptığı Bir Sohbet”, Millî Folklor, S.39,s.53, Ankara,1998.

¹⁷ KARTARI, Doç.Dr.Asker, “Anadolu Aşık Geleneği’nin Medya’da Temsili ve İşlevselliği”, Folklor Edebiyat Dergisi,2000/1, C.6,S.21,s.13, Ankara.

¹⁸ Kısa saplı bağlamaların çıkması ve hızla yayılması; çalma ve söyleme kolaylığı getirmekte birlikte, bağlamadaki yöresel tavırların ve akort zenginliğinin kaybolmaya başlamasında etkin rol oynamıştır.

Doğu ağız ile icra edilen Karadeniz türküleri, zeybek türküleri, Trakya bölgesi türküleri veya İstanbul Türkçesi ile icra edilen doğu türkülerini bu günkü medyada görmek ve dinlemek mümkündür. Ayrıca konuları bakımından son derece zengin olmasına rağmen günümüzde ön plana çıkarılan konu çoğunlukla aşk ve sevdadır.

Medyada ki halk müziği icralarının bazılarında söz anonim olduğu halde türkünün melodisini değiştirerek başka melodi ile icra edilmektedir. Bunun tersini de görmek mümkündür. Adına yorum denilen bu yozlaşmayla birlikte, ritimdeki yerel özellikler de çıkarılarak özellikle turistik bölgelerde “Turkish Folk Music” adı ile turistlere satılmakta ve kültürümüzün önemli bir parçası olan halk müziği yanlış tanıtılmaktadır.

Bunun için bu gün halk müziği icra eden sanatçıların yaptıkları işin sorumluluğunun bilincinde olarak farklarını her yönü ile iyi hissettirmeleri, kendi çizgilerini iyi belirlemeleri gerekmekte ve halk müziğinin dışında yapmış oldukları çalışmaların adını da mutlaka doğru koymalıdır.

Bu gün için halk müziği adına bazı işleri yanlış yaptığımız veya yapamadığımız ortadadır. Çünkü, türkülerin söylenme biçiminin türkü ile ilgisi olmadığı gibi, son derece duygulu türküler küfrederek veya kavgaya eder gibi söyleyen, semah ezgileri çalınırken halay çekmeye çalışan, bemol ikinin yerine naturel ses basmayı çağdaşlık sayan ve kendi kültürüne yabancı bir nesil giderek çoğalmaktadır.¹⁹

Bir döneme kadar değişen toplum ve yaşama biçimi kendi müzik kültürünü de beraberinde getirmiştir. Fakat günümüzde üretilen müzik, daha da hız kazanmış olan bu değişimlerin sonucunda mı acaba ortaya çıkmıştır? Yoksa medyanın çıkarılmış olduğu soyut bir kültür çerçevesinde mi toplum şekillendirilmeye çalışılıyor? Tartışma konusudur.

Tüm bu saydığımız nedenlerden dolayı; Özellikle yurt çapında yayın yapan özel TV ve radyoların yapmış oldukları konu ile ilgili programlarda; Türk Halk Bilimi ve Türk Halk Müziği uzmanları²⁰ danışman olarak görev yapmalı ve bu çıkarılacak bir yasa ile zorunlu hale getirilmelidir. Radyo Televizyon Üst Kurulu’nda (RTÜK) görev yapacak olan Türk Halk Bilimi ve Halk Müziği uzmanları da; medyadaki konu ile ilgili hem danışman olarak görev yapan uzmanları, hem de programları denetlemelidirler. Böylece hem konu ile ilgili yapılan yayınların kalitesi artacak hem yetişmiş olan uzmanlar daha aktif hale getirilecek hem de halk biliminden daha fazla faydalanılarak buraya kadar saydığımız problemlerin çözümünde yol alınacağı düşüncesindeyiz.

¹⁹ Bu tespitler, çeşitli televizyon programları ve Gaziantep Üniversitesi Türk Musikisi Devlet Konservatuvarı, Sakarya Üniversitesi Devlet Konservatuvarı, Öğrenci Alım Sınavları sırasında ki gözlemlerim sonucu yapılmıştır.

²⁰ Burada uzmanlıktan kastettiğimiz; Konunun okulundan mezun olmuş, alanı ile ilgili bilimsel araştırma ve yayın çalışmaları yapan, konu ile ilgili Üniversitelerin Ana Bilim /Ana Sanat dallarında görev yapan öğretim elemanı veya araştırmacılarıdır.

Sonuç olarak şunu söyleyebiliriz; bugün özellikle özel medya da sunulan ve magazin programları ile ayakta tutulmaya çalışılan müzik, bizim binlerce yıldan beri süre gelen Türk Müziği geleneğinin devamı olamaz. Bunun sebebini araştırdığımızda Türk Müziği okullaşma sürecinin çok geç başlaması, müzik politikamızın olmayışı, oluşturulamayışı veya batının Türkiye’deki müzik politikalarını kendi hesapları doğrultusunda oldukça güçlü bir şekilde oluşturmaları sayılabilir.

Medyada Türk Halk Müziği adına yapılan yanlışlıkları daha da fazla saymak mümkündür. Fakat bu gün şu soruları kendimize sormamız gerekmektedir;

1. Yurttan Sesler topluluklarının kuruluş amaçları veya bu icralar sırasında duyulan endişe ve düşüncelerin acaba bu gün ne kadar yakınındayız veya bu endişelerin ne kadarını taşıyoruz?

2. Atatürk’ün çizmiş olduğu çizgide acaba çağdaş ve ulusal müziğimizi oluşturabildik mi?

3. Türk müziği politikamız var mı?

4. Türk müziğinin çağdaş bir şekilde eğitimini verecek olan Türk müziği okullarını oluşturabildik mi? Olanları geliştirebildik mi? Veya sınırlı imkanlarla eğitim vermeye çalışan bu okullara bakış açımız nasıl?

Bu sorulara olumlu cevaplar vermeye başladığımız zaman, Atatürk’ün hedeflemiş olduğu çizgide ulusal müzik devrimini gerçekleştireceğimize inanıyoruz.

KAYNAKÇA

ATAMAN, Sadi Yaver, Atatürk ve Türk Musikisi, Kültür Bakanlığı Yayınları/1291,Atatürk Dizisi/31, Atak Ofset,Ankara, 1991.

AYGÜN CENGİZ, Serpil, “Folklor, Poplor ve Kitle İletişim Araçları”, Folklor Edebiyat Dergisi, 1999/3, C.5,S.19, Ankara.

EKİCİ, Savaş, “Türk Müziği Devlet Konservatuarlarında Nasıl Bir Yapılanma Olmalıdır”, 21.yy başında Türkiye’de Müzik Sempozyumu, Sevda Cenap And Müzik Vakfı, 2002.Ankara.

EROĞLU, Yrd. Doç. Dr. Türker, “Arabesk Müzik, Özgün Müzik, Çağdaş Halk Müziği ve Türkiye’de Sanatın Ucuzluğu”, Milli Folklor Dergisi, C.1,S.6, Ankara.1990.

ÖZARSLAN, Metin “Türk Halk Müziğinin Meseleleri Üzerine Dr. Turgut GÜNAY’ın Nida TÜFEKÇİ ile Yaptığı Bir Sohbet”, Millî Folklor, S.39,s.53, Ankara,1998.

KAÇAR GİTMEZ, Songül, “Küreselleşen Dünyamızda Medya ve Kültür” Folklor Edebiyat Dergisi,1999/3, C.3,S.15, Ankara.

KARTARI, Doç. Dr. Asker, “Anadolu Aşık Geleneği'nin Medya'da Temsili ve İşlevselliği”, Folklor Edebiyat Dergisi,2000/1, C.6,S.21, Ankara.

UĞUZMAN ER, Doç. Dr. Tülay, “Dördüncü Uluslararası Dörtdivan Yayla Şenlikleri'nin Düşündürdükleri Halk Kültürünü Etkisi Altına Alan Popüler Kültür”, Folklor/Edebiyat 2000/4,C.6,S.24,s.285,Ankara.

YILMAZ, Niyazi, Türk Halk Müziğinin Kurucu Hocası Muzaffer Sarısözen, Ocak Yayınları, Ankara,1996.

HALK BİLİM ARAŞTIRMALARINDA ÜÇÜNCÜ BOYUT

Doç. Dr. Metin EKİCİ*

Türkiye’de halk bilimi alanındaki çalışmaların yüz yıla yaklaşan bir tarihi bulunmaktadır. Türk halk bilimiyle ilgili alan araştırmaları ve bilimsel incelemeler 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren büyük bir hız kazanmış ve “evrenselleşen” dünya kültürlerine önemli katkılar yapabilecek Türk halk bilgisi yaratmalarını tanıtabilecek bir noktaya ulaşmıştır.

Bu bildirinin konusu, halk bilgisi ve halk bilimi alanında “üçüncü boyut” olarak adlandırdığımız bir aşamada nelerin yapılması gerektiği hakkında olacaktır. Halk bilim çalışmalarında ilk boyut “tespit”, ikinci boyut “derleme” ve üçüncü boyut da “temsili” ve “sunum”dur. Biz de, ilk olarak bu üçüncü boyuttan ilk ikisinde neler yapıldığını ve nasıl yapıldığını kısaca değerlendirecek ve daha sonra üçüncü boyutta neler yapılması gerektiğini tartışacağız. Çünkü, Türk halk bilgisi hakkında yapılan pek çok çalışma ve araştırma sonucunda, üçüncü boyuta taşınabilecek nitelikte halk bilgisi yaratması tespit edilip, derlenmesine rağmen bunların “temsili” ve “sunumu” konusunda çok fazla bir şey yapıldığını söylemek mümkün değildir. Halk bilimi öğrencilerinin belki sorguladıkları ve sorun ettikleri, belki de hiç sorun etmeyi düşünmedikleri konulardan biri üçüncü boyuttur. Üçüncü boyutu daha iyi anlamak ve kavramak için ilk iki boyuta kısaca bakalım.

Halk Bilim araştırma ve incelemelerinde ilk boyut “tespit”tir. Halk biliminin ne olduğundan başlayıp, halk bilgisi yaratmalarının türlerini tanıtmaya ve buradan hareket ederek, halk bilimi konusu içinde yer alan tür ve yaratmaların, başta kendi bölgemiz olmak üzere, çeşitli bölgelerde bulunup, bulunmadığını belirleme işi halk bilim çalışmalarının tespit boyutunu oluşturmaktadır. Halk Bilgisi (Folklor) nedir diye sorulduğunda, bilimsel bazı açıklamalar yerine, sadece “maddi ve manevi kültür ürünleri”dir, şeklinde cevap vermek veyahut da “türkü, mani, efsane, masal, destan, hikaye, bilmece, tekerleme, atasözü, deyim, ninni vb. gibi edebî yaratmalar” ve aynı zamanda “doğumdan ölüme âdet ve inanmalar, yağmur duası gibi geleneksel uygulamalar” ve de “halk müziği, halk oyunları ve dansları gibi yaratmalar” halk bilgisidir şeklinde verilen cevabın arkasından, öğrencileri bu türlerden biri veya bir kaç üzerinde çalışmaya sevk etmek tespitle ilgilidir. Yine aynı şekilde, ister öğren-

* Ege Üniversitesi, Türk Dünyası Araştırmaları Enstitüsü, Türk Halk Bilimi Anabilim Dalı Öğretim Üyesi.

ci olsun, ister uzman olarak halk bilimiyle uğraşan kişiler olsun, bir halk bilimcinin kendi yaşadığı bölge veya başka bölgelerde bu türlerin durumunu belirleme işine kısaca “tespit” aşaması diyebiliriz.

Halk bilimi çalışmalarının ikinci boyutu ise, “derleme” aşamasıdır. Bu boyutta yapılan işlem; herhangi bir yerde var olduğunu belirlediğimiz halk bilgisi yaratması veya yaratmalarının, kullanılacak bir yöntemle ve belli bazı araç ve aletlerle kaydedilmesidir. Buna ek olarak, kaydedilen bu halk yaratmalarının, kaydedicisinin niyetine göre tasnif edilmesi, düzenlenmesi ve arşivlenmesi de derleme boyutunda yapılan işlemlerden sayılabilir.

Üçüncü boyut, temsil ve sunumla ilgilidir. Halk bilgisi ürünlerinin temsili ve sunumu konusunda neler yapabiliriz? Üçüncü boyutta tartışılması gereken asıl konu bu iki temel sorun ve bunlara bağlı sorunlardan oluşmaktadır. Halk bilimci olarak görevimiz sadece var olanı tespit etmek, derleyip, arşivlemek değil, aynı zamanda tespit ettiğimiz ve derlediğimiz kültürel değerlerin sunumunu yapmak, devamlılığını sağlamak ve yerelden küresele ulaşacak bir kültür değeri haline getirilmesi görevidir. Bu noktada ele alınması ve üzerinde durulması gereken yani temsil ve sunumu gerçekleştirilmede, turizm, ekonomi, siyasal durum ve etik kavramlarını da düşünmek gerekmektedir. Bunlar da, başlı başına ayrı birer problemdir. Üçüncü boyuta gelen bir halk bilgisi yaratması neden bu boyuta taşınmayı hak ediyor veya etmeli? Bir halk bilgisi yaratmasının kültürel temsil, “representation” özelliği; yerel, ulusal ve uluslar arası olarak yeterli mi?

Üçüncü boyutun bir başka önemli sorunu ise, yönlendirmedir. Araştırıp, incelenen bir yerel halk bilgisi unsurunun aynı şekilde sürdürülmesi mi, yoksa bazı tavsiyelerle yenilenerek gelişmeye bırakılması mı gerekir? Halk bilgisine sahip olan “halk” grubunu yönlendirme görevi halk bilimcinin üçüncü boyutta yapması gereken bir iş mi, yoksa değil mi? Eğer halk bilimci bunu yapmazsa, başka birilerinin yaptığı yönlendirme ile halk bu yaratmayı geliştirmeyi tercih eder mi? Halk bilgisi yaratmalarının temsil ve sunumunda görsel ve işitsel iletişim araçlarının veya medyanın olumlu ve olumsuz etkileri nelerdir? Bunları sıra ile tartışalım.

Üçüncü boyutun ilk kısmını “temsil” sorunu oluşturmaktadır. Temsilde tartışılması gereken konu, yerel bir halk kültürünün hangi halk bilgisi ürünlerinin temsil etmesi gerektiğine karar vermekle ilgilidir. Bir ülke, kendi içinde pek çok bölgesel veya yerel halk kültürüne sahiptir. Bu ülkenin ulusal halk bilgisi unsuru haline gelebilecek, ya da ulusal değer haline getirilebilecek pek çok yerel halk bilgisi yaratması vardır. İdeal olan; mümkün olduğunca çok yerel halk bilgisi yaratmasını, ulusal halk bilgisi değeri haline getirmektir. Ancak bu iş sanıldığı kadar basit veya kolay bir iş değildir. Bilindiği üzere, halk bilgisi yaratmaları, sözlü veya yazılı edebî ürünler ve inanç ürünleri; görsel ve işitsel müzik ve dans ürünleri ve de materyal veya somut üretime dayalı maddi yaratmalardan oluşur. Bu alanların her birinde yaratılmış bütün halk bilgisi ürünlerini yerelden ulusala ve oradan da evrensele taşımak mümkün değildir. Bu alanlardan ve onların alt gruplarından, belli esas ve öl-

çütler çerçevesinde seçme yapılabilir.

Hangi halk bilgisi yaratmalarının yerelden alınıp, ulusal değer haline getirileceği konusunda karar vermek, her hangi bir kişinin kendi kendisine yapması gereken bir iş değildir. Bu konu; her şeyden önce halk bilimi alanında eğitim görmüş, tespit ve derleme aşamalarında çalışmış, deneyimli halk bilimcilerin işidir. Diğer türlü, herkesin kendi kafasına, yani kendi düşünce ve dünya görüşüne göre hareket ederek bir belirleme yapması durumunda bir karmaşa durumu ortaya çıkacak ve Türk kültürünün hemen her alanında gördüğümüz “arabeskleşme” halk bilim çalışmalarının üçüncü boyutunda da kaçınılmaz olacaktır.

Deneyimli ve eğitilmiş bir halk bilimcinin kendi bölgesi veya daha başka bölgelerde araştırma yaparken tespit ettiği ve derlediği malzemenin şu üç temel seviyeden birinde yer aldığını veya alabileceğini belirleme yeteneği olması gerekir. Bu konuda, Türk halk bilgisi ustalarının, Türk esnaf ve sanatkarının özellikle maddi kültür alanında yarattığı ürünleri tasnif etmede kullandığı ve Amerikalı halk bilimci Henry Glassie tarafından da kabul edilip, uygulanmış olan “sade”, “canlı”, “ciddi” ölçütleri kullanılabilir¹.

Bir halk bilgisi yaratmasının bu üç ölçütten birine uygun olduğu veya bunlardan biri içinde yer alması söz konusudur. İster sözlü veya yazılı olsun, ister görsel ve işitsel olsun ve isterse maddi alanda yaratılmış olsun, her halk bilgisi yaratması bu ölçütlerle değerlendirilebilir. Bu ölçütlerin anlamlarını kısaca açıklayalım.

“Sade” olan bir halk bilgisi yaratması esas itibarıyla ve sadece “işlev”le ilgilidir. Yani bir ihtiyaca binaen ve bir ihtiyacı karşılamaya yönelik olarak yaratılmış ve yaratılmaya, aktarılmaya devam etmektedir.

“Canlı” olan ise; belli bazı işlevler yanında, sınırlı estetik olgu, yaratma ve sanat kaygısını da içerir. Başka bir ifadeyle bu tür yaratmalar belli oranda ustalık içerir. Geleneksel değerleri ifade eden halk bilgisi yaratmaları az da olsa ustalık anlayışı ile birleşince canlı hale gelir.

“Ciddi” olan ise; ürünün temel işlevlerini yerine getirmede son derece başarılı olması yanında, estetik ve sanat anlayışını ve bir ustanın zevki ve aşkını en iyi şekilde yansıtmaktır. Bu tür ürünlerde, özenle seçilmiş malzeme kullanımı, üretim aşamasında çok ciddi bir tekrarlar ve bunun sonucunda mükemmel olanı elde etme kaygısı vardır. İster bir halk dansı olsun, ister bir türkü, ister bir masal veya hikaye, isterse bir sepet veya masa örtüsü, ciddi olarak yaratılan ürünler kesinlikle kendilerini kanıtlayacak özellik ve nitelikleriyle ayrılırlar. Bu üç seviyeyi şöyle bir örnek ile açıklamak mümkündür. Günlük ihtiyacınızı karşılamak için aldığınız bir bardak son derece ucuzdur ve basit bir üretim sonunda ortaya çıkmış bir üründür. Aynı ürünün biraz daha işlenmiş, daha fazla yontulmuş ve kaliteli bir malzemeyle üretilmiş olanı ise canlıdır. Eğer bu bardak çok özenle seçilmiş bir malzeme kullanımı ve

¹ Henry Glassie. Turkish Traditional Art Today. Indiana: Indiana University Press, 1993.

bardak üretiminde yıllardır uzmanlaşmış bir ustanın birkaç haftalık emek harcaması sonucunda üretilmiş ise, biz, ciddi bir eserle karşı karşıyayız demektir. Aynı şekilde bir halk dansı veya bir masal veya fıkra anlatımı da bu ölçütlerle değerlendirilebilir.

Bu üç temel ölçütten hangisine ulaşmış bir ürünün yerelden ulusala taşınması gerektiği konusunda karar vermek çok zor değildir. Siz bir müze kuracak olsanız bu ürünlerden hangilerini teşhir veya sergi salonuna koymayı tercih edersiniz? Tabii ki, sizi hem işlev, hem sanat ve estetik bakımdan en iyi şekilde temsil edecek olan “ciddi” yaratmaları. Böylece, “ciddi” olarak yaratılmış olan halk bilgisi yaratmalarının Türk halk kültürünü temsil etmeleri kabul edilebilir. Burada üzerinde durulması gereken noktalardan biri de halk bilgisi yaratmalarının “geleneksellik” özelliğidir.

Bilindiği üzere halk bilgisi yaratmalarının en temel ve en belirgin özelliklerinden biri “geleneksellik”tir. Geleneksellik kavramı sadece “eski” veya “antik” olma ölçütleri üzerine kurulmamalıdır. Geleneksellik içinde vurgulanması gereken kavramlar ise; “toplumsallık”, “süreklilik” ve “çeşitlilik” olgularıdır. Bir yaratmanın işlev, içerik ve estetik bakımdan bir toplumla birleşmesi; başka bir ifadeyle, bir halk bilgisi yaratmasının işlev bakımından toplumun ihtiyacını karşılaması, içerik bakımından toplumun diğer değerleriyle uyuşması ve estetik bakımdan toplumun sanat anlayışını yansıtması gerekir.

Süreklilik ise; bir halk bilgisi yaratmasının ait olduğu toplumun üyeleri tarafından kuşaklar boyunca tekrarlanan bir nitelik arz etmesi meselesidir. Yani kuşaktan kuşağa; sözlü, görsel veya materyal olarak aktarılması ve bu suretle yeniden ve tekrarlanarak yaratılmasıdır.

Çeşitlilik ise; süreklilik kavramı içinde bir toplumun ihtiyaçlarını kendi sanat anlayışı ile birleştiren ve kendi sanat ve yaratıcılık gücünü ve ifadesini kullanarak yaratan bireysel sanatçıların getirdiği farklılıktır.

Bütün bunların sonucunda “geleneksel” olanı; “gayri resmi yol ve yöntemlerle ve zaman içinde bir şeyler yapma ve üretmenin ve de kullanmanın özel bir yoluyla elde edilen bir olgu” şeklinde tanımlamak gerekir. Ancak geleneksellik içinde “yaratıcılık” ve “değişme” kavramlarını da mutlaka vurgulamak gerekir.

“Geleneksellik” ve “değişme” kavramı belki birbirine tezat olarak görülebilir. Ancak; her kuşakta değişen kültürel çevre ve özellikle kültürün teknolojik yönü, kültür içindeki diğer iki birimi; “toplumsal örgütlenme” ve “ideolojik birimleri” de belli ölçüde değiştirmektedir. Teknolojik kısımdaki hızlı değişme, sosyal örgütlenme kısmına biraz, ideolojik kısma ise çok az etki etmekte ama her halükarda, zincirleme bir reaksiyon halinde az veya çok değişme meydana gelmektedir. Değişme her zaman iki şekilde meydana gelir. Toplumsal yaşam tarafından benimsenen, yaşamı kolaylaştıran ve bunlarla ilgili kısımlarda meydana gelen değişme olumludur. Olumlu değişme ise, her zaman “gelişme” kavramı ile ifade edilir. Toplumsal de-

gerlerle uyuşmayan veya sürekli bir çatışma arz eden nitelikteki bir değişme ise “bozulma” veya “dejenerasyon” kavramları ile ifade edilir. Geleneksel olan içinde yaratıcılık ve yaratıcılığın getirdiği bir değişme ve değişmenin de getirdiği bir gelişme, az veya çok mutlaka vardır ve olacaktır. Türk halk kültürünü temsil edecek olan yaratmaların geleneksel bağlamda yenilenen ve ciddi boyutta yaratılmış ürünler olması gerekmektedir.

Üçüncü boyutta temsilden sonra gelen sorun ise, “sunum”dur. Hangi halk bilgisi yaratmalarının temsil etmesi gerektiğine karar verdikten sonra, bu yaratmaların ne gibi amaç veya amaçlarla, kim tarafından ve nasıl sunulması gerektiği konuları da tartışılması gereken hususlardır.

Sunumla ilgili sorunlardan ilki “ne amaçla sunum yapılacağıdır” demiştik. Sunum temelde ekonomik, turistik ve tanıtım amaçlı olabilir. Temsil gücü olan bir halk bilgisi ürününün ekonomik değeri zaten vardır ve böylesi bir yaratma, içerik ve işlevi bakımından en azından kendi toplumu içinde bir ekonomik değere mutlaka sahiptir. Ekonomik değer artırılması noktasında turistik amaç ön plana çıkmakta, çünkü yerel veya ulusal bir halk bilgisi ürününün evrensel boyuta çıkması veya çıkartılması söz konusu edilmektedir. Turistik amacın gerçekleştirilmesinde tanıtım önem kazanmaktadır. Bu tür sunumlar daha çok dış dünyaya yönelik sunumlar olarak kabul edilebilir.

Sunumun bir başka amacı ise; bir toplumun kendi kültürel kimliğini korumaya yönelik olarak kendi ürünlerine sahip çıkmasını sağlamaktır. Sunumu yapılmayan halk bilgisi yaratmaları dar bir yerel alanda kalacak ve başka bölge ve hatta başka toplumlardan gelen sunumların etkisiyle azalıp kaybolacak; yani başka toplumların yaratmaları onların yerini alacaktır.

İster ekonomik ve buna bağlı olarak turistik ve tanıtım amaçlı olsun, isterse kendi kimlik ve benliğini korumaya yönelik olsun, halk bilgisi ürünlerinin sunum ve tanıtımını mutlaka yapmak gerekmektedir. Bu sunum ve tanıtım yaparken gelişigüzel veya bilinçsiz bir yaklaşım, geleneksel kavramı içinde ciddi olarak yaratılmış ürünlerin bile gayri ciddi olarak algılanmasına, yani değersiz görülmesine yol açabilir. Etkili bir sunum yapabilmek için, halk bilgisi yaratmalarının tanıtımında halk bilimi eğitimi almış, uzman kişilerden yararlanmak gerekmektedir.

Bugün pek çok ülkenin görsel ve işitsel medya organlarında halk bilgisi ürünlerine ve bunların tanıtımına yer verilmekte, ancak bu sunum ve tanıtımlarda konunun uzmanı olmayan kişiler tarafından bilinçsiz bir sunum yapılmaktadır. Bundan dolayı da bazen insanlar sahip oldukları ve yarattıkları halk bilgisi ürünlerinden dolayı utanç duyacak hale gelmekte, bazen de bir ürün gereksiz abartılarla layık olmadığı bir değer haline getirilip, sunulmaktadır. Örneğin; bir kahvehanede saz çalıp şiir söyleyen ve hikâye anlatan âşıklarla ilgili çok az sunum yapıлып, bu alandaki ürünler değersiz gibi gösterilirken, Türk kültürüne ait olduğu bile tartış gerektiren, ancak günümüzde çok fazla sunumu yapılan ve âdeta Türk kültürüyle, Türk insanıyla özdeşleştirilen göbek dansı ise aşırı derecede abartılarak sunulmaktadır.

Medya organları bu konuda yeterince hassas davranmak zorundadır. Bir halk bilgisi ürününün tanıtım ve sunumunu yaparken mutlaka halk bilgisi uzmanlarından yararlanmaları gerekmektedir.

Sunumda sadece medya organları değil, müzelerimiz gibi devlet kurumları ve özel kurum ve kuruluşlar tarafından da yapılmaktadır. Ancak bu sunumlar da yetersiz bir şekilde yapılmaktadır. Bugün hemen her şehirde bir tane bulunan ve adı “Etnografya Müzesi” olan sergi salonlarındaki eşyalara baktığımızda, hep eski olan eşyalar yetersiz açıklamalarla sergilenmektedir. Her şeyden önce bu müzelerin adlarını “Halk Bilgisi Müzesi” olarak değiştirmek gerekmektedir. Bundan sonra yapılması gereken ise, bu mekanlardaki açıklama ve bilgileri daha da zenginleştirmek “sanat eseri” ve “sanatçı” ilişkisini ve de toplumla ilişkisini de belirterek yeniden düzenlemek gerekmektedir. Yine sesli açıklama ve efektlerle bu müzeleri daha canlı ve cazip hale getirmek mümkün olabilir.

Sadece medya organları ve müzecilik sisteminde yapılacak değişimler değil, aynı zamanda sunum konusunda halk bilgisi ürünlerinin yaratıcısı ve satıcılarını ve de kullanıcıları yönlendirmek gerekmektedir. Özellikle materyal alanındaki halk bilgisi ürünlerinin üretici ve satıcılarını da daha bilinçli kılmak, sahip oldukları veya ticaretini yaptıkları ürünlerin sadece belli işlevlere sahip her hangi bir materyal değer değil, aynı zamanda bizim toplumsal değerlerimize ve toplumumuza mensup sanatçılara ait yaratmaları alıp sattıklarını bilmelerini sağlamak gerekir. Eğer bu bilinç üreticiden, satıcıya yaratılabilirse örneğin, bir Türk halısı veya kiliminin Türk insanının hayatındaki çok geniş değerleri, renk dünyasını, doğa tutkusunu, insan-doğa ve eşya bağlamında yansıtan bir yaratma olduğu öğrenilir ve öğretilirse, kısacası bir el halısının neden bir kültür değeri olduğu benimsetilirse sunum da daha sağlıklı bir sonuç getirecektir.

Sunumla ilgili son sorun ise; “etik” sorunudur. Etik sorun, halk bilgisi ürünlerinin derlenmesi anından itibaren başlayan “sahiplik” ve “aitlik” meselesidir. Derlediğiniz bir hikâye veya masalın sahibi kimdir? Başka bir ifadeyle; bir halk bilgisi ürünü bir kişiye ait olabilir mi? Halk bilgisi ürünleri toplumsal aidiyet ve toplumsal sahiyet özelliğine sahiptir. Türk toplumunun üyesi olduğunu iddia eden herkes Türk halk bilgisi ürünlerinin sahibidir. Ancak bu ürünlere sahip olma hakkı olan bir kişi, bu ürünleri isteği gibi kullanma ve bunlardan istediği gibi bir ekonomik değer elde etme hakkını kazanmaz. Örneğin; bir halk türküsünün sözlerini ve müziğini bozarak toplumun benimsemeyeceği bir şekilde ve “anonim” adı altında kullanıp, bundan ekonomik bir getiri ve ayrıca bireyin kendisine de bir ün sağlama girişimi etik olarak uygun olmayacaktır. Diğer taraftan geleneksel bir türün şeklini yeni değerlerle doldurmak veya geleneksel bir güfteyi toplumsal değerlerle uyuşan bir çerçevede yeniden düzenleyerek sunmak daha uygun bir yaklaşım olacaktır.

Sonuç olarak şunları söylemek mümkündür: Halk bilgisi ürünleri sadece tespit ve derleme aşamasında bırakılmamalı, üçüncü boyut olan sunum ve tanıtım aşamasında da değerlendirilmelidir. Üçüncü boyut, halk bilim uzmanlarına danışarak ya-

pılması gereken sunum ve tanıtımı getirmelidir. Halk bilimi alanında yetişmiş uzmanlar tarafından medya organlarında, müzelerde, eğitim kurumlarında, sempozyum, panel ve çalıştaylarda yapılacak sunumlar daha fazla halk bilgisi ürününün yerelden ulusala, ulusaldan evrensele ulaşmasını sağlayacaktır. Bütün bunlar hem millî kimlik ve benliğin korunması, geliştirilmesinde hem de ekonomik anlamda halk bilgisi ürünlerinin daha ciddi katkı sağlamasına yol açacaktır.

HALK KÜLTÜRÜNÜN ÖNEMLİ BİR PARÇASI OLAN “HALK MÜZİĞİ”NE MEDYA TARAFINDAN “POPÜLER MÜZİK”E ORANLA DAHA FAZLA YER VERİLMESİNİN GEREKLİLİĞİ

Öğr. Gör. H. Selen ERGÖZ ÖZEREN*

İçinde bulunduğumuz çağda ülkemiz müzik kültürü, oldukça karmaşık bir yapı arz etmektedir. Bir yandan tüm dünyada olduğu gibi bizde de etkisini sürdüren popüler müzik ve diğer müzikler, diğer taraftan değişimlere uğramasına karşın en çok dinlenen ve üzerinde en çok tartışılan geleneksel müzik, halk müziği. Tarihsel olarak, yıllarca değişik halklarla birlikte yaşamının sonucu olarak karşılıklı etkileşim, ülkemizin coğrafi konumu, ekonomik ve sosyal yapıdaki değişimler ve hala kapitalizm ile feodal toplum arasında bir geçiş süreci yaşadığımız için ve ayrıca toplumu yönlendirmede en etkin araç olarak ön planda yer alan medya, işlevini gerektiği biçimde yerine getirmediği için, toplum olarak kendi milli değerlerimizden, öz kültürümüzden uzaklaşmaktayız.

“Kültür; insanın maddi ve manevi yönünü ilgilendiren, insanın hayatını devam ettirebilmesi için gerekli olan, güncel, değişken, içtimai (toplumsal), aktarılabılır, değişik unsurlardan meydana gelen, tarihi bir geçmişi olan milli normlar, kurallar ve sistemler bütünüdür” şeklinde tanımlanmaktadır.¹ Bu tanımdan yola çıkarak, halk kültürü kavramını ele aldığımız zaman, kültürü olmayan halkların var olamayacağı veya sürekliliklerinin olamayacağı gerçeği ile karşılaşmış oluruz. Milleti millet yapan böylesine önemli bir kavramın en önemli parçalarından biri de elbette müziğidir. Günümüzde değişik adlarla anılan, şartların doğurduğu çeşitli müzik türleri vardır. Ancak burada söz konusu ettiğimiz yüzyıllar öncesinden gelen, ticari ve hatta sanat yapma kaygılarından uzak oluşturulmuş, tamamen doğal olan halkın müziğidir. Sadece ülkemizde değil, bir çok yabancı ülkede de halk müziği hem eğitimde, hem de kültürel paylaşımda önemli bir yer tutar. Önemli müzikologlarımızdan Halil Bedii Yönetken’in bazı tespitlerini hatırlamakta yarar vardır;

“Yabancı ülkelerin okul müzik kitaplarını inceleyecek olursak, halk şarkılarına bolca yer verilmiş olduğunu görürüz. Örneğin; İngiliz okul kitaplarında “Folk

* Sakarya Üniversitesi Devlet Konservatuvarı Öğretim Görevlisi

¹ KÖKTAN, Yavuz – EROĞLU Erol; “Toplum ve Müzik”, Folklor Halk Bilim Dergisi, cilt:5, sayı:50, Mayıs 2002, İstanbul

songs, songs of the British Islands, Song of Britain, National songs, Folk and national songs...” Alman kitaplarında “Volkweise, Alte Weise, Alte Volkweise, Volkslied...” Fransız kitaplarında “Chanson populaire, Melodie populaire, Air populaire, Canon populaire, Ronde populaire...” gibi hep halk ezgisi, geleneksel ezgi anlamlarına gelen terimlere rastlanır.”

“Okul müzik eğitiminde öteki ezgiler arasında halk ezgisine bu derece önem verilmesi, ulusal ve eğitsel nedenlerden ileri gelmektedir.”²

H.B. YÖNETKEN’ in “**Müzik öğretmeni ve Folklor**” başlıklı bir başka yazısını Ahmet SAY şöyle değerlendiriyor;

“Müzik öğretmenlerinin görev yaptığı yörede folklorla eğilmesini beklemek, tüm müzikçilerin ve müzik araştırmacılarının düşleridir. Bu yazının hazırlandığı 1950’li yıllarda, folklorumuz açısından saf, el değmemiş, bozulmamış, otantik ürünleri derleme olanağı vardı. Ama günümüzde durum değişmiştir: Radyo ve Televizyon gibi kitle iletişim araçlarının bilinçsizce yaptığı bombardımandan sonra, “otantik” olanı bulmak ve ayıklamak zorlaşmıştır. Yine de yurdun dört bucağında görev yapan müzik öğretmenlerinden halk müziğine ve halk oyunlarına ilgi duymalarını düşleyebiliriz; sözleriyle YÖNETKEN; otuz yıl öncesinden bu düşü dile getirmektedir.”³

Gelişmek, kalkınmak ve Atatürk’ün hedef olarak gösterdiği çağdaşlık seviyesine ulaşabilmek için, en temel öge eğitim sistemidir. Topluları oluşturan bireylerin, temel eğitimi eksiksiz almaları gerekmektedir. Çünkü, birey; temel eğitimi yeterli düzeyde alamazsa (ki bu temel eğitimin içinde müzik eğitimi çok önemli bir yer tutar) ve kendi kültürünü gerektiği biçimde öğrenemezse, uzun vadede, öz değerlerinden uzaklaşması kaçınılmaz olacaktır. Oysa küçük yaşlardan itibaren, gereken eğitimi almış; kendi kültürünü özümsemiş bir birey, diğer kültürlerle etkileşime hazır bir fert olduğunda; yoz, sanat değeri olmayan ürünlere gereken tepkiyi gösterecektir. Unutmamak gerekir ki; müzik kültürü alanındaki karmaşa ve yozlaşmadaki en önemli etkenlerden biri olan “medya”nın başındaki kişilerde aynı eğitim sürecinden geçmektedir. Dolayısıyla, en azından bundan sonrası için, kendi kültürel değerlerimizi korumak adına bir şeyler yapmak istiyorsak, eğitime gereken önemi vermeliyiz. Bugünün yoz kültürünün çocuklarımız üzerinde on beş – yirmi yıl sonra oluşturacağı etkiyi düşünenecek olursak; eğitim sisteminde derhal önlem almak zorunda olduğumuzu fark ederiz. Bugün durum biraz farklı olmamakla birlikte, hala ulusal sazımız bağlama temel eğitimde yerini hak ettiği biçimde alamamıştır. Oysa bağlama eşliğinde ezgilerimiz dinleyen diğer milletler de bu müzikten etkilenmektedir ve etkileneceklerdir. Örneğin; geçtiğimiz yıllarda, Arif Sağ, Erol Parlak ve Erdal Erzincan’ın; Federal Alman Cumhurbaşkanı Roman Herzog’un himayesinde düzenlenen “Müzikli Bir Anadolu Yolculuğu” adlı konserde elde ettikleri başarı hepimizi memnun etmiştir. Çünkü bu sayede Dadaloğlu, Pir Sultan

² SAY, Ahmet; “Müzik Öğretimi” Müzik Ansiklopedisi Yayınları, Ankara, 1996, Sayfa.36

³ a.g.e. Syf:16

Abdal ve Koroğlu türkülerinin güzelliği dünyaya tanıtılabildiği. Yine, yıllarca hayal kırıklığı yaşadığımız “Eurovision şarkı yarışması” nda da, ilk kez, bağlama, davul ve ney kullanılan bir eserle katılarak üçüncülük elde edilebilmiştir.

Ülkemizde özellikle sosyo-ekonomik alt yapının bozukluğu, yetersizliği ve adil olmayan uygulamalar yüzünden gerek yazılı basında, gerekse görsel iletişim araçlarında neredeyse tek amaç ticari yaklaşımdır. Durum böyle olunca “satmak” kaygısıyla yaklaşmakta ve sanat değeri neredeyse hiç aranmamaktadır. Ne için güldüğümüzü bilmeden gelişigüzel oluşan kahkahalarımız, belli bir takım popüler kişilerin özel yaşamlarının ortaya döküldüğü şovlar, özentili yabancı diziler, sözleri hiç anlam ifade etmeyen, basit melodilerden kurulmuş, ayrıca kendi dilimizden uzaklaşmış bir söyleşiyi sunulan müziklerle gerçekten “paramparça” olmuş durumdayız. Eğer ilgililer konuyu ele almazsa ve dolayısıyla eğitim sistemimiz yerel öğelerle yeniden yapılandırılmazsa daha da parçalanacağız. Örneğin; içinde bulunduğumuz yıl mart ayında, KASDAV (Kadıköy Sağlık, Dayanışma Vakfı) tarafından 5.si gerçekleştirilen İstanbul Liselerarası Müzik Yarışmasına; İstanbul’un belli başlı 20 kadar lisesi katılmış ve bu liselerin büyük çoğunluğu, bu yarışma için böyle bir zorunluluk olmamasına karşın, İngilizce parçalar bestelemiş yada var olanları seslendirmişlerdir. Oysa özellikle bu yaş grubu gençliğin anadillerini de yabancı diller gibi istekle ve küçümsemeden kullanma yönünde özendirilmeleri gerekir.

Basında yer alan bir haber göre; **“Gaziantep Rehberlik ve Araştırma Merkezi (GARAM) uzmanları, yaptıkları bir araştırmada; bazı pop şarkılarının sözlerinin (“neremi, neremi”, “kız hepsi senin mi” “bandıra, bandıra ye beni” v.s.) çocukları çabuk etkilediği ve bu etkileşime bağlı olarak manevi ve ahlaki değerlerin zayıfladığı, argonun körüklendiği sonuçlarına varmışlardır. Toplumsal değer yargılarında ve eğitim programlarında yer almayan ve benimsenmeyen argo sözcüklerin; istenmeyen ve arzu edilmeyen öğrenmelere yol açarak, argoyu bir yaşam biçimi haline getirebileceği uyarısında bulunmakta ve sanatçıların para kazanmak uğruna topluma karşı sorumluluklarını unutmamaları gerektiğini vurgulamaktadırlar.** Bir taraftan konuya değinilmesi, memnuniyet verici bir durum iken, diğer taraftan, önce para kazanmayı amaçlayan sanatçıları çıkarmanın da medya oluşu; büyük bir çelişki yaratmaktadır.

Konservatuarlardan mezun, nitelikli bir çok aday, kültür’e hitap eden çalışmalarını yaymak adına talepte bulduklarında “satmaz” gerekçesiyle geri çevrilmektedirler. Durum böyle olunca da meydan yalnızca ticarete kalmaktadır. En çok satanları, müzik listelerini belirleyen radyo ve televizyonlar olduğuna göre, bunları izleyen, bu müzikleri biraz da meta-zoruyla dinleyen çocuklarımız, kendilerini bir karmaşanın ortasından bulmaktadırlar. Geçim sıkıntısı içinde kıvranan halk, saçma olduğunu bilmesine rağmen, adeta eli kolu bağlanmış gibi yine bu programları izlemekte, ağlanacak haline gülmektedir. Örneğin; ana haber bültenlerinde dahi, halka daha fazla reklam seyrettirmek ve yüksek rating elde etmek uğruna; ekonomi, siyaset, teknoloji ve kültür haberleri, yayınları değil, sanatçıların özel hayatlarını içeren magazin programları verilmektedir. Geçim sıkıntısından bugün evine

bir tek gazete bile alamayan halk, bu programlarla adeta oyalanmaktadır. Reklamla ayakta duran gazete ve televizyonlar ise, giderek daha çok reklama ağırlık vermektedir. Noam Chomsky “Medya Denetimi” adlı kitabında immedialist bir yaklaşımla bunu; **“İnsanlar içinde yaşadıkları grup, toplum ve mekanlara kendi damgalarını vururlar; susarak yada konuşarak, onaylayarak yada başkaldırarak, se-vererek yada nefret ederek kaderimizi başkalarının ellerine terk etmemek, kendimiz olmak için çaba sarf etmemiz gereken bir medya dünyasında yaşıyoruz.”**⁴ şeklinde vurgulamaktadır. Bu yüzden; varolan medyaya alternatif yeni medya grupları oluşturulmalı, sanatsal ve kültürel değeri olan programlar, belgeseller yapılmalı, halk müziğine, sanat müziğine ve diğer kültürlerin özelliklerini içeren programlara yer verilmelidir. Ayrıca bunları denetleyen bilimsel, yasal kurumlar olmalıdır.

Küreselleşmeye doğru yol aldığımız bu günlerde, dünya nüfusunun eğitime daha önem veren ve daha çok araştırıp okuyan toplumlardan oluştuğunu göz önüne alırsak, dünyada, çok kültürlülüğe giden, toplumlararası kültür alışverişinin çoğaldığı bir yapı oluşmaktadır. Teknoloji bu kadar ilerlemişken bundan kaçınmak zaten mümkün değildir. O halde etkileşim için gerekli devlet kurumlarının desteğiyle, halk müziği konserlerinin sayısı artırılabilir. Ancak ve ancak, kendi kültürünü özümsemiş bir toplum; diğer kültürleri; onlardan zarar görmeden ve onlara zarar vermeden, kendisini geliştirecek biçimde değerlendirebilir...

Öyleyse, önce kendi değerlerimizi; Örneğin, binlerce türküyü TRT repertuarına kazandıran bir Muzaffer Sarısözen’ i ve daha nicelerini gençlerimize, çocuklarımıza anlatabilmeliyiz. TRT gibi büyük bir kurumun öncülüğünde, Yapı kredi Kültür Sanat Yayıncılık tarafından basılan “İstanbul Radyosu Anılar, Yaşantılar” adlı eserde Muzaffer Sarısözen’e bir sayfa ayırabilmeliyiz.⁵ Müzik kültürümüzü yaymak, geliştirmek ve korumakla görevli büyük TRT kurumunun bu sorumluluğu; tartışma götürmeyecek kadar ortadadır diye düşünüyorum. Türk Halk müziğinin en büyük ozanlarından biri olan Aşık Veysel’in ölüm yıldönümünde; her türlü güçlüğü rağmen tüm Türkiye’de coşkuyla anabilmeliyiz. Ve eğer bu anma gerçekleştirilmiyorsa; medya, bu durumun yanlışlığını minicik bir haberle, yasak savar gibi sunmak yerine; yürekli bir özeleştirisi halinde, hak ettiği sayfadan, hak ettiği büyüklüğe verebilmelidir.

Sorumluluk eğitimciler ve medyanın yanı sıra **“Kültür Bakanlığı”, “Milli Eğitim Bakanlığı”** ve **“Yüksek Öğretim Kurumlarına”** da düşmektedir. Hürriyet gazetesi yazarlarından Doğan Hızlan’ ın “Kültür Bakanının Dikkatine” başlıklı makalesine son dönem Kültür Bakanımız şöyle yanıt veriyor; “ulusal kültürümüzü konu alan, ondan yola çıkan ve evrensel boyut kazanan yeni eserlerin üretilmesi bunların izleyiciye yansıtılması ve dünya kültürüne girebilmesini çok önemli görüyorum. Bu çalışmalarınızı çok önemsedığimizi bilmenizi istiyor ve önerilerinizle bize

⁴ CHOMSKY, Noam; “Medya Denetimi” Tüm Zamanlar Yayıncılık, İstanbul, 1995,Syf:6

⁵ “İstanbul Radyosu. Anılar, Yaşantılar” Yapı Kredi Kültür Sanat Yayınları, İstanbul,2000

yardımcı olmanızı diliyorum.”⁶ Ve devamında çağdaş Türk bestecilerinin eser üretimlerini teşvik projesinden, çocuk ve gençlik şarkıları yarışması gibi eğitici, kültürümüze katkıda bulunan daha birçok çalışmadan ve projeden söz ediyor. Ancak bütün bu üretimin özü olan yeni halk türkülerinin derlenmesinden hiç söz etmiyor. Her ne kadar Ahmet Say’ın da vurguladığı gibi öz yapı zedelenmişse de; daha derlenecek on binlerce türkümüz olduğu bilinmektedir. Bugünün teknolojisi ile ve Bakanlığın sağlayacağı destek ile bu amaç, daha hızlı ve daha kolay gerçekleştirilebilir. Üniversiteler ile yapılacak işbirliği de eklenince, bu konuda birçok sorunun üstesinden gelineceğine dair kuşku yoktur.

Basında, özellikle son yıllarda gerekli ticari hegemonyanın, gerekse siyasi iktidarların etkisiyle işlevsel bir kısıtlılık oluştuğunu biliyoruz. Gerek radyo ve televizyonları, gerekse yazılı basını haklı olarak bu açıdan eleştiriyoruz. Ancak olumlu şeylerde olmuyor değil, **“Yunusun ruhuna sarı bir çiçek getirdim diyerek”** Yunus Emre’nin tüm şiirlerini İtalyanca’ya çeviren ve “bugün yaşasaydı Nobel barış ve edebiyat ödüllerini alırdı” diyen ünlü **Türkolog Anna Masala**’nın sözlerini okuyup mutlu oluyoruz. Yine bazı büyük gazetelerdeki sınırlı da olsa bazı köşe yazarlarının beklentilerimiz doğrultusundaki yazıları bizleri mutlu ediyor. Küreselleşmeden kaçmadan kendi değerlerimizi geliştirip, daha çok tanıtmamız gereken bir dönemdeyiz artık. Bu nedenle öz değerlerimizi, hem gelecek kuşaklara hem de dünyaya, daha etkin biçimde anlatabilmenin yollarını aramalıyız.

W.Shakespeare bütün bu söylediklerimizi özetle şöyle ifade etmiştir;

“Bir milletin halk ezgilerini yapanlar, kanunlarını yapanlardan daha güçlüdürler.”⁷

Sözlerimi bu anlamlı ifade ile bitirmek istiyorum. Teşekkür ediyorum.

⁶ Hürriyet Gazetesi. 28-29 Kasım 2002, sayfa:19

⁷ TOKEL, Bayram Bilge; “Bağımıza gazel düştü, Müziğe dair” Akçağ Yayınları, Ankara,2002,Sayfa:104

Bu kitaptaki ifade; “Bir milletin türkülerini yapanlar, kanunlarını yapanlardan daha güçlüdürler” şeklindedir. Ancak türkü, sadece Türk’e olabileceğinden burada “halk ezgileri” olarak değiştirilmiştir.

KÜRESELLEŞME, MEDYA VE HALK KÜLTÜRÜ

Yrd. Doç. Dr. Türker EROĞLU* – Öğr. Gör. Deniz DEDEMOĞLU**

1. KÜRESELLEŞME

Küreselleşme olgusunun bütün boyutlarıyla ele alınmış olduğunu¹ düşünmekle beraber, bildiri konumuz itibarıyla kısaca temas etmekte yarar görüyoruz.

Küreselleşme kavramı ve olgusuna bilim adamlarının farklı yaklaşımları vardır. Sosyologlar, antropologlar, ekonomistler, siyaset bilimciler ve çevre bilimciler küreselleşmeyi farklı açılardan ele alıp açıklamışlardır.

Geçmişte küreselleşme kavramı kullanılmamakla beraber, antropologlar günümüzden 30.000 yıl önce, insanların buldukları yerlerden diğer kıtalara göç etmeleri ve dört kıtaya yayılmaları ile küreselleşmenin başladığını ifade etmektedirler.² Bu ifade ile, insanların dünyanın çeşitli yerlerine yayılmaları yanında, birbirleriyle olan temaslarına da dikkat çekilmektedir.

Küreselleşmenin farklı güç ve sonuçlarına ağırlık veren değişik tanımlar vardır. Spencer ve Saint Simon gibi klasik ekonomistler, ekonomik güçlerin rekabetçi davranıştan kaynaklanan hareketler sebebiyle eninde sonunda dünya genelinde birim maliyetin eşit olmasını sağlayacağını iddia etmişlerdir. Marx ise kapitalist üretimin özünde yer alan güçlerin (kâr yönelimli motivasyon) üretimi dünya sathına yayacağını ifade ederek, bir anlamda ekonomik küreselleşmenin o dönemdeki tanımını ortaya koymuştur.

Bu düşünceye göre kapitalizm, yüksek kârlılık oranlarının doğurduğu sermaye birikimini merkezde tutacak, çevrenin '**işgücü ordusu rezervlerini**' ve tabii kaynaklarını sömürerek sonu gelmez ekonomik yayılmacılık tekerleklerini döndürmeye devam edecektir. Kapitalist devletlerin sömürgeci politikaları ve '**kapitalist üretim biçimi**' dünyayı kuşatacaktır). Bu da (ekonomik) küreselleşmenin bir tanımı değil midir?

Endüstrileşme ve modernleşme süreçlerinin dünyayı küreselleşmeye doğru ittiği ifade edilmekte; antropologlar ve diğer sosyal bilimciler bir yandan modernleş-

* Sakarya Üniversitesi Devlet Konservatuarı Müdürü

** Sakarya Üniversitesi Devlet Konservatuarı Halk Oyunları Bölümü Başkan Yardımcısı.

¹ Türker EROĞLU(Yrd Doç.Dr.); VI. Milletler Arası ,**Türk Halk Kültürü Kongresi**, 18-22 Haziran, 2001 Mersin ,

² André LANGANEY, Jean CLOTTE, Jean GUILAINE, Dominique SIMONNET; **İnsanın En Güzel Tarihi**, İstanbul,2000, s. 39.

me teorileri ile gelişmemiş toplumları analiz edip, bu toplumların '*dünyayı yakalamalarını*' önleyen sebepleri sorgularken, diğer yandan da emperyalizm teorileri sanayileşme ve modernleşmeye karşı gayet şüpheci bir tavır takınarak küreselleşmenin doğası gereği sömürüye dayalı olduğunu iddia etmektedirler. Ayrıca bu çalışmalarda sosyal ve kültürel değişmeyi sağlayan kültürel süreçleri analiz ederken, bir anlamda küreselleşmenin boyutlarını da ortaya koymuş oldular. Küreselleşmeye modernlik veya emperyalizm fonksiyonu atfetmenin temel dayanağını bu noktada aramak gerekir.

Küreselleşmeye ekonomik yaklaşımlar, küreselleşmeyi '**ayrı milli ekonomileri entegre bir dünya ekonomisine dönüştürme**' süreci olarak tanımlamaktadırlar.

Küreselleşmeye Siyasî Yaklaşımlar; politik bir olgu olan demokrasinin, ekonomik bir olgu olan küreselleşmeden nasıl etkilendiğinin sorgulanması ; **millî devletin** rolünde meydana gelen dramatik değişikliklerin egemenlik ve otonomi üzerinde ne tür etkiler yaptığının araştırılması; '**dünya yönetimi**' ihtiyacını gündeme getiren ve sivil toplumun uluslar arası bir arenada nasıl yapılandırılabilceği şeklindedir.

Küreselleşmenin bir başka boyutu ise **ekolojik-biyolojik** gelişmelerle izah edilmektedir. Buna göre, "**Eko sistemlerin entegrasyonu**" küreselleşmenin diğer boyutlarıyla baş başa gitmektedir. Yani bitkiler, böcekler, hayvanlar ve mikro organizmalar da aynı şekilde küreselleşmekte, dünyanın eko sistemleri çok kültürlü hale gelmektedir. Ekolojik küreselleşme bağlamında ozon tabakasında meydana gelen yırtılma ve yağmur ormanlarının azalmasıyla ortaya çıkan '**sera etkisi**', asit yağmurları ve küresel iklim değişimleri gibi olguları da değerlendirmek mümkündür. Hatta ekolojik küreselleşmeye epidemiolojiyi de (hastalık bilimi) eklemek mümkündür. AIDS örneğinde olduğu gibi artık bölgesel hastalıklar küresel hastalıklara dönüşmektedir.

Küreselleşmeye Sosyolojik Yaklaşımlar ise küreselleşmeye işaret eden iki tür değişime odaklanmaktadır. Birinci grupta yapısal değişiklikler yer almaktadır: Toplumsal yapıda görülen karmaşıklığın artması, içsel farklılaşmalar-bireyleşme ve değişimin artan hızı; ikinci grupta ise sosyal ilişkilerde mesafe kavramı ve kültürün yayılımı ve giderek benzeşmesine yönelik gelişmelere yoğunlaşan görüşler yer almaktadır. Sosyologlar küreselleşmeyi '*dünya sathına yayılmış sosyal ilişkilerin yoğunluk kazanması*' şeklinde tanımlamaktadır. Bu ilişkiler sistemi içinde aslında 'yerel' olanın şeklini çok uzaklarda ortaya çıkan olaylar belirlemektedir.

Yukarıda tartışılan küreselleşme yaklaşımlarından anlaşılacağı üzere ekonomistler, sosyologlar, siyaset bilimciler ve eko bilimciler aynı kavramdan bahsederken farklı şeyler söylemektedirler. Ancak en fazla işlenen temaların başında küreselleşmenin kendi siyasî, toplumsal, ekonomik ve kültürel kurumlarını yaratmakta olduğu ve bu kavramlar çerçevesinde 'küresel bir benzeşmeye' gidildiği iddiası gelmektedir.

Ekonomideki küreselleşmenin giderek bütün alanlara yayılacağı ve ulus-devletlerin ortadan kalkabileceği ifade edilirken; varlığını sürdürme iddiası taşıyan

ulus devletlerin halklarına vadettiği toplumsal nimetleri ancak küresel stratejilerin üretilmesiyle tahsil edebileceklerinin altı çizilmektedir.³

Bütün bunlardan şöyle bir çıkarım elde etmek mümkündür; her ne kadar henüz gerçek anlamda küresel bir ekonomik sistemin çok uzağında olsak da bu yönde bir gidişatin olduğu da açıktır. Ekonomi ve teknoloji bizleri giderek daha fazla küreselleşmeye doğru itmektedir. Ancak küreselleşmenin dayattığı bu benzeşme aynı zamanda ‘ayrışmayı’ veya ‘özgünlüğünü/farklılığını muhafaza etmeyi’ de kolaylaştıran bir süreç anlamına gelmektedir. Daha doğrusu küreselleşme süreci özünde bir çok çelişkiyi barındırmaktadır.

En basit bir örnek olarak AB verilebilir. AB bir yandan dayattığı evrensel nitelikte düzenlemeler (sosyal, siyasi, ekonomik) ile küreselleşmeye katkıda bulunurken, öte yandan varoluş sebebini ABD merkezli ekonomik ve kültürel küreselleşme hamlelerine Avrupa kimliği ile karşı koyma refleksine borçludur.

Bu noktada küreselleşmeyi bir kültürel hakimiyet mücadelesi olarak görmek mümkündür. Milletlerin küresel düşleri vardır ve bu düşlerin gerçekleşmesinin en barışçıl ve etkili yolu yerel-millî kültürel değerlerin küresel niteliğe bürünmesinden geçmektedir. Yukarıda tartışıldığı üzere, küreselleşme bir yandan hakim kültürel değerleri bütün milletlere dayatarak bir ‘**kültürel benzeşme**’ yaratırken bir yandan da her millete sahip olduğu millî kültürel değerleri yerküreye yayma-tanıtma-benimsetme fırsatı ve araçlarını da sunmaktadır. Eğer sahip olunan millî değerler küresel bazda pazarlanabiliyorsa küreselleşme bir ‘**fırsat**’; pazarlanamıyorsa bir ‘**tehdit**’ olarak değerlendirilebilir.⁴

Sonuç olarak, hangi açıdan ele alınırsa alınsın küreselleşme kavramının yer yüzünde her bakımdan meydana gelen bir benzeşmeyi ifade ettiği söylenebilir.

2. MEDYA

2.1. Medya Nedir ?

Etimolojik olarak medya “araçlar” anlamına gelmektedir. Günümüzde kitle iletişim araçları veya dar anlamda televizyonu anlatan bir kelime haline gelmiştir.⁵ Oysa, kelimenin etimolojisinden hareketle radyo, gazete, dergi, televizyon, internet v.b. gibi bütün kitle iletişim araçları ile sinema ve tiyatro gibi sanat alanları da

³ Mim Kemal ÖKE (Prof. Dr.) ; **Küresel Toplum**, Ankara, 2001, s. 129.

⁴ Bu konuda geniş bilgi için bakınız:

* Recai COŞKUN (Yrd. Doç. Dr.); **Küreselleşme, Türkiye Eksenli Analizler**, İstanbul, 2002.

* Türker EROĞLU; a.g.e. s.1.

⁵ Gürsel AYTAÇ; **Edebiyat ve Medya/Kitaptan Ekran Edebiyat**, Ankara, 2002, s.1.

medya kavramı içinde düşünülebilir.

Medyanın yalnızca televizyon olarak algılanmasının sebebi ise, yapılan yayınları evlere ulaştırılan televizyon alıcılarının, adeta hayatın bir parçası haline gelmiş olmasından kaynaklanmış olabilir.

Öyleki, televizyonun yaygınlaşması ile yukarıda sözünü ettiğimiz bütün kitle iletişim araçları ile, sinema ve televizyon gibi sanat alanları okuyucu veya seyirci bulmakta sıkıntı çekmeye başlamış; birçok tiyatro ve sinema perdelerini kapatmak zorunda kalmıştır.

Türkiye’de okuma alışkanlığı olan insanların azlığı, televizyonun etkisi ile yazılı medyanın tüketimini de azaltmış; bazı dergi ve gazeteler kapanmak durumunda kalmıştır.

Kitap, gazete veya dergiden görüntüye geçiş sürecinde, görüntünün bilgiye ulaşmayı kolaylaştırıcı avantajları ön planda görülürken; **“bilgilenme kirlenmesi”**nden söz edilir olmuştur.⁶

Bunların yanında, televizyonun yaygınlaşması ile birlikte sinema filmleri daha geniş kitlelere aktarılabilir olmuş; dizi filmler kitap yazarlarının, özellikle edebiyatçıların, eserlerinin dizi film haline getirilmesi ise hem kitabın hem de yazarın tanınmasında etkili olmuştur.

Ayrıca bir çok şair de televizyon sayesinde tanınır olmuş; tirajı ancak 300-500 adet olan şiir kitapları daha çok satmaya başlamış; şairlerin şiirlerini okudukları ses kasetleri rekor satışlara ulaşmıştır.

Yazılı basın bu durumdan o denli etkilenmiştir ki, gazete sahipleri **“Bir de gazetede okuyun”** sloganlı reklâm yapma gereği duymuş; tencere, tava, kitap ve ansiklopedi vererek az olan okuyucu sayısı yükseltilmeye çalışılmıştır.

Bütün bu gelişmelere rağmen zihinsel tat arayanlar, kitap, dergi ve gazeteden vazgeçememişlerdir.

Sol beyin yarısının dil yeteneğine, sağ beyin yarısının duygusal işlemeye ayrıldığı belirtilmektedir. Edebiyat metinlerinin dramalar haline getirilip filme alınması edebiyatı zihinsel yaşama yerine özel bir somut yaşama olgusu haline getirmektedir.⁷

2.2. Medyanın Gücü

Günümüzde futbolda teknik adamları görevinden eden, hükümetler deviren, hükümetler kuran; aileleri birleştiren, aileleri ayıran; önemli bir güç haline gelmiş

⁶ Gürsel AYTAÇ; a.g.e. s.3.

⁷ Gürsel AYTAÇ; a.g.e. s.5.

olan medya; özellikle küreselleşmeyi hızlandıran önemli bir faktör olarak kabul edilebilmekte; hem ekonomik hem de kültürel açıdan bir pazarlama aracı olarak görülmektedir.

Medya global bir tüketici kültürünün yaygınlaşmasına imkan sağlamakta; aynı zamanda modayı da yaratan ve yerküreye kabul ettiren çok uluslu şirketlerin ürünlerinin dünya çapında tanınma ve pazarlanmasına önemli katkılar sağlamaktadır.

Küresel şirketlerin ürünleri medya kanalıyla reklam veya diğer yollarla bütün yerküreye pazarlanmakta; Avrupalıdan Asyalıya, Afrikalıdan Amerikalıya çocuk, genç yaşlı herkes reklâmlardan etkilenmekte, bu arada tüketim çılgınlığı körüklenmektedir.

İnsanlar kendilerine sunulan ve alışkanlık haline getirilen ürünleri kullanmak suretiyle milli ve mahallî alışkanlıklarından uzaklaşmakta; örneğin blue jean, Mickey Mouse, Coca Cola, Mc Donald's, Nike gibi markaların ürünlerini kullanarak moda uyarırken, belki de küresel bir kimliğe ulaşma çabası içinde olmaktadır.⁸

Gelişmiş ülkeler, *“Dizi , Belgesel, Televizyon ve Sinema Filmleri”*ni pazarlayarak para kazanıp gücüne güç katarken, aynı zamanda kendi kültürlerini de pazarlamakta, bu ürünler yoluyla kültür emperyalizmi emellerini gerçekleştirmektedirler.

Öte yandan, son zamanlarda **medyanın gücünden değil, gücün medyasından** söz edilir olmuştur. Çünkü sermaye sahipleri medya organlarına yönelmiş; kurdukları radyo, televizyon ve gazeteler sayesinde, birer imparator edasıyla ülkeye **“plaza”**lardan yön vermeye çalışmış, pijamalarıyla devlet adamlarını karşılayarak adeta **“güç bende”** mesajları vermişlerdir.

“Demokrasilerin temel öğelerinden biri de çok sesliliğin varlığı ve güvence altına alınmış olmasıdır. Her türlü bilgi ve haber iletişiminin serbestçe sağlanması, her düşüncenin özgürce açıklanabilmesi, çok sesliliğin ve demokrasinin vazgeçilmeyecek şartlarından

Basında çok sesliliği yapısal açıdan çökertecek en büyük tehlike tekelleşme olgusudur.”⁹ **Medyadaki tekelleşme mensuplarının ve devletin problemi olduğu kadar toplumun da problemi olmalıdır.** Oysa toplum olan bitene kayıtsız kalmakta, medya ürünlerini okuyucu veya izleyici olarak çılgınca tüketmeyi sürdürmektedir.

3. HALK KÜLTÜRÜ

Günümüzde halk biliminin varmış olduğu noktada halkın herhangi bir veya birkaç faktörü paylaşan insan grubu olduğu ifade ediliyorsa buna dayalı olarak halk

⁸ Fred DAVIS; **Moda, Kültür ve Kimlik**, İstanbul, 1997, s.219.

⁹ Vedat DEMİR; **Türkiye’de Medya ve Özdenetimi**, İstanbul, 1998, s.112.

bilimi alanında çalışanlar herhangi bir grup üzerinde çalışma yapabiliyorsa da, günümüzde daha çok toplumun ana kütesini oluşturan, kır kesiminde ve varoşlarda yaşayan insanlar üzerindeki çalışmalar daha yoğundur. Halk bilimciler toplumun ana kütesini oluşturan ve daha çok kır kesiminde ve varoşlarda yaşayan insanları araştırmaları kapsamına almaktadır. Bu alanlarda yaşayan insanların ürettiği kültür, halk biliminin malzemesini teşkil etmektedir. Bu çalışmaları yapanlar kültürü halklık bağlamında dikkate almaktadır.

Halkılık, halka ait olma ve gelenek üretmedir. Halka bağlı, halkî (volkstümlich) olanın belirli niteliklerinden ilki, herkesin anlayabileceği bir *“ortak seviye, popüler ve genel oluş,”* ikincisi de *“gelenğe bağlılık”* tır. Halkın hayatında bu iki özellik daima göze çarpmıştır. Halk adamı (common man), köylü hemşeriler, komşular, cemaat ve meslektaşların hayatlarından bu iki vasıf daima bulunmuştur: halk denilen insanları birleştiren bir ortak anlam (popüler oluş) ve geleneklere bağlılık. Bu iki vasfın bulunmadığı her şey onun hayatında bir tedirginlik ve rahatsızlık doğurur. Adeta ondaki *“sürekli düzen ruhunu”* sarsar. Halkın hayatını saran vasıflardır bular. *“Gelenek ve Görenek”*le herkes tarafından kabul edilen ve anlaşılan *“ortak anlayış seviyesi,”* popüler olan her şeyin iki özelliğidir. Bu iki nitelik, birçok durumlarda yalnız köylülerde ve halkta değil, toplumun diğer tabakalarında da görülür. Gündelik hayat alışılmış törelerin ortak değerlerine bağlanarak yürütülür.¹⁰

İşte bu günün folklorcularının daha çok ilgilendiği halk kültürü, yukarıda sözünü ettiğimiz ana kütenin veya kır kesiminde, varoşlarda yaşayan insanların oluşturduğu, halkî özellikler taşıyan geleneksel kültürdür.

4. SONUÇ

4.1. Medya ve Küreselleşme

Birinci bölümde kısaca ele aldığımız küreselleşmeyi hızlandıran unsurların önemli olanlarından biri de medyadır. Kitle iletişim araçlarının sağladığı kolaylıklarla, küreselleşmenin sonucu olan evrensel değerler insanlığın ortak malıdır. Ancak küreselleşme sanıldığı gibi barış temin edememiş, konvansiyonel sömürgecilik stratejilerinin uygulanması için ortam hazırlamıştır.

Kültür; insanlar arası etkileşim ve toplumsal uyum çabalarının ürünü olmaktan çıkıp endüstri toplumunun, üretim ve pazar ortamlarında üretilen ve tüketilen ürün haline gelmiştir. Değişen toplumsal şartlar, hayatı bütünüyle kuşatan yeni bir ruh ve kültürde değişmelere yol açar. Bireyin kendiliği ve özelliği medya aracılığıyla anonim bir kimlik içine girer. İnsanın bütün zihnî ve hissî süreçleri egemenlik altındadır. Medya için Kitle iletişimi enformasyon çağında insanın karşı konulmaz

¹⁰ Tahir ALANGU; *Türkiye Folkloru El Kitabı*, İstanbul, 1983, s.35.

mürşididir, denilebilir.

4.2. Halk Kültürü ve Küreselleşme

Mesafe kavramının giderek önemini yitirmesi ve medyanın en ücra köşelere kadar ulaşması, dünyanın herhangi bir yerinde yaşayan kapalı grupların dahi etkilenmesine ve değişmesine sebep olmaktadır.

Medyanın hızlandığı küreselleşmenin etkisiyle, millî ve mahallî farklılıkların kalmayacağı ve geleneksel toplumun bütün kurumları ve ilişkileriyle ortadan kalacağı iddiası ortaya atılmaktadır. Oysa yerel bazda kitle iletişim araçlarından ve ticarî ilişkilerden kaynaklanan dereceli etkilenmeler ve değişmeler olurken, günümüzde insanlar farklılıkları görerek kendi içlerine yönelme yolunu da tutmuşlardır.

Fransız ihtilalinden sonra meydana gelen halkçılık hareketi, aynı zamanda bir öze dönüş hareketi olmuş, halk kültürüne yönelme başlamıştır. İnsanlar kendi millî ve mahalli değerlerinin farkına varıp bu değerleri sahiplenirken, aynı zamanda uygarlığa katkı yollarını aramaya ve kültür ürünlerini pazarlamaya yönelmişlerdir. Bu yöneliş bütün dünya milletlerinde olduğu gibi Türk milletinde de kendini göstermiştir.

Folklorla ilgili çalışmaların akademik boyut kazanmasıyla birlikte mahallî, millî ve milletler arası bazda ciddi folklor araştırmalarına yönelinmiştir.

Bu çalışmalar neticesinde kültür bakımından benzerlikler ve ayrılıklar ortaya konulurken, farklılıklar da tespit edilmektedir.

İlk bakışta küreselleşmenin bu farklılıkları ortadan kaldıracığı düşünülür ise de gerçek böyle değildir. Çünkü kültür söz konusu olduğunda, üniversal boyutta kabul gören görgü kuralları (adab-ı muaşeret kaideleri), moda, teknolojik yeniliklerin kullanımı, internet vb. konularda sınırlı bir şekilde ortak hareket ve benzeşme söz konusudur. Bunun dışında insanlar her seviyede kendi kültürünü koruma gayreti içerisinde dir.

Çağın en önemli teknoloji ürünü olan bilgisayarın üzerinde iğne oyası veya kaviçe işlemeli bir örtü ile örtüldüğünü görürüz. İnternet sitelerinde her milletin tarihini, millî kültürünü ve folklorunu yansıtan sayfalarda resim, fotoğraf, çizim ve görüntülere rastlarırsınız.¹¹

Bu da insanların kendi kültürlerini tanıtmaya çalışmaları konusunda ilgi çekici bir yoldur.

¹¹ Türker EROĞLU; a.g.e. 6.

4.3. Medya ve Halk Kültürü

Halk kültürü ürünlerinin geçmişte daha çok gazete ve dergilerde yer aldığı bilinmektedir. Özellikle masal, hikâye, destan ve efsane gibi halk edebiyatı ürünleri; sünnet, doğum, evlilik ilanları; töreye dayalı olaylar (örneğin kan davaları), akraba evlilikleri; kirvelik, ahiret kardeşliği yol kardeşliği gibi sanal akrabalıklarla ilgili haberler, halk resmi, inanışlar, el sanatları ve zenaatları ile ilgili bilgiler gazete ve dergilerde sık sık yer almaktaydı.

Televizyonun yaygınlaşması ile birlikte mahalli unsurlar görüntüleriyle birlikte ekranlarda yer almaya başlamıştır. Giderek belgesellere dönüşen geleneksel hayat, ekranlarda daha sık görülür olmuştur.

Ferdî üretimlerin yanında, halk edebiyatı ürünleri gibi, anonim ürünler gazete ve dergilerde hayat bulurken, televizyonun devreye girmesiyle bir anda sembolleşiyor; görüntü ile zihinlere yerleşiyor.

Günümüzde halk hayatının yansıtılmasına yönelik televizyon programlarının arttığı söylenebilir ise de yeter derecede değildir. Gazete ve dergiler ise giderek magazin haberciliğine ağırlık vermiş ve halk kültürüne dair konu ve haberlere daha az yer vermeye başlamıştır.

Ayrıca medyadaki tekelleşme, programların biri birine benzerliğini de getirmiştir. Tekelleşmenin topluma getireceği sıkıntılar bir yana, unutulmamalıdır ki, kültürdeki alış-veriş teknolojiden farklı olarak tek yönlü değil, iki yönlü olmalıdır. Teknolojinin yönü daima geleceğe dönüktür. Kültür ise kökü toprağın altında, gövdesinden aldığı güçle dalları gökyüzüne serpilmiş gür bir çınar gibidir. Bir ağacın toprağı ne kadar zenginse, toprağın üstündeki kısmı da o kadar gür ve güçlü olur. Kültürün fonksiyonu dikkate alınmadan sosyalleşme olamayacağı gibi, sosyalleşip bir bütünlük kuramamış toplumların ileriye dönük hamleler yapması da mümkün değildir.

Bugünkü haliyle medyanın, gerek genel olarak kültür unsurlarına, gerekse halk kültürü unsurlarına yer verme şekli bir **kültürleme** (Enculturation) faaliyeti değildir. Belki bir zorla kültürleme (Transculturation) faaliyeti olarak düşünülebilir. Belgeseller dışında, medya kendi kurgusu ile şekillendirdiği yeni kültürü, taklitçi olan¹² halka sunarak onun sahip olduğu değerlerle, kendi sundukları arasında bozcalamasına sebep olmaktadır.

Medyanın kendi kurgusu ile ürettiği ve empoze ettiği kültür; davranış kalıplarını etkileyen, tüketim alışkanlığından, yatma ve kalkma saatine kadar hayatın bütününi kuşatan bir özellik taşımaktadır.

¹² Tahir ALANGU; a.g.e. s. 99.

Günümüzde medyanın reyting kaygısı ile yayımladığı bu programların toplumuzda bir kültürel intihara yol açtığı; kendi kültürüne yabancı, yabancı kültürlerle de hayranlık derecesinde bağlılık içinde olan bir nesil yetişmesine önemli etkiler yaptığı düşüncesi yaygındır.

Medyadaki programların büyük bir kısmının batılı ülkelerin televizyonlarındaki programların kötü bir kopyası durumunda olduğunu söylemek de mümkündür.

Türkiye’de toplumun ihtiyaçlarına bakılmadan, kültür, eğitim ve siyaset alanındaki asıl sorunlara inilmeden kendi dünyası içinde, kendi kurgusu ile eserler sergileyen medya da, deyim yerindeyse, adeta intihar etmektedir. Ancak bunun farkında değildir. Toplumun benimsemediği; gündeminde, kültüründe, yapısında bulunmayan konular, programlar topluma dayatılmaktadır.

Son zamanlarda reyting rekorları kıran bazı dizi filmlere dikkatinizi çekmek isteriz. Nevşehir ve çevresinde çekilen bir dizi filmde, bir ağa ve ailesinin Dallas dizisindeki benzer ilişkiler; ekrana getirilmekte; bölgedeki sosyal yapıyla ilgisiz bir yapı sergilenmektedir.

Bunun tamamıyla bilgisiz veya yeterince araştırma yapmamış bir senaristin elinden çıktığı ve neticede sinema tekniği uygulanan ticari bir ürün olduğunu söyleyip konunun üzerinde durmamak doğru olmasa gerektir.

Dizinin çekildiği Nevşehir ve çevresinde feodal bir yapı mevcut değildir. O bölgede ağa ifadesi dahi kullanılmamaktadır. Ayrıca dizinin seyirciye verdiği müspet bir mesajdan söz etmek de mümkün değildir.

Mesela yörenin halk hekimliğinden bir sağaltma uygulaması olarak gösterilen; yanık deriye sarımsak sürme uygulaması yörede mevcut değildir. Buna rağmen halk bundan fevkalade etkilenmiş ve ilgili televizyon kanalı çok sayıda izleyici tarafından aranarak bu sağaltma tekniğinin detayları sorulmuştur. Bu husus, dizinin ne kadar etkili olduğunun göstergesidir.

Dizinin olumlu bir yanı olarak, bölgenin halk mimarisi ve etnografik malzemelerinin yansıtılmasını söyleyebiliriz.

Ülkemiz için tehlike sayılan unsurlar arasında terör örgütleri, irtica, ve enflasyon ön sıralarda sayılmaktadır. Ancak geline nokta en önemli tehlike kutuplaşma ve bunun sonucu olarak ayrışmadır. Bu konuda medya adı verilen kitle iletişim araçlarının katkısını ve rolünü küçümsemek gerekir.

Söz konusu ağa veya aşiret filmlerindeki artış da dikkat çekicidir.. Mikro milliyetçiliği ve etnik ayrımcılığı körüklediğini düşündüğümüz bu dizilerin, sadece sinema sanatı bakımından değerlendirilmesi doğru olmasa gerektir.

Bütünyle ele alındığında, gazete ve dergiler bir yana; özellikle televizyon programlarında millî kültürü yansıtan ve insanların kültürlenmesine yönelik müspet olarak nitelendirebileceğimiz programlar neredeyse yok gibidir.

İlk zamanlar televizyonun, bir kitle iletişim aracı olarak, eğitim bilim, kültür üretimi alanlarında olumlu etkiler yapabileceği ve kültürel bakımdan bütün izleyicileri aynı seviyeye getireceği, kitleselleştireceği düşünülüyordu.

Ancak günümüzde bütün üretim alanlarında rahatsızlık meydana getirdiği, çelişkiyi en aşırı noktalara taşıdığı yolunda kaygılar vardır.

Şunu da belirtmeliyiz ki iyi ve kötü yönleriyle medya hayatımızın vazgeçilmez parçasıdır. Ayrıca medyanın ciddi olarak bir kültürleme görevi de vardır.

Medyayı özellikle halk kültürü ve milli kültür unsurlarımızın yayılması ve yaşatılması doğrultusunda kullanmanın ülkemizin kalkınmasında önemli katkıları olduğunu düşünmekteyiz.

Sonuç olarak medyanın küreselleşmeye önemli derecede etkisi olduğunu; özellikle millî ve mahallî unsurların medyanın etkisi altında olduğunu; doğru kullanıldığı takdirde ise millî ve mahallî kültürlerin tanıtma ve yaşatılmasına önemli katkılar sağlayacağını düşünüyoruz.

Türk medyasının bunu bir görev olarak telakki etmesi dileğimizdir.

V. KAYNAKLAR

ALANGU, Tahir; **Türkiye Folkloru El Kitabı**, Adam Yayıncılık ve Matbaacılık A.Ş., İstanbul, 1983.

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

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

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

COŞKUN, Recai (Yrd. Doç. Dr.); **Küreselleşme, Türkiye Eksenli Analizler**, İstanbul, 2002.

DAVIS, Fred; **Moda, Kültür ve Kimlik**, Çev: Özden ARIKAN, Yapı Kredi Yayınları, 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.

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

LANGANEY, André, (CLOTTE), (GUILAİNE), (SİMONNET); **İnsanın En güzel Tarihi**, Çev: Emine ÇAYKARA, Türkiye İş Bankası Kültür Bakanlığı Yayınları, İstanbul, 2000.

ÖKE, Mim Kemal (Prof. Dr.); **Küresel Toplum**, Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi Yayınları, Ankara, 2001.

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

ÜNALAN, Şükrü; **“Medya ve Kültür Değişmesi”**,

<http://serzenis.net/nevbet/ocak-02/sunalan.htm>

SÖZLÜ KÜLTÜR ORTAMI* KAYNAKLARI'NIN MEDYADA KULLANIMI BAĞLAMINDA GAZİANTEP'TE NEVRUZLA İLGİLİ BİR İNANCIN TRT ARŞİVİNE KAZANDIRILMASI SERÜVENİ

Ruhi ERSOY**

Bildiride öncelikle Sözlü Kültür kavramı ve bu kültür ortamında üretilen mah-süllerin kültür adına ne anlam ifade ettiği üzerinde durulup, söz konusu bu mah-süllerin çağın gereği olan teknolojik iletişim ortamına aktarımı ve uyarlanması meselesi tartışılacaktır. Bu tartışmaya birbirini tamamlayan iki yaklaşım şekli yön verecek. Birinci yaklaşım, Sözlü Kültür Ortamı kaynaklarının medyaya direk kazandırılması; ikinci yaklaşım ise sözlü kültür ortamı kaynaklarının veri tabanı olarak değerlendirilip çağın ihtiyaçlarına cevap verecek yeni sanatsal terkiplerin oluşturulması vasıtası ile medyada kullanılması şeklinde olacaktır. Sonuç olarak ikinci yaklaşıma uygulamalı bir örnek olarak Gaziantep'te nevruzla ilgili bir inancın dansa dönüştürülme örnekleme sunulacaktır.

Kültürün yeni nesillere aktarılmasında hiç şüphesiz sözlü kültür ortamı büyük rol oynar. İnsanlık, yaşamı için gerekli olan madde ve mana ile ilgili üretmiş olduğu tecrübelerini çok uzun bir süre sözlü kültür ortamı vasıtasıyla bir sonrasına aktarmış ve kendi yaşamları süresince de yine bu kültür ortamından faydalanmıştır (Ong1999). Pekala insan ve onun üretimi olan kültür için bu kadar önemli olan sözlü kültür ortamının nasıl tanımlandığına şöyle bir bakalım. Yazı öncesi toplum hayatının etkinliklerinin oluştuğu bilgi , teknoloji ve tecrübe ile işin aktarıldığı, ilişkilerin ve kurumların belirginleştiği, düzenin işlediği, iletişim dilinde sabit anlatım biçimlerinin ortaya çıktığı ve kendilerine özgü içerik kazandıkları estetik anlayışın ve bunun yansımalarının bilinmeyen ve ilgili açıklamaların inanç ve ahlak normlarının oluşturduğu ortam “Sözlü Ortam” diye tanımlanmaktadır (Yıldırım 1998.95). Sözlü ortam yazılı ortam sonrası uğradığı tüm değişmelere rağmen ortadan kalkmamıştır. Sözlü kaynaklar bu ortam içerisinde biçim ve içerik kazanmış, geçişleri-

* Bu bildiride eskiden beri yaygın olarak kullanılan “Halk Edebiyatı” kavramı yerine sözel edebiyat veya sözlü edebiyat kavramlarının kullanımı tercih edilmiştir. Bu tercihin nedeni ise, Dursun YILDIRIM'ın çeşitli yazılarında üzerinde durarak açıkladığı gibi; söz konusu folklor ürünlerinin sözlü ortamda doğmaları, yayılmaları ve yaşamalarıdır. Bu bağlamda “sözel” nitelemesi bütünü ile malzemeyi tanımlayıcı niteliktedir. (Yıldırım 1998: 37-42; 76-80)

** Gaziantep Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü Öğr. Gör.

ni yapmış ve zaman içerisinde sürekliliklerini koruyucu kurumlaşmalara gitmişlerdir veya sosyal hayatı, toplumu sürekli kılmak için kurumlar oluşturmuş ve bunları kaidelere bağlamıştır. Barınma, beslenme, korunma, dayanışma, törenler, süsleme, el sanatları, giyim kuşam, aile, ocak, yönetim, töre, yurt v.b bir toplum, bir millet için akla getirebileceğimiz ne varsa bu ortam içinde tarih sahnesine çıkmış, biçimlenmiş ve işlevler yüklenmiştir (Yıldırım1998,96). İşte sözkonusu bu kültür ortamında üretilen folklor mahsülleri üretildiği andan itibaren toplumsal yaşamın dinamiklerini oluşturmaya başlamıştır. Mitler, destanlar, masallar, halk hikayeleri, halk inançları, bunlardan bazılarıdır. Sözlü kültür ortamının bir sonraki aşaması yazılı kültür ortamıdır. Yazılı kültür ortamında, sözkonusu bu türler kısmen yazıya aktarılarak zamana bağlanmış ve bir yandan da sözlü gelenekte varlığını sürdürmüştür. Yazılı ortamdaki sonraki aşama ise; teknolojik kültür ortamıdır ki işte bu aşamada sözel metinlerin teknolojik ortama aktarımı sayesinde ses ve görüntü vasıtası ile bu mahsüller zamana bağlanmaktadır. İnsanlığın gelmiş olduğu bu noktada her millet dünya üzerinde kendi ulusal birikiminden yola çıkarak hertürlü alanda ihtiyaç duyduğu kültür ve sanat gereksinimini kendi folklor mahsüllerinden karşılamaya çalışmaktadır. Bizim buradaki önerimiz ise; Türk sözlü kültür mahsüllerinin çağın şartlarına göre değerlendirilerek, Türk insanının ihtiyaçlarını, kendi kaynaklarından karşılayabilmesi durumunu tartışmaktır. O halde bu durum nasıl gerçekleşecek? Öncelikle Türk sözel metinlerinden destan, masal, halk hikayesi v.b gibi türlerin senaryolaştırılarak filme çekilmesi birinci aşamada yapılabilecek bir iştir. Zira bu konu ile ilgili 1950'li yıllarda ülkemizde Güney Anadolu'da sözel malzemelerimiz üzerinde çalışan W.Eberhard şu tespiti yapmıştır. "...*Büyük bir ihtimalle, aşık hikayeleri, zamanla daha geniş kitlelere seslenen ve stil açısından Amerikan ve Avrupa modellerinden etkilenmiş, popüler romanlara dönüşecektir. Bugün gelişme iki yol izlemektedir. ..aşık hikayelerini kullanan, türk film sanayii ve türküleriyle ilgilenen türk müzik sanayii bu gibi durumlarda 36 saatlik bir hikaye, iki saatlik bir film haline gelebilir ve bir türkünün üç dakikalık plak olabilmesi için bazı mısralarının atılması gerekir. Ülkenin sanayileşmesi gibi yeni gelişmeler doğrultusunda hükümetin aşık hikayelerini modernleştirerek bir propoganda aracı olarak kullanma girişimine henüz rastlanmamıştır. Bu gibi girişimler sovyetler birliğinde gözlenirse de türkiye de uygulanacak gibi görünmüyor.*"(EBERHARD 2002:6-7)

Eberhard'ın bu tespitinden sonraki yıllarda onun Türkiye için henüz sözkonusu değil dediği sözel hikaye metinlerinin sinemaya uyarlanma meselesi gerçekleşmiştir Köroğlu, Battalgazi, Karaoğlan gibi çekimlerle kalınmayıp. Keloğlan, Kırk-haramiler gibi masal unsurları da senaryolaştırılıp filme çekilmiştir. Bunların dışında halk inancı merkezli töre ve düzeni yansıtan pekçok folklor mahsülü de yine filme çekilmiştir. Folklor mahsüllerinin medyada kullanımı sadece verdiğimiz bu örneklemelerle de sınırlı değildir. Türk Sosyo Kültür Yapısı içinde aşıkların ve aşık edebiyatının çok önemli işlevleri olmuştur. Özellikle özel medya kuruluşlarının yaygınlaştığı dönemden beri televizyonlar hedef kitlenin beklentisinden ve izlenme oranının yüksekliği ve dolayısı ile aralara daha fazla reklam alabilme fikri ile aşık-

ları televizyonlara çıkartıp onlara yeni bir icra ortamı sunmuş olmaktadırlar. Nitekim daha önceleri TRT’de yalnız kültür programları çerçevesinde rastladığımız aşıkları, özelleşmeden sonra medyada daha çok görmeye başladık.(KARTARI 2000:11-17) Diğer taraftan, kolektif kimliğin inşasında halk terbiyesi ve ritüellerin medya metinlerine dönüştürülmesi vasıtası ile de folklor mahsülleri medyada kullanılmalıdır.(CANTEK 1999:5-14)Toplumsal dinamiklerin göstergesi olan ve ortak duygu ve düşünceyi yansıtır toplum üzerinde milli romantik duygu tarzını¹ geliştirecek metinler uyarlama yolu ile medyada kullanılmalıdır.Bu konuda güzel bir gelişme olan TRTnin sözkonusu bu tarz Klasik Türk Romanlarını sinemalaştırma projesi oldukça anlamlıdır. Fakat bu durum bununla sınırlı kalmayıp asıl ikinci aşama diye adlandırdığımız ve bu sözel metinlerden ilham alarak geleneğin doğasında var olan; gelişim, değişim ve dönüşüme ayak uydurarak modern anlamdaki kültür ve sanat ihtiyaçlarına cevap verebilecek yeni terkiplerin oluşturulması sağlanmalıdır. Zira, “*Gelenek, şimdiki zamanın hiçbirşeyliği içinde yer alan bir olgu, geçmişten gelen bir güç ile geleceğin yaratılması olayıdır.*”(GLASSİ 1995:395-412) Halkbilimci L.Degh konu ile ilgili; “*Halk bilimi olarak adlandırdığımız kavram, popüler medya sayesinde bütün topluma işlemektedir. Buna halk bilimi denmesinin nedeni sadece modern tüketicilerin ihtiyaçlarına uyması için eski formların değiştirilmesi değildir.Halkbilimi malzemeleri,gözlerimizin önünde bir çiçek gibi açarak ve kendini yeneden üreterek,daha güçlü bir şekilde daha fazla otorite ve prestijle donanmış olarak yeni formlar şeklinde karşımıza çıkar demektedir.*”(DEGH:1994). Bu konuda Hande Birkalan şu değerlendirmeyi yapmaktadır; “*Geleneksel halk kahramanları da çömler,hikayeler ve halk dansları gibi belirli değişim süreçleri içinde karşımıza çıkarlar.Bu karşılaşmalardan biri Kemal Sunal’ın filmlerindeki İnekşaban tiplemesidir.İnekşaban karakterinde,geleneksel halk kahramanlarının ve Halk Felsefesi nin günümüzdeki izlerini,bir başka deyişle,modern yorumlarını görürüz. İnekşaban kimi zaman keloğlan edasıyla masalımsı bir anlatının saf ve temiz kahramanı ,kimi zaman nasrettin hocanın nüktedanlığıyla modern bir komedyen, kimi zamanda köroğlu'nun sosyal düzene baş kaldırısında kişileştirilen sosyal eşkiya olarak görüntülenir. İnekşaban, keloğlan, nasrettin hoca ve köroğlu'nda çarpıcı bir şekilde betimlenen geleneksel halk kahramanları ve felsefeleri ışığında modern zamanda vücut bulmuştur, arttı.*”(BİRKALAN 2000:47-53) Bu değerlendirme bize şunu bir kez daha gösteriyor ki çağımızda gelenek ve değişimin artık tek boyutlu değil, birden fazla boyutta irdelenmesi gerektiği bir zaruretler. Günümüzde ayakta kalabilen güçlü gelenekler, modern çağda mutlaka değişime uğrayacaktır, fakat özünü yitirmeden yeni ihtiyaçlara da cevap verecektir. İşte Birkalan’ın ifadesindeki inekşaban tiplemesinde gördüğümüz sadece sözel metinlerin seneryolaştırılması meselesi olmayıp, geniş çapta halk kahramanlarından ve onların felsefesinden etkilenmiş olan, halk kahramanlarının gelenek sürecinde ama değişime paralel olarak yaşam bulmasıdır. Sözel metinlerin ve dolayısı ile halk kahramanlarının esin kaynağı olarak yeni bir di-

¹ Bu konu ile ilgili daha geniş bilgi için Bkz; Şerif AKTAŞ, “Milli Romantik Duyuş Tarzı ve Türk Edebiyatı”, Türkiye Günlüğü, Sayı: 38,39,40., Ankara.

şa vurum formu olarak tartıştığımız bu türün dışındaki folklor mahsülleri de modern anlamda karşımıza çıkan yeni ihtiyaçları karşılayabilmektedir. Folklor mahsüllerinin medyada ticari maksatta kullanımı ile ilgili Umay Günay “Folklor, Reklam ve Tarhana” adlı makalesinde; insanları pazarlanan ürünleri almaya ikna etmek için hedef kitlenin değerleri ve kabüllerinin daima öncelikle tespit edildiğine ve reklam kampanyasının buna göre düzenlendiğine işaret etmektedir.(GÜNAY 1996:3-13) Bu tespitlerin paralelinde iletişimci İrvan şu tespiti aktarmaktadır; *“Modern toplumdaki değişimin en ilgi çekici boyutlarından biri, medya kültürüyle geleneksel kültürler arasındaki arayüzle bağlantılıdır. Ama bunlar medya aracılığıyla da aktarılabilirler, ancak bu durumda medyanın sunduğu imgelerin, geleneksel kültürün temsil ettiği davranış kalıplarına çok ters düşmemesi gerekir. Bu da medya ile onu çevreleyen kültürler arasındaki mesafenin çok fazla olmaması gerektiğine işaret etmektedir.”*(İRVAN 1997.21-22) Bu değerlendirmeden de anlaşılacağı üzere medya kültürü, gerçek kültürün hem bir yansıması, hem de yeniden şekillendirilmesi olarak görülebilir. Kültürün ve de dolayısıyla da geleneğin doğasında var olan başlarda da ifade ettiğimiz gibi gelişim, değişim ve dönüşümle yeni ihtiyaçlara cevap verecek terkiplerin oluşması beklenen bir durumdur işte bu noktada sözkonusu bu yeni ihtiyaçlara cevap vermesi bağlamında Gaziantep’te nevrulza ilgili bir halk inancı etrafında oluşan ritüellerin gelişim ve dönüşüm öyküsünü bildirimizin üçüncü ve son bölümü olarak vermek istiyorum.

Bilindiği gibi nevrulz; Orta Asya ve Ön Asya başta olmak üzere, bir ucu Asya’nın içlerine kadar Uygur Türkleri’ne, diğer ucu Sibirya bölgesinde yaşayan Türk topluluklarına, öte yandan Kafkasya bölgesi ile Anadolu’ya, Kıbrıs’a ve Balkanlar’a kadar uzanan geniş bir coğrafyada bilinmekte ve kutlanmaktadır. Her bir bölgeye göre de farklı isimler almakla beraber, nevrulz kutlamalarının hepsinin özünde ortak bir nokta vardır; Yeni yılın başlaması, bolluk ve berekete kavuşma, kış boyunca ölü sayılan tabiatın canlanması, yağmurun yağması, iyi ve bol ürünlerin alınması gibi dilek ve temennilerdir. Bu dileklerle gerçekleştirilen adet ve gelenekler çerçevesinde oyunlar, şenlikler ve merasimler yapılır. Böylesine geniş bir coğrafyada nevrulzun yeni yılın başlangıcı sayılmasında ateş, su, toprak ve hava kültürleri oldukça önemlidir.²

Türk dünyasının her köşesinde bilinen ve kutlanan nevrulzla ilgili inançlar Gaziantep ve çevresinde kendisini şu şekilde göstermektedir; Gaziantep’te 21-22 Mart tarihlerine “Sultan Navruz” (Sultan Navruz) adı verilmektedir. Halk arasındaki inanışa göre; “Sultan Navruz”, kışın bittiğini müjdelemek için yılda sadece bir kere gökyüzünde beliren ve beraberinde baharı getiren güzel bir kızdır.

Sultan Navruz 21 Martı 22 Marta bağlayan gece saçlarındaki bahar çiçekleri ve elindeki nakışıyla gökyüzünde belirir. Nakışını işleyerek batıdan doğuya doğru

² Bu konuda Bkz; Abdül Haluk ÇAY; “Nevruz”, Ankara,1999, 8.baskı,s.2-31 ve Sadık TURAL-Elmas KILIÇ, “Nevruz ve Renkler”, Ankara, 1996.

göç eder. Geçtiği yerler yeşile boyanır. Ağaçlar tomurcuklanır; çiçekler açar, tabiat uyanır. Baharın gelişini heyecanla bekleyen halk, o gece hiç uyumaz. Boş kaplar su ile doldurulur. Dualar edilir. Sultan Navruz'un geçtiği saatte uyanık olan insanların yüreklerinde filizlenen dileklerin gerçekleşeceğine inanılır.³

“Sultan Navruz Dansı”⁴ insanların uzun yıllardan beri süre getirdiği birtakım uygulamaların ve bu önemli inanışın sahneye uyarlanmış biçimidir.

Nevruzla ilgili bu inancın dansa uyarlanma düşüncesinin temelinde; Türk dünyasının her yerinde bilinmesi nedeniyle, sosyal değişimle kendi gelenek çevresinde nevrulzla ilgili uygulamalara tanık olmayan yeni yetişen nesile onların beklentisi doğrultusunda söz konusu bu inancın fikri temellerini ve senaryosunu oluşturan çağdaş bir dans formu ile sunularak, nevrulz inancının Türk Dünyasında kolektif bilinç oluşturmaya katkı sağlayacağı düşüncesinden kaynaklanmaktadır.

Gaziantep örneklemeindeki nevrulz dansının içeriği şu şekildedir; Kışın yıkıcı etkisinin anlatıldığı ilk bölümde dansçılar; sonbaharın son günlerinde kış hazırlığı yapan, aynı zamanda günlük olağan işlerini devam ettiren halktan bireyleri canlandırmaktadır. Ellerinde taşıdıkları odunlarla sahneye giren erkek dansçılar, gökyüzüne bakarak havanın bozduğunu ve kış mevsiminin yaklaşmakta olduğunu mimikleriyle, hareketleriyle salondaki izleyicilere hissettirirler. Bayan dansçılar, kışlık erzak hazırlığında olan köy kadınlarının çalışmalarını yansıtmaktadır. Sahnede belirlenen yerlerini alan erkek ve bayan dansçılar, beyaz elbisesi ile kış mevsiminin şiddetini, soğuşunu, rüzgarını, karını canlandıran dansçının gelişi ile savrulup yere düşerler. Beyazlar içindeki dansçı; sert, keskin hareketlerle kollarından uzanan kumaş parçalarını sallar. Ani dönüşlerle kış mevsiminin şiddetini, sahne üzerindeki dansçıların mimikleri ile, hareketleriyle güçlendirerek; seyircinin , soğuyan, gittikçe buza kesen havayı tüm ayrıntılarıyla algılamasını sağlar. Halkı canlandıran dansçılar birbirlerine sokulur. Küçük kümeler oluştururlar. Erkek dansçılar ellerindeki kalın abaları üzerlerine örterler. Sahnede yer alan ve üzeri abayla örtülü her küme bir aileyi temsil etmektedir.

Kış mevsimini canlandıran dansçı, sahnenin ortasına gelir. Şiddeti azalmaktadır. Birkaç dönüş yaparak yere kapanır. İnsanları savuran hırçınlığı sona ermiş; üşüten, uyuşturan, donduran etkisi kalmıştır. Tabiatta insanlar da derin bir uykudadır artık.

Geceler güne, günler geceye döner. 21 Mart günü insanlar, ruhlarını saran rahavetten kurtulup, daldıkları derin kış uykusundan uyanırlar. Büzüldükleri yerden doğrulup gökyüzünün maviliğine, ısınan havaya, suya, toprağa bakarlar. Erkekler

³ M. Haluk Çay. Türk Ergenekon Bayramı “Nevruz”, Türk Kültürü Araştırma Enstitüsü Yayınları,S.125-126,Ankara,1988.

⁴ Söz konusu bu dans; 21 Mart 2002 tarihinde Gaziantep Üniversitesi, Nevruz Bayramı etkinliklerinde Türk Müziği Devlet Konservatuarı, Halk Oyunları Bölümü öğrencisi; Esin DEMOĞLU tarafından dansa uyarlanmış ve gösterime sunulmuştur.

yavaşça sahneyi terkeder.

Bayan dansçılarının bir kısmı; yeşerttikleri (sahnenin arkasında mevcut olan) semenileri ellerine alarak, müziğe uygun adım cümleleri ile sahnenin önüne doğru ilerler. Bir kısmı; sahnenin gerisinde bulunan kuru ağaç dalına renkli bez parçaları bağlayarak niyette bulunur. Bir kısmı da ellerindeki su testileri ile(kabakları ile) su kovalarının etrafında dönerek boş kovaları su ile doldurup sahnenin gerisine doğru ilerler. Yarım ay şeklini alan dansçılar, oldukları yere çöküp ellerini gökyüzüne kaldırırlar. Dualarını ederler. Ve 21 Martı 22 Marta bağlayan en uzun gecede Sultan Navruz'un elinde nakışıyla, ayağında halhalı ile gökyüzünden süzülerek inişini beklemeğe başlarlar.

Sultan Navruz'u canlandıran dansçı, bahar çiçeklerinden örülmüş tacı, nakışı ve halhalı ile sahneye girer. Dua eden bayan dansçılarının önünden geçer. Yerde kapalı halde yatan beyaz giysili(kış mevsimini canlandıran) dansçının etrafında dolaşır. Sahnenin önüne gelir. Nakışını işleyerek dans eder. Bir süre sonra nakışını yere bırakır. Kış mevsimini canlandıran dansçıya yönelir. Üzerine kapanır, açılır. Ve yere kapanmış olan dansçıyı uyandırarak hareketlenmesini sağlar. Kış mevsimini canlandıran dansçı yavaşça kollarını kaldırır. Dansçının beyaz kostümünü, kollarındaki uzun parçalardan kavrayan Sultan Navruz onunla mücadele etmeye, elbisesini sağa sola, yukarı aşağı çekiştirmeye başlar. Ve müziğin doruk noktasında kış mevsimini canlandıran dansçının üzerindeki elbiseyi çekip çıkarır. Sultan Navruz kostümü ile sahnenin önüne ilerler. Ve kostümü sallayarak önce seyircilerin sonra da sahnenin gerisinde bulunan bayan dansçılarının önünden geçerek sahneyi terkeder. Yeşiller içinde kalan ve baharı temsil eden dansçı hareketli dansıyla baharın gelişini müjdelere ve dönerek sahneyi terkeder.

Bayan dansçılar coşkuyla baharın gelişini kutlamak için oynamaya başlar. Erkek dansçılar ellerinde ateşle sahneye girer. Ateşin etrafında dönüp, üzerinden atlayarak kışın rahvetini, kötülükleri, sıkıntıları üzerlerinden atmaya çalışırlar. İnsanların ruhlarını arındırmak için uyguladıkları davranışları yansıtırılar.

Sonuç olarak şunu söyleyebiliriz; folklor araştırmaları sadece sözlü kültür malzemelerini ve eski yaşam biçimini derleyen, sınıflandıran, mukayese yapıp ham malzemeyi bu şekilde bırakan bir saha olmayıp, uygulamalı folklor, kavramı bağlamında modern ülkelerin yaptığı gibi;⁵ folklor mahsulü olan pek çok ürünün günlük hayata sokulabilmesi ve bu ürünler ile bu ürünler üzerine yapılan araştırmalardan; sosyal yapıyı tanımadada, sanayi ve teknolojiden doğan yeni hayatın getirdiği problemleri çözümlenmede, kitleler arasında iletişimi ve dayanışmayı geliştirmede, kimliğimizi yeni ihtiyaçlara göre aslını kaybetmeden oluşturmada, kalkınma hamlemize hız kazandırmada,⁵ sanayinin bütün dallarında orijinal sentezlerden doğacak mallar üretmede, modalar geliştirmede, iç ve dış pazarlamada, eğitim ve eğlence

⁵ Bkz, Özkuş ÇOBANOĞLU, Halk Bilimi Kuramları ve Araştırma Yöntemleri Tarihine Giriş, Akçağ Yayınları, Ankara, 1999.

hayatımızda istifade etmek zorundayız. Modern ülkeler, sadece pazarlama için değil diğer stratejik konuların anlaşılmasında, hedef seçilen ülkeye nüfuz etme konusunda, kendi kültürünü yaymada ve hedef ülkenin insanlarıyla sağlıklı iletişimler kurmada folklor ürünlerinden geniş ölçüde yararlanmaktadırlar. (YILDIRIM 1998: 76-80; EROĞLU 1991: 36-38). Söz konusu olan bu modern ülkelerde folklor disiplini bunlara ilaveten halk bilimsel yaklaşımın ticari ilişkilere katkısından bu ilişkinin medyada kullanımına kadar pek çok olguyu uygulamaya koyma işini üstlenmektedir.(ÖCAL 2000, AYGÜN CENGİZ 1999, ÖZDEMİR 2001) Bizim bu bildiride tartışmaya çalıştığımız sadece sözkonusu bu uygulamanın bir bölümü üzerine yapmaya çalıştığımız tespitlerdi.

Önerimiz ise; folklor disiplininden yukarıda saydığımız ölçülerde yaralanma imkanımız henüz olgunlaşmamışsa bile; Gaziantep örnekleme olarak verdiğimiz nevrulza ilgili bir halk inancının dansa uyarlanma düşüncesinden yola çıkarak bu tarz çalışmalar başta TRT olmak üzere medya kuruluşları tarafından desteklenmeli ve çeşitli programlara dönüştürülerek yukarıda bahsetmiş olduğumuz kolektif bilincin oluşumuna katkı sağlamalıdır.

KAYNAKÇA

AYGÜN CENGİZ, Serpil (1999), *Folklor, Poplor ve Kitle İletişim Araçları Folklor/Edebiyat*, Cilt V. Sayı:19, s.5-11.

CANTEK,Levent (1999), *Kolektif Kimliğin İnşasında Halk Terbiyesi ve Ritüellerin Medya Metinlerine Dönüştürülmesi*, Folklor/Edebiyat, C.5, S.20, s.5-14, Ankara.

DEGH, Linda (1994), (Aktaran; Hande BİRKALAN, “Gelenek, Halk Kahramanları, Popüler Medya ve İnek Şaban”, İçinde. Folklor/Edebiyat, C.6, S.23, s.47-53, Ankara.

EBERHARD Wolfram (2002), Güneydoğu Anadolu’dan Aşık Hikayeleri, Çeviren: Müfide KOCAOĞLAN VAN DER HOEVEN, T.D.K. Yay., Ankara,2002.

EROĞLU, Türker (1991), *Folklor ve Turizm*, Milli Folklor,sayı:9,s.36-38, Ankara.

GLASSIE, Henry (1995), “Tradition”, Journal Of American Folklore, 108 (430): 395-412. (Çeviren; Ruhi ERSOY, Folklor/Edebiyat,C.8,S.32,s.17-31, Ankara.)

GÜNAY, Umay (1996), *Folklor, Reklam ve Tarhana*,Milli Folklor, S.31-32.,Ankara.

İRVAN, Süleyman (1997), Medya, Kültür, Siyaset. Ark Yayınları, Ankara.

KARTARI, Asker, (2000) "*Anadolu Aşık Geleneği'nin Medya'da Temsili ve İşlevselliği*" Folklor/Edebiyat, C.6, S.21, s.11-17, Ankara.

ONG Walter J. (1999) Sözlü Ve Yazılı Kültür Sözü'nün Teknolojileşmesi, Çeviren: Sema POSTACIOĞLU BANON, Metis Yay., İstanbul.

ÖCAL, Derya (2000), *Halk Bilimsellikten Ticari İlişkilere Bir Kavramın Anatomisi*, Folklor/Edebiyat, C.6, Sayı: 24, s.53-60

ÖZDEMİR, Nebi (2001), *Türkiye'de Halk Bilimi/Kültür Bilimi-Medya İlişkisi*, Türkbilig, Sayı:2, s.110,117

YILDIRIM Dursun (1998), Türk Bitiği, Araştırma/İnceleme Yazıları, Akçağ Yay., Ankara.

TÜRK HALK MÜZİĞİ VE MEDYA İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİRKAÇ SAPTAMA

Prof. Dr. Can Etili Ökten¹

Tarihi süreç içerisinde halk kültürleri, ait oldukları topraklarda yaşayan bölge insanları tarafından kendi değer yargıları doğrultusunda yaratılmaktadır. Başka bir anlatımla halk kültürleri yaşanan coğrafyadaki bireylerin sosyal kalıplarına göre şekillenmektedir. Ancak küreselleşme sonucunda halk kültürlerinin sadece bölgesel kalıplarla, bölge insanının sosyal özelliklerine göre yaratıldığını söylemek bugün için artık mümkün değildir. Zira, tekelci küreselleşme anlayışına sahip güçlerin tıpkı totaliter rejimlerde olduğu gibi, ideolojilerini kabul ettirmek için yaptıkları baskılar nedeniyle, sorgulama ve karar verme olgusu ortadan kaldırılmakta ve halk kültürleri aşılması mümkün olmayan duvarların ötesine itilmiş olmaktadır.

Kuşkusuz bu değişimde kitle iletişim araçlarının rolü çok büyük olmuştur. Kitle iletişim araçlarını yazılı, görsel, elektronik ve dijital araçlar vb. olarak sınıflandırabiliriz. Ayrıca, konuşulan dil de önemli bir medya aracıdır. Zira, halk kültürü bir yaşam biçimidir ve halk kültürlerindeki özgül ağırlığın oluşmasında dil büyük bir önem arz eder. İşte, bu noktada yaşam biçimlerini tayin ederken, zihinsel alışverişte bulunan insanların birbirleri ile iletişim ağını oluşturabilmeleri için aynı dili konuşmaları şarttır. Bu nedenle konuşulan dil medya araçları içerisinde en etkili olanlardan biri diye nitelendirilebilir. Zira, başka türlü anlaşma sağlanması düşünülemez.

Halk kültürü ait olduğu toplumdaki bütün değerlerden oluşur. Onun için haklara ait kültürleri ait oldukları toplumun bütün değerler topluluğudur diye ifade etmek yanlış sayılmaz. Medya ise, iletişimi sağlayan araçların tümü anlamını taşır. Halklara ait toplum profili esas alındığında, toplumdaki başkalaşım olgusunu, medya araçlarında meydana gelen başkalaşımdan soyutlayarak açıklamak mümkün değildir. Bu nedenle medya araçlarında meydana gelen baş döndürücü gelişmeler yüzünden toplumların özelliğini yansıtan halk kültürlerindeki başkalaşım ve aşınmalar bugün dikkat çekici boyutlara ulaşmıştır. Oysa toplumsal yaşam dinamikleri içerisinde kültürün ne kadar önemli bir unsur, olduğu unutulmamalıdır. Özellikle de medya bu hususu unutmamalıdır. Gerçekten de Emre Kongarın dediği gibi kültür, Allah'ın coğrafya üstünde yaptıklarına, insanların maddi ve manevi alandaki katkılarıdır diye tanımlanabilir.

¹ Prof. Dr. Can Etili Ökten İ.T.Ü Türk Müziği Devlet Konservatuvarı Müdürü.

Günümüzde medyanın etkinliği yüzünden halk kültürleri sadece kendi bölgelerindeki kaynaklardan değil, yabancı kaynaklardan da beslenmeye başlamıştır. Hiç kuşku duyulmamalıdır ki bu değişimde ibre, ekonomi, teknoloji ve eğitim düzeyi yüksek olan tarafı işaret etmektedir. Gelişimini tamamlamamış olan toplumlar, medyanın verdiği sorumsuz destek yüzünden bu değişime boyun eğmek zorunda bırakılmaktadır. Örnek vermek gerekirse, ulusumuzun karakterinin oluşturduğu değer yargıları, Amerikan toplumunun değer yargıları karşısında geleneksel kalıplardan uzaklaşmaya başlamıştır. Bunda medyanın sunduğu iletişim biçiminin rolü çok büyüktür.

Amerikan gençliği, Amerikan aile yapısı, Amerikan sineması vs. Kendi değer yargılarımızda bir değişimin olduğu ve bu değişimin geleneksel yapıya ve bu doğrultudaki gelişim ile dönüşüme uygun olmadığı gerçeğini gözden ırak tutmak gerekir.

Geleneklerimiz, kendi ülkemizin sosyo-kültürel ve ekonomik kalıplarına göre şekillenirken, bireylerin davranış biçimlerinde meydana gelen değişimler, kalıplarda da değişimleri başlatmış olmaktadır. İşte, bu noktada çok dikkatli olmak şarttır. Zira, bu değişimleri hemen fark etmek mümkün değildir. Tıpkı eğitimde olduğu gibi, sonucun alınabilmesi için uzun bir zaman sürecinin geçmesine gereksinim vardır. Geç fark edildiğinde yaşanan ikilemler, toplumlarda kültür çalkantılarına neden olmaktadır. Halklara ait toplum profiline oluşmasında medyanın etkinliği yüzünden yapılan uygulamalar, bizde böyle bir yargının oluşmasına neden olmuştur. Onun için bunu kültürde yabancılaşma diye isimlendirmek pek de yanlış sayılmaz. Bu değişimin geleneksel kültür özelliklerinin gerektirdiği gibi meydana gelmemiş olması, halk kültürlerinin yaratımı konusunda toplumumuzda sosyal depremlerin, ikilemlerin yaşanmasına neden olmaktadır. Zira, geleneksel halk kültürlerinde değişim, yine ait olduğu toplum içerisinde geleneksel çerçevede yapılan gelişime göre gerçekleşmelidir. Aksi takdirde geleneksel kültür, başka bir ulusun geleneksel kültür anlayışı ile yer değiştirmeye başlayınca halk kültürlerinde yabancılaşma kaçınılmaz olur ve buna bağlı olarak da yaşanan ikilemlerin de sonu gelmez.

Bugün, halklara ait toplum profiline, halk kültürleri ile oluştuğu gerçeğinin anlaşılması üzerine, medyanın zorlayıcı baskısıyla halk kültürlerinde meydana gelen değişim yüzünden zaman içerisinde dünyanın çok renkliliğini yitirip tek düze bir kültüre sahip olacağı kaygısı duyulmaya başlanmıştır.

Nitekim, tek düze bir kültürün oluşmasını istemeyen ÜNESCO teşkilatının uluslararası kültürel iş birliği ilkeleri bildirgesinde özetle şu hükümler yer almaktadır. Her kültürün, saygı görmesi ve korunması gereken bir saygınlık değeri vardır. Her halkın kültürünü geliştirmek hakkı ve ödevidir. Zengin değişkenliliği ve çeşitliliği ile ve karşılıklı etkileşimleriyle her kültür tüm insanlığa ait ortak mirasın bir parçasını oluşturur. Uluslararası iş birliği yararlı rolüyle, tüm kültürlerin zenginleşmesini güdülerken her birinin ayrı özelliğine saygı gösterir.²

² Muzaffer Sencer. Belgelerle İnsan Hakları. 1988. İstanbul. S.285-286

Avrupa Birliğinde kültür programlarında kültüre verilen önemler mali kaynak sunumları ile yer almaktadır. Bu bağlamda beş yıllık CULTURE (2000-2004) kültürün halka açılmasını, sanat ve kültürün yaygınlaştırılmasını kültürler arası diyalogu, Avrupa halklarının tarih ve kültürel miras bilgisini desteklemeyi amaçlamaktadır. Genel amacı ulusal ve bölgesel çeşitliliği korurken aynı zamanda insanları bir araya getirecek ortak bir kültürel alan yaratmaktır.

Anayasamız “Devlet sanat faaliyetlerini ve sanatçıyı korur. Sanat eserlerinin ve sanatçıların korunması ve değerlendirilmesi, desteklenmesi, ve sanat sevgisinin yayılması için gereken tedbirleri alır”³ hükmünü getirmiştir. Sanat faaliyetleri ve sanatçılar bir toplumun kültürel değerlerini yaratan ve yönlendiren, katkılarda bulunan ve toplumun sanat seviyesinde çitayı daima yukarı tutan itici güçlerden biridir ve halk kültürlerinin yaratımında, değişiminde ve dönüşümünde önemli rol oynamaktadırlar. Bu nedenle anayasamızda bu hükümlerin yer almış olması memnuniyet vericidir ve çok önemlidir.

Dünya genelinde duyulan bu kaygıyı halk kültürü açısından hem toplum olarak, hem de halk kültürüne katkıda bulunan sanatçılar olarak bizim de duymamız gerekmektedir. Kültürümüzdeki aşınmayı sadece, sosyolojik ve ekonomik açıdan ortaya çıkan iş, aş, eğitim arama vs. gibi etmenlere, yani sadece köy ve şehir kültüründe meydana gelen başkalaşımlara bağlayarak çözmeye çalışmak, doğru bir yaklaşım değildir.

Bu başkalaşımda şehre getirilen köy kültürü ile şehir kültürü arasında bir doku kaynaşmasının olmamasının etkisi büyük olmuştur. Şehirlerin birer köy-şehir haline dönüşmesi yüzünden, bölgesel kalıplara göre oluşmuş halk kültürünün, akan zaman süreci içinde, şehirde yabancılaşması yetmiyormuş gibi, uluslararası alanda bize sunulan yabancı kültürün, medyanın olağan üstü gücü sayesinde aile yapımıza kadar girmesi de sağlanmıştır. Bu bir elektronik kültür olgusunun yaratımı diye değerlendirilebilir. Ancak bölgesel kültürden şehir kültürüne geçiş, nasıl bize özgü bir şekilde kalıplaşmaya doğru gitti ise, yabancı kültürler de yine bize özgü bir anlayışla yayılmaya ve kabul görmeye başlamıştır. Zira, yabancı kültürler topluma medya tarafından sorgulanmada, yargılanmadan, hatta neredeyse iç güdüsel yaklaşımlara bile izin verilmeden sorumsuzca sunulmaktadır. Yani bir oldu bittiye getirilmektedir. Bunun bilinçli ya da bilinçsiz yapılmış olması önemli değildir. Önemli olan başka bir kültür olgusunun toplum tarafından üzerinde düşünülmeden şekillenmeye başlamış olmasıdır. Onun için toplum belleğinde sorgulama, yargılama ve karara varma, akılcı bir yol izlemediğinden, iç güdüsel tercihler doğrultusunda hareket etmek, halk kültürlerinde arzu edilmeyen sonuçların oluşmasına neden olmaktadır..

Nitekim, ülkemizde kültürel açıdan meydana gelen zaaf sonucunda yerel kültürü uluslararasına taşımaya çalışırken, yerel kültürde birtakım değişiklikler normal kabul edilerek yapılmakta ve işin en hazin tarafı bu değişiklikler bir gelişim gibi sunulmaktadır. Böylece global diye adlandırılan kültür sinsi bir şekilde yerel medya

³ TC. Anayasası. 1999 Ankara.

yüzünden, yerel kültürün yerini almakta ve yerel kültürü yavaş yavaş aşındırmaktadır. Sinsice yerleşmek isteyen bu yabancı kültürü kendi elimizle beslediğimiz gerçeği unutulmamalıdır.

Elbette halk kültürlerinde değişim kaçınılmazdır. Zira, yukarıda da belirtildiği gibi halk kültürleri bir yaşam biçimini sergilemektedirler. Ancak burada önemli olan değişmekte olan geleneksel kültürün, başka bir geleneksel kültüre yerini bırakmamış olmasıdır. Yani geleneksel kültür aynı toplumun geleceğe yönelik, geleneksel tercihleri doğrultusunda değişime açık olmalıdır. Ancak, bu hiçbir etki altında kalınmayacağı anlamına gelmemelidir. Çünkü, kültür canlı bir organizma gibidir. Etkilediği gibi etkilendiği gerçeğini değiştirmek mümkün değildir. Aksi takdirde yaşanan çağın gereklerine göre değişim, gelişim, oluşum ve dönüşümde dinamizmi yakalamak mümkün olmaz. Bu konudaki aşırı bir tutuculuk, başka bir halkın geleneksel kültürüne boyun eğmeyi yani yok olmayı kaçınılmaz hale getirir. Zira, dünyada tek değişmeyen tek kuralın, değişim olduğu unutulmamalıdır. Medya araçlarındaki baş döndürücü araçların akıl almaz etkinliği dünyayı küçültmektedir ve dünya da tabii yaşam gelişimlere göre kurgulanmıştır. Bu noktada değişim ve gelişimin mantığında akılcı bir yaklaşım olmalıdır. Bu nedenle toplumun kültürel yapısında meydana gelen çözümler, yine aynı halkın kültür potası içerisinde onarılmalı yada değişimi ve gelişimi sağlanmalıdır. Aşırı bir muhafazakarlık bir fazla, bir eksik gibidir. Aynı sonuçları doğurur.

Bilginin bir güç ve kuvvet kaynağı olduğu herkesçe bilinen bir gerçektir. O halde halk kültürünü bu gerçeğin ışığı altında kültür şoklarından korumak, beslemek ve bunu başka uluslara tanıtmak lazımdır. Nitekim halk kültürünün bir ürünü olan halk müziği alanında bilgisini kültürü ile besleyen halk sanatçıları halk müziğimizin korunması, tanıtılması, yaygınlaşması konusunda bu yolda uygulamalar yaparak yazılı, görsel ve dijital medyalarda yer almanın önemini son yıllarda kavramaya başlamışlardır.

Bu nedenle Türk Halk Müziği medya ilişkisini ulusal ve uluslararası boyutlarda olmak üzere ayrı ayrı ele almak lazımdır. Ancak bu konuda çıkan sonuçlar üzerine genelleme yapmak doğru değildir. Zira, yurt dışında kökten kopmadan ulusal değerlere bağlı, ancak geleceğin kapılarını zorlayan uygulamalar halk müziği adına bireysel boyutta yapılmaktadır. Planlı ve sürekli bir yaklaşım söz konusu değildir. Bu nedenle bu bildiri Türk Halk Müziği ve medya ilişkisinde birkaç saptama başlığı ile sempozyumda yer almıştır.

Bir medya organı olarak TRT ve Halk müziği ilişkileri ayrı değerlendirilmelidir. Çünkü, TRT halk müziği ilişkilerini her yıl planlayarak düzenli programlar halinde yürütmektedir Yayınların oran bakımından az veya çok olduğu tartışılabilir. Ancak, burada önemli olan gerek görsel gerekse işitsel araçlarında TRT'nin halk müziğine düzenli ve sürekli bir şekilde yer vermiş olmasıdır.

Bireysel de olsa, Türk Halk Müziği ile ilgili faaliyetlerin medya ile olan ilişkile-

rine gelince; Nida Tüfekçi ve Neriman Tüfekçi Türk Halk Müziğini tanıtmak üzere 1978 yılında Tokyo Üniversitesinde görevli bayan Harumi tarafından Japonya'ya davet edildiklerinde, verdikleri konserler büyük bir ilgi görmüş görsel ve yazılı basında yayınlanmıştır. Bu etkinlik içerisinde ayrıca Arif Sağ ve Mehmet Özbek'te yer almıştır.⁴ Ancak bu etkinliğin resimlerle tespit edilmesine karşın, yazılı belge sağlanamamıştır. Bu da biz sanatçıların bilgi ve belge toplamada yeterli arşiv yapma bilince erişemediğimiz önemli bir göstergesini oluşturmaktadır.

Arif sağ, Erol parlak ve Erdal Erzincan Alman Cumhuriyet başkanı Roman Herzog'un desteği ile ilk kez Köln ve Berlinde, flarmoni orkestrası eşliğinde öz kültürümüz olan bağlama, yabancıların bilgi ve beğenilerine sunulmuştur.⁵ Ancak, uluslararası medya bağlamının kazandığı bu zafere, bizim medyadan daha fazla yer vermiştir. Bu nedenle Arif Sağ kendi ülkemizdeki bu duyarsızlığı katıldığı televizyon programlarında müteaddit defalar dile getirme gereğini hissetmiştir.

Yine Arif Sağ'ın, Erdal Erzincan ile beraber New York Senfoni Space Tiyatrosunda verdiği konser NTV-MSNBC İnternet sitesinde haber yapılmıştır.⁶

Sabahat Akkiraz ülkemizin halk müziğini caz orkestrası içerisinde sunmak sureti ile halk kültürümüzün sesini duyurmaya çalışmış, gerek görsel gerekse yazılı medyada büyük bir ilgi görmüştür. 1996 yılında Londra Caz Festivaline davet edilen sanatçı, Anadolu'dan Yansımalar adlı projede on konser vermiş konser kayıtları tüm dünyada satışa sunulmuştur.⁷ Bu ses kayıtları da İletişimin sağlanmasında son derece önemli araçlardan biridir ve hatta en etkilisidir diyebiliriz. Çünkü, bu ses kayıtları her an el altında bulunmaktadır.

Aynı sanatçı ile ilgili olarak Fransız ve Belçika ortak yapımı bir belgesel yapılmış ve televizyonda yayınlanmıştır.⁸

Yine aynı sanatçının Theatre de la Villa Tiyatrosunda 2000-2001 sezonunda verdiği konser, Theatre de la Villa Tiyatrosu dergisinin 16. sayfasında yer alarak Türk Halk Kültürü olan deyiş, nefes ve semahlardan söz edilmiştir. Bu konserde söylediği türkülerin kasetleri bütün dünyada satışa sunulmuştur⁹

2001 yılında Brezilya'da Sao paulo kentinde kıtaların festivalinde Rota De Abraao 29 nisan 2001 de verdiği konserde de yine bir halk kültürü olan halk müziğinin medyada yer almasını sağlamıştır.

⁴ Neriman Tüfekçi. Kişisel Görüşme.

⁵ Arif Sağ'la yapılan kişisel görüşme. 2002. İstanbul..

⁶ NTV-MSNBC İnternet Sitesi. 26.10.2002.

⁷ Hatice Tuncer. Cumhuriyet Gazetesi.20. haziran. 2002. İstanbul. S. 7.

⁸ Sabahat Akkiraz. Kişisel görüşme. '2002. İstanbul. Basılı dergiyi bulamadı. Ancak bu bilgi Hatice Tuncerin Cumhuriyet Gazetesinde yazdığı makalede teyid edilmiştir. Cumhuriyet Gazetesi. 20.06.2002.

⁹ Hatice Tuncer. Cumhuriyet Gazetesi.20. haziran. 2002. İstanbul. S. 7.

Sabahat Akkiraz'ın yurt dışında verdiği konserler Le Figora gazetesinde yayınlanarak yaşantısı, etkinlikleri ve Türk Halk Müziği ile ilgili bilgilere yer verilmiştir.¹⁰

Yine Sabahat Akkiraz'ın verdiği konser üzerine Le Mond gazetesinde, Aleviler ve tolerans ve sanatçının modernliği, etkinlikleri Aleviliğin dünü ve bu gününden söz edilerek Türk Halk Müziğinin yer alması sağlanmıştır.¹¹

Yine Akkiraz'la ilgili olarak 1997 yılında İngiliz time out dergisi yayınladığı yazıda Pakistanlı solist Nusret Fateh Ali Han'ın tahtına aday gösterilen bir yazı yayınlarak Türk Halk Müziğini dolaylı da olsa, gündeme getirmiştir.¹²

Belkıs Akkale Bakü'de verdiği halk müziği konseri üzerine bir gençlik mecmuasına kapak yapılmış ve dupduru bir dünya isimli makaleye konu edilerek halk müziğimizden söz eden övgüler yer almıştır.¹³

Yine aynı sanatçının bu kez Solas Traditional music Festivalindeki konser haberi tam sayfa olarak duyurulmuştur.¹⁴

Yine aynı solist Hollanda da Vrouwen in Zaken isimli program dergisinde Türk Halk Müziği vurgulamasıyla yer almıştır.¹⁵

Zafer Gündoğdu'nun Bin yılın türküsü adı altında yaptığı etkinlik Turkish Times 'de yayınlanmıştır.¹⁶ Bu etkinliğin Türk televizyon kanallarında ve radyolarında haber programlarında da aynı zamanda Guinness rekorları arasına girdiği Bizzat Zafer Gündoğdu tarafından belirtilmiştir.

Yurt dışında yazılı medyada halk müziğimiz ile ilgili yazılara yabancı imzalar ile de rastlamaktayız. Literature and Music isimli kitapta "Ha Bu Diyar" isimli türkü, Türk Halk Müziği konusunda bilgi verildikten sonra notası ile basılarak örneklenmiştir.¹⁷

World Music isimli kitapta, Belkıs Akkale, Diyarbakırlı Beşir kaya, Muhabbet-5, Talip Özkan, Arif Sağ, Yavuz Top, Aşık Veysel, Çalgı Müziği, İbrahim Tatlıses'in yayınları ile ilgili bilgiler verilerek bu yayınlara nasıl ulaşılabacağı ve Türk Halk Müziği hakkında bilgiler verilmiştir.¹⁸

1983 Yılında Yugoslavya'da uluslararası Ohri festivalinde verdiğimiz konserden sonra Makedon televizyonu bizimle yaptığı röportajı yayınlamıştır.¹⁹

¹⁰ LÖ figarao gazetesi.

¹¹ LÖ mond gazetesi. '4. Novenber. '2000

¹² İngiliz Time out Dergisi 1997.

¹³ Gençlik dergisi. 6 Haziran. 1989. Bakü. S.26-31.

¹⁴ Solas Traditional Music festival. 18. haziran. Lonra.

¹⁵ Vrouwen in Zaken isimli program dergisi Hollanda. Ocak. 1999. S. 7.

¹⁶ Turkish Times dergisi. 15-2002

¹⁷ Literature And Music. Ruth Tooze- Beatrşce Perham Krone. 1955. U.S. s.320

¹⁸ World Music.Simon Broughton, Mark Ellingham, David Muddyman, and Richard Til-lo. 1994. England.s.160-166. (yeni basım 1974)

¹⁹ Can Etili. Yugoslavya. Ohri festivali konseri. 1983. Ohri.

Ancak bütün bu saptamalar bireyseldir. Halk müziğimizin yurt dışındaki çeşitli medya türlerinde sürekli bir şekilde yer aldığını söylemek için yeterli değildir.

Yurt içinde halk müziğimiz, fikir ve sanat dergilerinde ve az da olsa ciddi köşe yazarlarının makalelerine konu edilmiştir. Şimdi söz edeceğimiz bazı yazarlar makalelerinde halk kültür ürünü olan türkülere ve bunların taşıyıcısı durumundaki sanatkarlara görüşümüzü teyit eden düşüncelere yer verdikleri için bildirimizde yer almışlardır.

Milliyet gazetesinde Zülfü Livaneli Dünya Değişirken isimli köşesinde “Anadolu Müzik Patlaması” başlıklı yazısında, yine aynı köşede müthiş bir yorumcu başlığı ile halk kültürü olan türkülerimize ve bu arada medyada fazla yer almamasına değinerek “sessiz sedasız, gürültüsüz, medyasız ve kliptir” diyerek Sabahat Akkiraz’dan söz etmektedir. Cumhuriyet gazetesinde Pazar yazıları adı altında 3 aralık 2000 tarihli Paris basımında Sabahat ile Varinag isimli yazı ile halk kültürümüz türkülerden ve solistten söz edilmiştir.

Radikal’in kültür ve sanat sayfasında “Türkü Yaban Ellerde” isimli yazıda türkülerine yine Sabahat Akkiraz vasıtası ile yer verilmiştir. Bu yazıda da çok satmasına rağmen medya tarafından tanınmadığı hususuna dikkat çekilmektedir. Bu bildiri bizimde dikkat çekmek istediğimiz husus budur. Halk kültürüne medya araçlarında yeterince yer vermemek.

Görüldüğü üzere bırakın yurt dışındaki medya araçlarında yer almayı, ciddi çalışan bu sanatçıların ulusal medyada yer almadıklarının her seferinde vurgulanması dikkat çekicidir.

İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsünde yapılan “Cumhuriyet Gazetesinde yayınlanmış Müzik Makaleleri Açıklamalı Bibliyografyası” 1924-1980²⁰ ve “Hürriyet Gazetesinde Yayınlanmış Müzik Makaleleri Açıklamalı Bibliyografyası 1948-1980”²¹ isimli tez çalışmalarının sonuç bölümlerinde ciddi sayılabilecek müzik haberlerinin dahi magazin anlayışı ile sunulmaya başlandığını, konserlerden haber kritiklerinin yapılmadığını, zamanla konser haberlerinin küçük dip notlar halinde yer aldığını, gazetede müziğe ciddi yaklaşan kişilere değil de popüler olanlara yer verildiği ileri sürülmektedir.

Birinci çalışmanın sonuç bölümünde toplam 20000 gazetede binden fazla makaleye yer verilmesini, kurucusu Yunus Nadi’nin müzik eğitimi almış olmasına bağlandığı ve Türk Halk Müziği ve folklor konularında bölge müzik ve oyun türleri konusunda kritikler, köy düğünleri, halk türkülerinin armonize edilmesinin yarattığı tedirginlik, halk sanatçılarının hayatları, musikiye verdikleri önem, halk türkülleri

²⁰ Nazife Özcan İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Cumhuriyet gazetesinde Yayınlanmış Müzik makaleleri Açıklamalı Bibliyografyası. 2001. İstanbul. 173-174

²¹ Mehmet Şükrü Aklan. İTÜ Sosyal Bilimler Hürriyet gazetesinde Yayınlanmış Müzik makaleleri Açıklamalı Bibliyografyası. 2001. İstanbul. 307-308

saha araştırmaları, haberleri yorumları ve aşık edebiyatı konusunda yazılmış makalelere rastlandığı ileri sürölmektedir. Aynı gazetenin batı musikisine bakış açısı ele alındığında halk költür ürünlerinden Türk Halk Müziğı alanında çok az sayıda yayın yapıldığı sonucunu çıkarmak mümkündür.

Halk költürlerinin bütününe dünya mirasıdır diye kabullenmek lazımdır. Zira költürlerdeki çok renklilik olmasa dünyada tek düze bir költür söz konusu olacaktır ki; bu hiçte arzu edilen bir sonuç değıldir. Müziğın küreselleşen dünyada birleştirici rolüne rağmen çok renkliliğın korunması gerekmektedir. Çünkü günümüzde artık ulusların sınırlarını siyaset ve siyasiler değıl, ulusların halk költürleri belirlemektedir.

Sonuç olarak şunu söylemek mümkündür. Türk Halk Müziğı, yurt dışında ancak etnik bir anlayışla değılendirilerek iletişim organlarında az sayıda yer almaktadır. Yurt içindeki medya değılendirmelerinde ise, hemen hemen bütün medya araçlarının popilist bir yaklaşım içinde halk müziğine değıl, bir şekilde sanatçı sıfatını isminin yanına koydurtmuş olan kişilerin özel yaşamları, hatta skandalları konu edilerek magazineli bir yaklaşım içerisinde değılendirildiklerini söylemek mümkündür. Ciddi anlamda tek tük yayınlara rastlandığında adeta şaşıracak hale gelmiş bulunuyoruz. Hatta üzülererek şunu vurgulamak isterim. Költür aktarımında kendi költüründen çok, yabancı költürler içinde özellikle müziğe olan hayranlık, günümüzde adeta bir müzikal şizofreni halini almış bulunmaktadır.

Ancak, medyayı suçlamak sureti ile soruna çözüm getirmek mümkün değıldir. Zira medya bizlerden güçlüdür. Onunla belli bir strateji oluşturmadan savaşmak mağlubiyeti daha baştan kabullenmek demektir. Onun için medyada halk költürüne ve halk müziğine yatkın kimseler yetiştirilmelidir. Halk müziğinin özellikle görsel medyada çöpten samandan ibaret olmadığı anlatılmalıdır. Gerçi bütün bu öğeler halka yakın olmak için kullanılmaktadır ama, toplumu bir çocuk toplum olarak kabul edip sürekli aynı öğeleri kullanmak bıkkınlık yarattığı gibi ilginin yok olmasına da zemin hazırlamış olmaktadır. Bu nedenle geleneksel değıerlerde sunuş biçiminde, değışişim gelişim oluşum ve dönüşüm mutlaka kalite ve estetikle doğıru orantılı olmak zorundadır. Sultanların dansındaki sunumun görkemliliğı gibi.

Tipki halkla ilişkilerde olduğı gibi, kaynaktan alınan türküler medya aracılığı ile halka ulaştığında halkta meydana gelen tepki, bu kez halktan kaynağına dönerek geri beslenme ile bu kez kaynağı etkileme yoluna gitmektedir. Bu kaçınılmazdır. İşte bu noktada geri beslenme sırasında çok dikkatli olmak ve kaynakta tehlikeli değışişimleri iyi hesaplamak lazımdır. Zira burada geçmiş ve geleceğın ne olup olmadığı söz konusu olmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken husus, halk költürleri ile ilgili olarak tehlikeyi yabancı bir millet de değıl, kendi içimizdeki cehalet, gericilik ve taassup da aramaktır. Ancak bu düşünce yapısına engel olunduğunda, ibreyi költürümüz açısından dengeli tutmak mümkün olacaktır. Költür ortamında sözlü, yazılı, elektronik olan özellikler halk költürlerinin yaşam biçimlerini belirlemede büyük güç sahibidir. Medyanın gücü küreselleşe doğırultusunda dünyadaki güzel-

liklerle kucaklaşma olmalı, tekelci totaliter kültür anlayışını ortadan kaldırarak, dünyayı yaşanmaya değer bir hale getirmelidir. Şu özdeyiş ile bildirim son vermek istiyorum. “Geçmişine kurşun atanı, geleceği topa tutar”.

YARALANILAN KAYNAKLAR:

Muzaffer Sencer. Belgelerle İnsan Hakları. 1988. İstanbul.

T.C. Anayasası. 1999. Ankara.

Neriman Tüfekçi. Kişisel Görüşme. 2002.İstanbul.

Arif Sağ. Kişisel Görüşme. 2002. İstanbul.

NTV-MSNB İnternet Sitesi. 2002.

Hatice Tuncer. Cumhuriyet Gazetesi. 2002. İstanbul.

La Figaro Fransız Gazetesi.

La Mond. Fransız Gazetesi.

İngiliz Time Out Dergisi. 1997.

Gençlik Dergisi. Bakü. 1989

Vrouwen in Zaken. Program Dergisi. 1999. Hollanda

Literature And Music. 1995. US.

World Music. 1994. İngiltere.

Can Etili Ohri Festivali. 1983. Yugoslavya.

ULUSLARARASI İLETİŞİM, KÜLTÜR VE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI

Prof. Dr. Suat GEZGİN*

GİRİŞ

Küresel değişim ve dönüşüm ne denli etkili olursa olsun ,yerküre üzerine dağılmış insan topluluklarının eş düzeyde gelişmişlik göstereceğini söylemek pek olası gözüküyor. Üzerinde yaşanan yeryüzü parçasının coğrafi koordinatlarının önem taşımadığı belirtilse de, yaşam biçimlerinin üretim-tüketim düzeyleri ve yapılarının birbirine benzeştiğini söylemek güçtür. Bir anlamda eşitsizlik, küresel gelişim ve değişimin de temel yapı taşları arasında yer almaktadır. Dolayısıyla yeryüzü üzerinde yaşayan toplulukların azgelişmiş-gelişmiş diye sınıflandırılması salt sayısal birtakım verilerle değil, çıplak yansımalarıyla da kendini gösteriyor. Bu eşitsizlikler içerisinde “eşitsiz” diyerek, “özgürlükçü ve eşitlikçi” bir tutum takınmak gerçek yaşamdaki karşılığını çok daha farklı buluyor. O zaman sayısal dokümanlar ardı sıra eklenmeye başlıyor. Ülkedeki kağıt tüketimi, ülkedeki okur-yazarlık oranı, ülkedeki bebek ölümleri ve daha nice nice sayısal değeri gündeme getirmek, bu dengesizliğin yansıyan somutluğunu gözler önüne seriyor. Daha yalın ve açık deyişle; evrensellik; yerküre üzerindeki iç burkan ve dünyanın kara tahtasına yazılan rakamlarla kırılıyor. “Dünya gelişiyor, teknoloji aldı başını gidiyor” türünde yorumlar, tıpkı taşın yerinde ağır olması gibi, ancak anlam kazandığı koordinatlar üzerinde geçerliliğini taşıma yetisine sahiptir. Bu değerlendirmeler ışığında belirtmek gerekir ki, dünya ölçeğinde toplumlar, ülkeler, bireyler arasında dikkate değer dengesizlikler bulunmaktadır. Yaşam biçimi, tüketim alışkanlıkları, üretim biçimleri gibi birçok parametreyi bu dengesizlikler için anlamlı hale getirecek değerlerin gündeme gelmesi olasıdır. Bu dengesizliklerin yeryüzünde “merkez” ya da “güç” denebilecek bir kavramı önemli kılmaktadır. Bu eşitsiz tablonun dinamiğini elinde bulunduran unsur yeryüzünün “güçleri” ve “merkezleri”dir. Zaman zaman bu güçlerin birlikteliğinden ve tekliliğinden de söz etmek olasıdır. Örneğin “çok uluslu şirketler” için yapılan değerlendirmelerde, anılan güç birliğinin, ilginç bir dayanışma olduğu vurgulanmaktadır. Bu dayanışmanın diğer açılı da “küresel sömürü” biçiminde yorumlanmaktadır. Bu yorumların “ideolojik” bir açılım içerdiğini, dolayısıyla dünya üzerindeki gelişmelerin önyargılı bir bakış açısıyla irdelendiğini ileri sürmek, nesnel durumun bir anlamda kurgulanarak ve masumiyet zırhına bürüne-

* İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı

rek yeniden sunulması anlamını taşıdığı da ayrı bir gerçekliktir. Söz konusu yorumlar, anılan güçler-merkezler dünyasında bu güçlerin-merkezlerin denetimi altındaki “özerk” kurumları tarafında da belgelenmektedir. Gelişmişlik indekslerine yansıyan rakamlar, denetim dışı ve rafine edilmeden sunulmuş bilgiler biçiminde algılanıyorsa, bundan da kuşku duymak gerekir. Gerçek öylesine çıplak, öylesine sivrilik kazanmış ki, saklaması o denli güçleşmiştir. Dolayısıyla ortaya çıkan sayısal dö-kümler için de bir düzenek hazırlanarak, “kurtarma operasyonları” yla kendini göstermeye başlamıştır; tıpkı Türkiye’de yaşandığı gibi. Yerküre üzerindeki gelişmeler, dinamikler içerdiği karmaşık yapılarla, çözümlenmesi güç düğümleri insanoğlunun önüne koymaktadır. Bu güçlüğüne karşın, kimi toplumsal tahlillerin, saptamaların yapılması o denli de güç değildir. Küreselleşme, iyi niyetli bir değerlendirmeye dünya güzelliklerinin ve çirkinliklerinin hakça pay edildiği ve yaşandığı bir ortama karşılık gelmelidir. Bu “ütopyaı” ya da “ideali” karşılamıyorsa, küreselleşmeden ya da kimi değerlerin evrenselleşmesinden başka algılmalarda bulunmak kaçınılmaz bir zorunluluk haline dönüşmektedir. Gerek bireysel, gerek toplumsal yaşamın bütün hücrelerinin olumluluk kazanacağı bir tablo ancak, bu kavramların olumlu yüzüne renk katabilir. Eğer bu tanımlama “güçlerin birliği ve zaferi” biçiminde kendini gösterecekse, “uluslararası” terimi de bu anlamda biraz masumiyetini yitirerek, konunun başka soru çengelleriyle harmanlanmasını gerekli kılmaktadır. Yapılacak bu sunumunda bu çerçevede değerlendirilmesi ve yukarıda anılan bakış açısının ya da açılarının izlerini taşıdığını kabullenmek gerekir.

1. Kitle İletişimi

Kavramsal kargaşa, tanımlama farklılıkları Türkçe’de sıkça yaşanmaktadır. Bazen çeviri hatası, bazen Türkçe’de sözcüğün tam karşılığının bulunamaması zaman zaman önemli sıkıntılar doğmasına yol açmaktadır. “Kitle iletişimi” kavramı da böylesi sıkıntılar yaşandığı kavramlardan biridir. Özellikle “kitle”nin tanımı üzerinde yoğunlaşan bilim adamları, bu noktada yapının homojen ya da heterojen olmasına göre tanımlanması gerektiğini ileri sürmektedir. Bu bağlamda “kitle” kavramının daha homojen bir yapıya karşılık geldiğini vurgulayarak, “kitle iletişimi” kavramında kitle yerine “yığın” tanımı yapmanın çok daha yerinde olacağı üzerinde durmaktadırlar. Sorun biraz daha ötelenirse, “iletişim” üzerinde odaklanmaya başlamaktadır, tartışmalar. Burada da iletişimin çift yönlü bir süreci kapsadığı ileri sürülerek, burada ki tanımlamanın aslında “iletim”e karşılık geldiği öne sürülmektedir. (Bkz. “İletişim, Yıgımsal İletim Araçları ve Toplum”, Prof. Dr. Ersan İlal, Der Yayınları, İstanbul-1989) Terimler üzerinde yoğunlaşmamakla birlikte aynı vurguyu, İlal gibi Prof. Dr. Ünsal Oskay da yeryüzü iletişim ve kitle iletişim arasındaki farkları anlatırken vurgulamaktadır. Kitle iletişim sürecinin temel öğeleri üzerinde yaptığı açıklamalarla bu kavramsal değişim ve dönüşümü gün yüzüne çıkarılmaktadır. Bilinen temel yapısıyla kitle iletişimi bir “kurumsallaşmayı” ifade etmektedir. Kaynak açısından örgütlü, yapılanmış bir öğeden, yansıyan akışı ifade etmek-

tedir. Kaynaktan yansıyan artık işlenmiş, rafine edilmiş bir üründür. Dolayısıyla bir kurgu sürecinin ardından ortaya çıkmaktadır. Kuşkusuz bu kurgulama bireysel anlamdaki süreçte de gözlenmektedir. Ancak farklılık bu noktada kaynağın taşıdığı yapısal özelliklerle ilintilidir. Ortada örgütlü, bilinçli, hedefli bir yapı bulunmaktadır. Amaç burada biraz daha belirgin ve öne çıkmaktadır. Öte yandan bir diğer önemli gerçeklik de seslenen topluluğun türdeş olmamasıdır. Bu özellik son günlerde yaşanan “kamusal alan” tartışmalarına varacak düzeyde bir derinlik taşımaktadır. Tüm bunların ışığında “kitle iletişimi”nin önemi gerek kaynağı, gerek hedef kitlesi açısından önem taşımaktadır. Bu önemlilik açısından arada dikkat edilmesi gereken bir diğer unsur da, araçtır, mecradır. Bu aracın kullanıldığı alan, ulaşılabilirlik düzeyi, seçilebilirlik yetisi gibi kavramlar da bu üretim sürecinin tanımlanması açısından önemli verileri dikkate değer kılmaktadır.

2. Kitle İletişimin Kültürel ve Toplumsal Yansımaları

Kitle iletişimin tanımlanması ve bu tanımlamanın anlam kazandığı araçların önemli değerlendirme alanlarından biri de etkinliği, etkililiğidir. Kitle iletişim araçlarının etkisi konusunda yapılan araştırmalar, medyanın gelişimine koşut bir seyir izlemiştir. Bu çalışmalardan biri de DeFleur tarafından gerçekleştirilmiştir. DeFleur “kültürel normlar” kuramını ortaya atarak şu değerlendirmeyi yapmıştır. “Medya yalnız bireyler üzerinde doğrudan etkili olmakla kalmayıp, toplumun kültürü, bilgi birikimi, normlarını ve değerlerini de etkiler”¹ 1960’lı yıllarda yapılan bu çalışma, kitle iletişimin araçlarının toplumsal yaşamın temel kaynakları, öğeleri sayılabilecek öğeler üzerinde etkinliğine dikkat çekmektedir. Toplumun kültür, bilgi birikimi, normları ve değerleri üzerinde etkinliği ileri sürülen kitle iletişim araçlarının, 21. yüzyıl başında sorgulanmasının çok daha geniş, çok daha derin yapılması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Kitle iletişim araçlarının etkileri üzerinde odaklanan çalışmalar özellikle 1970 sonrası daha canlı bir yapıya kavuşmuş ve bu çalışmalar bakış açısına göre sınıflandırmalarla karşı karşıya kalmıştır. Bu sınıflandırmalarda da genel olarak “tutucu yaklaşımlar” ve “değişimci” yaklaşımlar olmak üzere iki ana grupta toplanmıştır. Her iki yaklaşımın kaynakları açısından irdelendiğinde önemli ideolojik farklılıkları, aykırılıkları gözlemek olasıdır. Kuşkusuz bu yapıları, yaklaşımları daha derinlemesine irdelenmek bu çalışma kapsamını ve amacını zorlayacaktır.

Her iki akım için bir genelleme yapmak gerekirse, içinde bulunulan disiplin ve ideolojik konumlama, kitle iletişim araçlarının etkisi üzerinde yorumların oluşmasına katkıda bulunmuştur. Dolayısıyla çıkış noktaları farklı olmakla birlikte, değerlendirme ölçütleri ve araçları da farklılıklar ve kendi içlerinde de ayrışmalar yaşa-

¹ McQuail, Denis; Windahl Sven; “İletişim Modelleri”, Çev. Mehmet Küçük Kurt, İmaj Yayınları, Ankara – 1993. S.89.

yan bu iki anadamar, iletişim çalışmalarında akademik araştırmalara da etkilerinin doğrudan ya da dolaylı biçimde günümüze kadara sürdürmektedir.

3. Kitle İletişim Araçları ve Kültür

Sosyal bilimlerde birçok kavramın tanımında yaşanan tanımlama kargaşası, “kültür” kavramında da kendini göstermektedir. Kavramın gerek tarihsel, gerek coğrafi, gerek kullanıldığı toplumsal yapılara göre değişik anlamlarda kullanıldığı görülmüştür. Latince “cultura” kavramından gelen kültür, önceleri “bir şeyi ekip yetiştirme veya bakma süreci” anlamında kullanılmıştır.² Kültür kavramı, 19. yüzyılın sonlarında antropolojinin kendini göstermesiyle derinlik ve anlam kazanmaya başlamıştır. Bu noktada kültür “... belli bir toplumun üyelerinin sahip olduğu inançlar, adetler, gelenekler, yasalar, bilgi biçimlerinin birbirine bağlı topluluğu” biçiminde tanımlanmaya başladı.³ Kültür kavramının tarihsel süreç içerisinde yaşadığı evrim, farklı bakış açılarına göre yorumlanıp değerlendirilme zenginliğini bugünlere kadar taşımıştır. Tüm bu tartışmaların açılımı, toplumsal yaşamın eylemliliği ya da eylemsizliğinde yatan tüm maddi ve manevi değerler bütününe karşılık gelmektedir. Hiç kuşkusuz bu tanımlamanın üzerinden kimi ideolojik sapmalara, yönelimlere girmek de mümkündür. Değişimlerin, yaklaşım farklılıklarının uzağında anılan genel çerçeveye sadık kalmak ve bu düzenlemede kavramı algılamak en doğru yaklaşım niteliği taşımaktadır. Bu tanımlama ışığında kültürün çok geniş açılımlı, kapsamlı bir anlam içerdiğini vurgulamak gerekir. Toplumsal yaşamın önemli dinamiklerinden biri konumundaki kültür, bu ağırlığını ve genişliğini bir ortak alanda paylaşımına olanak tanıyan araçlarla yakın ilişki içerisinde. Bu araçlar en basit, yalın anlatımıyla dilden, beden dilinden başlayarak, iletişimin daha da karmaşıklaştığı kitle iletişimine kadar uzayan bir paneldir. Bu panelin etki gücü ve alanını düşünöldüğünde en önemli öğelerinden birisinin “kitle iletişim” olduğu yalın bir gerçekliktir.

Dolayısıyla 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra kültür çalışmalarının, araştırmalarının önemli odak noktalarından, konularından biri “kitle iletişim” kavramı olarak kendini göstermeye başlamıştır.

Kuşkusuz söz konusu araçların toplum içerisinde kullanım genişliğine, yaygınlığına koşut bu tartışmalar daha derinlik kazanmış ve temel ideolojik açılımlar, teknolojik değişimlerin yarattığı sarsıntılarla yeniden yorumlama, değerlendirme zorunluluğu yaşamaya başlamıştır. Kültür ve kitle iletişim araçları arasındaki bağ, bu alanlarda yoğunlaşan araştırmacılar için özellikle “hedef kitle” odaklı çalışmalar, dikkat çekmeye başlamıştır. Bir başka deyişle “izleyici-dinleyici araştırmaları” özellikle II. Dünya Savaşı ardından önemli ilgi alanlarından biri olmuştur. Kitle ile-

² ALEMDAR, Kormaz;ERDOĞAN, İrfan:”Popöler Kültür ve İletişim”, Ümit Yayıncılık, Ankara-1994.S.167

³ A.g.y. S.168

tişimin üretim sürecinin ve kaynak çeşitliliğinin üretime yansıyan farklılığı daha önce vurgulandığı gibi bu alana dönük çalışmalara da renk ve zenginlik katmıştır.

Küreselleşme olgusunun içinde bulunduğumuz yüzyılda giderek yoğunlaşan tartışmalarına karşın kimi kavramların yerel özelliklerini koruduğunu vurgulamak gerekir. Daha doğrusu küreselleşme kavramının derinliklerinde yatan “anonimlik”, giderek damgasını her alana vururken, bu anaonimliğin çekinik kaldığı birçok durumun varlığından da söz etmek gerekir. Çok uluslu şirketler ve bu şirketlerin etkinlik alanlarının genişliği düşünülürse, zaman zaman kimlik yitiminin , bozulmasının yaşanması da doğal karşılanmalıdır. Anacak vurgulamak gerekir ki, kimi alanlarda yerel ögeler, karakterler, çok daha belirgin ve katı biçimde kendi renklerini, özelliklerini ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla içinde bulunulan toplumun siyasal, ekonomik ve toplumsal koşulları, kültür-kitle iletişim araçları alanında yapılacak değerlendirmelerin bakış açılarının önemli destek noktalarını yaratmıştır. Daha önce vurgulandığı gibi bu süreç temel yaklaşım farklılıklarını ortaya çıkarmıştır.

Kuramsal çerçeve tarihsel gelişimi içerisinde birçok nesnel gelişimin etkisiyle değişimler yaşamıştır. Bu alanda yapılmış birçok çalışma, birçok araştırma çıkış noktaları, araçları ve yöntemleri açısından farklılıklar taşımaktadır. Bu farklılıklar, değişiklikler bugünün renkli kitle iletişim dünyasında da geçerliliğini ve sıcaklığını, aynı içerik ve biçimde olmasa da sürdürmektedir. Bu yaklaşımların temel aldığı argümanlara göre kimi değerlendirmelerde bulunmak mümkündür. Bu çalışma kapsamında sözkonusu çalışmalara doğrudan gönderme yapılmadan, konunun güncelliğine dönük değerlendirmelerde bulunmak çok daha yerinde bir yaklaşım olacaktır.

a) Sayısal veriler önemlidir.

Toplumsal dokuyu analiz etmek ve bu toplumsal dokuya ilişkin kimi varsayımlarda bulunmak için sayısal veriler ve dökümler önemli yer tutmaktadır. Bu sayısal verileri, dökümleri dikkate almadan, öngörülerde bulunmak, kimi varsayımlarda bulunmak doğru bir yaklaşım değildir. Toplumsal yapının demografik özelliklerinden tutun da kültürel değer ve tutumlarına ilişkin sayısal veriler dikkatle değerlendirilmelidir. Bu belirlemeye yapılacak her sosyal içerik çalışma belirli ölçülerde rakamlara gönderme yaparak referans almak durumundadır. Örenek vermek gerekirse eğitim durumuna ilişkin sayısal dökümler olmadan yapılacak izleyici çalışmalarının geçerliliği tartışmalıdır.

b) Çevresel faktörler dikkatlice değerlendirilmelidir.

Araştırma konusunun içinde bulunduğu çevre tüm katmanlarıyla değerlendirilmelidir. Ülkenin, toplumun siyasal değişimleri, dönüşümleri, ekonomik yapısı, dinsel dokusu gibi unsurlar çevresel faktörler olarak da dikkatlice yorumlanmalıdır.

Çevresel faktörleri aynı zamanda iç ve dış çevresel faktörler olarak da değerlendirmek gerekir. Bu anlamda ulusal ve uluslararası durum saptamalarının ve bu saptamalara ilişkin bilgilerin gerçekleştirilecek çalışmanın değerlendirmelerine etkisini belirgin kılmak gerekir. 1929 ekonomik buhranının yaşandığı bir dönemde, ulusal yapının yaşadığı sıkıntılar için anlamlılık taşımadığını söylemek güçtür. Örnekleme gerekirse, ekonomik buhran, tekstilde gelişme ve tekstil üretiminin modaya yansması demek; belleklerde belli ölçülerde anlamlılık ifade edecektir. Daha da belirgin bir yorumlamayla “dış tehditler” söylemiyle yaşamış bir ülkede “milliyetçilik” vurgusunun artması çok da anlamsız bir gelişme değildir.

c) Olayın aktörleri iyi tanımlanmalıdır.

Kültür ve kitle iletişim araçları denilince olayın aktörleri sorgulanmadan kendini göstermektedir. Bu süreç içerisinde devletin, siyasal erki, siyasal aktörleri, ekonomik merkezleri, güçleri ve elbette ki baş aktörler; medya kuruluşlarını iyi tanımlamak gerekir. Kitle iletişim araçlarının yapısal analizinden yoksun bir araştırma, güdük kalmış demektir. Kitle iletişim araçlarının paylaşımı, çalışanlarının profili gibi temel veriler edinilmeden bir yoruma kalkışmak, hatta payının büyüklüğünü peşinen kabul etmek anlamını taşır. Örneğin İran’daki devlet yapısını ve siyasal güçleri tanımlamadan ekrana yansıyan bir “recm” olayını sağlıklı değerlendirmek güçleşir.

4. Türkiye Gerçeği

a) Sayısal açıdan Türkiye gerçeği

Türkiye’nin en önemli sayısal kaynaklarından biri hiç kuşkusuz Devlet İstatistik Enstitüsü’dür. Gerek ekonomik göstergeler, gerek kültürel göstergeler açısından DİE temel kaynak noktası niteliğindedir. Ancak bu anlamda DİE’nin çalışmalarının kimi eksiklikler taşıdığını belirtmek gerekir.

Örneğin çokça tartışılan “rating” ölçümlerinde baz alınan kitlenin genişliği konusunda bu ölçümü gerçekleştiren kuruluşla, DİE arasında bir uyumluluk ve uzlaşma yıllar öncesi basına yansıdığı kadarıyla pek olumlu gözüküyor. Sözkonusu değerlendirme bir çatışma var, anlamında algılanmamalıdır. DİE’nin “rating” çalışmalarına ilişkin kaygılarının yansması düşünülmelidir. Öte yandan nüfus sayımı verileri ne yazık ki güncelleme sıkıntısı yaşamaktadır. Araştırma kuruluşlarının, birimlerinin, akademik çevrelerin ne yazık ki güncellemeden yoksun bilgilerle hareket ettiğini söylemek olasıdır. Daha yalın bir deyişle Türkiye envanterinin hiçbir alanda net ve kesin biçimde adlandırılması mümkün değildir. İşsiz sayısı açıklanırken resmi-resmi olmayan sonuçlarıyla verilir. Ölüm-doğum oranları ya da evlilik-çocuk sayısı açıklanırken resmi-resmi olmayan diye ikiye ayrılır. Böylesi bir ayrımın

yaşanması bile kimi sonuçlara vermek için yeterlidir. Türkiye'deki basılı yada elektromanyetik yayın sayısı konusunda kesin birşeyler söylemek oldukça güçtür.

b) Çevresel faktörler açısından Türkiye

Türkiye'nin siyasal istikrarı, toplumsal yapının siyasal değişimlerine ilişkin yorumlar da güçlkle gerçekleştirilmektedir. Cumhuriyet tarihi boyunca siyasal parti sayısı bile bu anlamda iç çevre faktörü olarak siyasal yapıyı çözümlenmesi zor noktalar arasına koymaktadır. Öte yandan yaşanan ekonomik sıkıntılar, sarsıntılar ayrı bir değerlendirme konusudur. Dış çevre faktörleri açısından da Türkiye'nin önemli bir cendere içerisinde bulunduğunu belirtmek gerekir. Türkiye, bir yanıla Avarupa, bir yanıla Ortadoğu, bir yanıla Asya olarak anımsanmaktadır. Her coğrafi yapıya göre Türkiye'nin anlamlılığı iç ve dış güçlere göre değişim göstermektedir. Örneğin Ortadoğu denildiğinde coğrafi konumuz açısından taşıdığı önemin yanına hemen dinsel kimliği girmektedir. Asya'ya dönük yüzüne ulusal kimliği daha belirgin anlam kazanmaktadır. Düne kadar jeopolitik konumu "komünizme karşı" birinci sıçrama ayaklarından biri kimliğini taşımaktaydı. Tarihten bir başka örnek vermek gerekirse, II. Dünya Savaşı'nın yarattığı yokluklar ve bir siyasal çöküşün ardından kurtuluş olarak parlayan bir diğer siyasal yıldızın doğuşu belleklerde henüz çok tazedir.

c) Türkiye'nin aktörleri

Türkiye aktörleri açısından da renkli bir ülke kimliğini taşımaktadır. Siyasal erki açısından güç arayışının çok yaşandığı bir ülke de siyasal iktidarlar çok anlamlı dönemlerde ciddi güç olabilmışlerdir. Bunun dışındaki süreçlerin önemli bir bölümü Türkiye için siyasi anlamda silik aktörler ortaya çıkarmıştır. Türkiye'nin medya aktörleri için söylenecekler ise çok daha derin değerlendirmeleri gerekli kılmaktadır. Gerek sermaye yapısı, gerek idari yapısı, gerek üretim biçimiyle Türk medyası tipik bir kimlik sergilemektedir. 1983 sonrası yaşanan hızlı gelişmeler, Türk medyası için inanılmaz bir yoğunlaşma sürecine başlamıştır. Bu yoğunlaşma beraberinde bir çok tartışma konusunu getirmiştir. Bunların başında özellikle "basın özgürlüğü" anlamında tek seslilik tartışmaları gündeme gelmiştir. Özellikle medyanın sermaye yüzünün diğer piyasa alanlarında da kendini göstermesi, bu süreci daha da tartışmalı kılmıştır. Ciddi gruplaşmaların "basın savaşları" denebilecek düzeyde tartışmalar yarattığı da bilinmektedir. Öte yandan biçim ve içerik açısından da Türk medyasının önemli bir kimlik bunalımı yaşadığı gözlemlenmektedir. Üretim sürecinin taşıdığı özelliklerin henüz medya özelinden algılandığını söylemek güçtür. Medyanın kamusal sorumlulukları, yükümlülükleri bu anlamda önemli ölçüde yaralar almıştır, almaktadır. Haber üretiminin nesnel dayanağını giderek

yitirdiği söylenebilir. Ticari kaygıların yoğunlukla yaşandığı Türk medyası için ne iç dirençten ne de hukuksal bir dirençten söz etmek olasıdır.

5. Uluslararası Kültürel Etkileşim ve Kitle İletişim Araçları

Kitle iletişim araçlarının etkinliği ve yaygınlığı son teknolojik gelişmelerle inatılmaz boyutlara varmıştır. Bu gelişmişlik bu alanın üretimini, ürününü daha da önemli kılmıştır. Ürünün saydamlaşmış amacının, daha doğrusu görünen amacının, gizli amacıyla örtüşmesi özellikle son yarım yüzyılda önemli tartışma konuları arasında yer almaktadır. Özellikle bu üretimin tüketim odaklı gerçekleştirildiği ve bireysel bazda insani değerlerin dejenere edilerek tüm toplumsal etik kuralların, normların yıkımını hedef aldığı savı güç kazanmaktadır. Özellikle “kültürel emperyalizm” biçiminde somutluk kazanan bu savlar, uluslararası haber merkezleri tarafından sermayenin beklentilerine dönük üretimin ağırlık kazandığını ileri sürmektedir. Öte yandan şiddet, pornografik gibi önemli rahatsızlıkların önemli toplumsal çöküntülere yol açtığı vurgulanmaktadır. Sinemadan, çağın yeni büyüğü dünyası internete kadar her alanda önemli saldırıların gerçekleştiği boyutu yadırgansa da kimi gerçeklikleri de beraberinde taşımaktadır. Tüketim kültürünün evrensel bir kimlik kazandığı da söylenebilir. Öte yandan toplumsal yaşamın çok önemli dinamiklerini kendi özgünlüğünü yitirerek bir benzeşim sorunu yaşadığı gerçeği güç kazanmaktadır. Bu anlamda sorunun kitle iletişim araçlarında kimlik kazanması bir yanılısamadan başka bir şey değildir. Dolayısıyla sorumlunun çok daha dikkatle irdelenmesi ve ifşa edilmesi gerekir. Suçlu silah değil, o silahı kullanandır. Burada silahın üretiminin kötü bir amacı bulunduğu iddası pek gerçeklerle örtüşmemektedir. Bu gücün silah kimliğini kazanması amaçların içerik değişmesiyle gerçekleştiği kabul edilmelidir.

Oysa bu gücün evrensel değerleri rehber edinerek, çok önemli kamusal sorumlulukları yerine getirmesi olmalıdır. Bunun zaman içerisinde geçerlilik kazanacağı umudu giderek güç kazanmaktadır. Özellikle yerel medyanın giderek güç kazanması ve yerel medya üzerindeki denetimin giderek güçleşmesi, kültürel değerlerin sınır tanımadan ve kendi kimliğine saygı duyularak dolaşımının kapısını aralaması pek uzak bir gelişme değildir.

Sonuç:

Genel bir değerlendirme yapmak gerekirse, küreselleşme olgusunun olumlu ve olumsuz boyutları yaşamın her yanında kendini göstermektedir. Sermaye birliğinin büyük ölçüde kültürel boyutlara da yansıdığını söylemek mümkündür. Tüm baskın karakterlere karşı yerel kimliğin belli ölçülerde korunduğu düşünülebilir. Ancak bu korumanın, direncin de olumlu anlamda kullanıldığı sonucuna varmak

güçtür. uluslararası haber dolaşımının çok ciddi sınırlılıklar taşıdığı bilinmektedir. Bu sınırlılıkların ulusal-yerel boyutta da kendini gösterdiği bilinmektedir. Öte yandan haber dışındaki üretim biçimlerinin de genel tanımıyla bir hegemonya kurduğu bilinmektedir. Bu anlamda yerel kimliğin yerini, olumsuz anlamda küresel kimliğin aldığı vurgulanabilir. Ancak dünya üzerindeki gelişimin giderek insan odaklı bir eğilim sergilediği bilinmektedir. Dolayısıyla insanı gözetmeyen, dikkate almayan açılımların yeryüzünde giderek meşruiyetini kaybettiği görülmektedir. Nitekim son günlerde ABD'nin Irak'a dönük girişimleri bu meşruiyet arayışının bir gereğidir. Elbette ABD süper güç konumundadır. Bu gücüne dayanarak, Irak operasyonunu çok daha önce başlatabilirdi. Ancak bu noktada önemli dayanaklar arayarak uluslararası topluma kabul ettirme yolunu seçti ve hareketin desteğini daha da güçlü kılma adına arayışlar içerisine girdi. Bu gerek ABD içindeki, gerek dış dünyadaki savaş karşıtlarının etkin yansımalarından biridir. Bu noktada kültürel üretim unsurları da bütünüyle küreselleşmenin evrensel ve insani boyutunu kazanmak durumundadır. Bu kaçınılmaz bir zorunluluktur. Dünya üzerinde yerel renklere, çeşitliliğe, zenginliğe dönük duyarlılık giderek artmaktadır. Bu anlamda tüketim odaklı, tek yanlı, tek yönlü “enformasyon saldırısı” giderek hareket alanını kaybetmeye başlayacaktır. Ne yazık ki içinde bulunulan koşullarda bu hareket alanının çok dar olmadığı bilinmektedir. Yakın gelecekte bu alanın daha da sınırlanacağı uluslararası olumlu gelişmelere bakarak dillendirmek olasıdır.

BATI AVRUPA ÜLKELERİNDE HALK KÜLTÜRÜ ÜRÜNLERİNİN UYGULAMALARININ MEDYADAKİ GÖRÜNTÜSÜ

Prof. Dr. Nevzat GÖZAYDIN*

Sayın Başkan
Değerli Konuklar
Sevgili Gençler

Son on yılda dünyanın bütün üniversitelerinde ortaya atılan bir konu, küreselleşme konusu, bir yandan bilim adamlarını meşgul ederken, diğer yandan da kamu oyunda geniş bir tartışma zemini oluşturdu. Özellikle ABD'nin başını çektiği ve Avrupa ülkelerinde de birçok yandaş bulup üzerine düşülen bu “küreselleşme” kavramına en çok büyük ülkelerin, hatta bu ülkelerin dışında, ülkeler arası tekel-lerin, çok ortaklı şirketlerin, hemen her ülkede yatırımları bulunan büyük iş adamlarının önem verdiğini görüyoruz. Ekonomik gelişmeleri yönlendiren bu saydığım topluluklar veya gruplar, hangi malı, ürünü veya uygulamayı “küreselleşme” içinde görmek istiyorlarsa, o konuyla ilgili büyük bir yayın veya propaganda konsorsiyumu oluşturup hemen her ülkede aynı veya benzer görüntüleri ortaya koymaya başladılar. Reklam kampanyaları, filmler, panolar, fuarlar, festivaller ve hatta özel amaçlı olarak tasarlanmış bilimsel toplantıları bile organize ederek beyinleri yıkanmanın yolunu tuttular. Onlar için kendi amaçlarını gerçekleştirebilmek azimlerinin önüne geçilemezdi ve bu amaca ulaşabilmek için de her yol mubahtı, her yol kullanılabilirdi.

Böyle bir düşünce ve eylem planlamasının ve programlamasının içinde elbette halk kültürü ürünleri ve uygulamaları da yer almalıydı. Çünkü her ülkenin halkı, kendi kültürüne en yakın konuları severek görüyor, dinliyor ve çok çabuk onu kabulleniyordu, biraz farklı bir biçimde karşısına getirilse bile... Bundan yararlanmasını iyi bilen organizatörlerin ilk düşündükleri şey, para kazanmak olunca, kendi düşüncelerini topluma kabul ettirmek olunca, halkın kendi içinden çıkıp gelen bu kültür ürünlerini daha çok göz önüne getirmenin yollarını aradılar ve arıyorlar da... Böylece bir yandan kendi halk kültürü ürünlerine yabancılaşmaktan kaçınarak kendi ülke halkının memnuniyetini kazanırken ve kendi planlarına sempati ile bakılmasını

* Ankara Üniv. Dil Tarih Coğ. Fak. Halk Bilimi Ana Bilim Dalı Bşk.

sağlarken, diğer yandan kendi ülkesi sınırları içinde yaşamakta, çalışmakta, okumakta olan yabancıların da bunlardan etkilenmesini sağlıyorlardı ve sağlıyorlar da... Özellikle yabancı topluluklar üzerinde egemenlik kurabilmek, onları kendi düşünceleri doğrultusunda etkileyebilmek, hatta onların kendi özgün halk kültürü ürünlerini – güya – onlara unutturamadıklarını, onların da bu yabancı ülkede bile sevildiğini, korunduğunu kanıtlamak amacıyla şirin görünmenin yollarını arayıp, birtakım maddi ve manevi desteklerle, o yabancılık çeken insanları da kendi yanlarına çekmenin çarelerini arıyorlardı ve arıyorlar da... Evet, bunları gerçekleştirdiler ve gerçekten de gerçekleştirmeye çeşitli araçları kullanarak devam ediyorlar...

Batı Avrupa ülkelerinin önde gelenlerinden olan Federal Almanya, bu bildirimde özellikle üzerinde duracağım bir ülkedir. Çünkü 1964 yılında başlayan ve birinci kuşak olarak nitelenen Türk vatandaşları ile birlikte orada uzun yıllar kalmış olmam, bana bu konuda daha rahat söz söylememe fırsat ve imkan veriyor. Kesin olarak yurda döndüğüm 1970 yılından sonraki yıllarda da sık sık, hemen hemen her yıl, oralara giderek gelişmeleri gözümle gördüm, yaşananları, uygulamaları bizzat yerinde değerlendirdim. Burada dile getireceklerimin büyük bir bölümünün, kendi gözlemlerime dayandığını da hemen söylemek isterim. Bunlarla ilgili olarak zaten 1967 yılından beri çeşitli dergilerde, en başta rahmetli büyük folklorcu, değerli insan, İhsan HİNÇER'in "Türk Folklor Araştırmaları" dergisinde olmak üzere yazılarımı kamu oyuna sunmuştum. Ancak o yıllarda ne küreselleşme vardı, ne post modernizm, ne de başka bir şey... İkinci Dünya Savaşı'nın yaralarının sarılması, sanayileşme çabaları, yeniden yapılanma gibi konularda iş gücüne ihtiyaç duyan Batı Avrupa ülkeleri, ucuz iş gücünü de Türkiye gibi, Akdeniz ülkelerinden sağlamaya çalışıyorlardı... Dolayısıyla kendi ülkelerinde birden bire ortaya çıkan çeşitli kültür ürünleri, yeni bir kavramı doğurmuştu: Çok kültürlü bir toplum veya çok kültürlülük...

Yirminci yüzyılın son çeyreğinde ve özellikle de 1980 yılı sonrasında karşımıza çıkan bu küreselleşme kavramı içinde, işte bu çok kültürlülük konusu birden güncellik kazanıverdi. Bütün üniversitelerde, bilim adamları gözlerini kendi kültürlerinin dışında serpilip gelişmiş olan diğer yabancıların halk kültürlerine de çevirmeye başladılar. Onların dillerini, geleneklerini, göreneklerini, uygulamalarını anlamaya, öğrenmeye ve bu yolla onlarla daha doğru ve başarılı bir iletişim kurmaya başladılar.

Federal Almanya, kendi ülkesine önceleri "Gastarbeiter" yani "konuk işçi" olarak gelenlere karşı herhangi bir eylem planı yapmış değildi. Onlar için önemli olan, iş gücü açığının genç, sağlıklı ve çalışkan Türk işçileri ile kapatılmasıydı. Gelenleri kalabalık odaları olan yurtlarda yatırarak, kendi toplumlarının içine karışmasını da önlemeyi düşünmüşler, yurttan fabrikaya, fabrikadan yurda götürüp getirerek bunda da bir hayli başarılı olmuşlardır. Alman dilini ve kültürünü bilmeyen bu beden işçilerinin zaten para kazanmaktan başka bir şey bildikleri de yoktu... Öyleyse onlara fazla mesai bile yaptırılarak para kazandırılabilirdi ve böylece mümkün olduğu kadar Alman toplumunun bozulmaması da sağlanmış olurdu... Ancak birinci kuşak için geçerli kabul edilebilecek bu eylem planı, birkaç yıl sonra sonuç verme-

di ve hele de birinci kuşağın eşleri ve de çocukları Almanya'ya gelince ortaya çözümlenmesi mümkün olmayan birtakım sorun yumakları çıkar oldu. Çocukların eğitimi, onlara ödenecek yardım parası, sağlık ve kaza sigorta primleri, eşlerin de para kazanmada kocalarına yardım etme istekleri, bunlarla ilgili hukuki sorunlar, birinci kuşağın biraz daha iyi Almanca öğrenmesi sonunda kendi haklarını daha iyi alma gayretleri, yol yordam öğrenmeleri, Alman toplumu içinde karışarak yurtları terk etmeleri ve Alman ailelerinin oturduğu apartmanlarda ortak yaşantıya karışmaları ve hatta ufak ufak ticarete ve ekonomik düzende de söz sahibi olmaya başlamaları karşısında şaşırın Alman toplumunu bu haliyle en iyi ifade eden yazar Max Frisch olmuştu. “Biz işçi istemiştik, insanlar geldi” sözüyle Max Frisch, gerçeği bütün çıplaklığı ile Alman kamu oyuna açıklıyordu...

İnsan, her gittiği yere kendi içinden geldiği toplumun kültürünü de beraberinde götürür. Dolayısıyla Türk işçisi de kendi halk kültürünün ürünlerini Almanya'ya taşıdı ve onları elden geldiğince yaşatmaya çalıştı. Doğum geleneklerinden ad koymaya, söz kesmekten nişana, gelin almadan düğüne, evlenme ritüellerinin yanı sıra komşuluk, karşılıklı ziyaret, yardımlaşma, Ramazan ve Kurban Bayramı, hastalık ve ölüm de dahil olmak üzere kendi alıştıkları ve yapmaktan çekinmedikleri uygulamaları oralarda da yapmayı sürdürdüler. Max Frisch'in “İnsan” kavramı içinde yer alan Türkleri daha yakından ve daha iyi tanımak, bilmek isteyen, onları daha sonraki yıllarda etki altına alıp kendilerine uydurmak isteyen, ama aslında onlara kendi kültürlerini empoze edip asimilasyon amacı güden Almanlar, bu kez Türkleri mümkün olduğu kadar denetim ve kontrol altında tutabilmek, onların düşüncelerini uygun hareket etmelerini sağlayabilmek için, Türk işçilerini farklı dernek veya topluluklarda organize etmeye başladılar. 1970'li yıllarda görülen Türk işçi derneklerinin bir bölümünün yanı sıra Türk - Alman dostluk dernekleri de ortalığa çıkmaya başladı. Yavaş yavaş, ama sinsi bir planla öncelikle Türk gençleri ile çocuklarını Alman kültürüne adapte etmenin yollarını aradılar. Onları anne-babalarının halk kültürü ürünlerinden ziyade, Alman halk kültürüne yaklaştırmanın çaresini düşündüler... Burada en etkili araç, elbette ki Alman medya organları idi.

Alman medyası, yani radyosu, gazeteleri, dergileri ve televizyonları yoğun kampanyalarla hem kendi gençlerine yönelik, hem de ülkesinde yaşayan yabancılara yönelik yayınlarla Alman kültürünün öğelerini daha cazip renklerle gösterme ve onları kabul ettirme yollarında başarılı olmaya başladılar. Zaten yedi yedi yaşından itibaren uzun bir süre Alman okullarında eğitim gören Türk çocuklarını bu renkli dünya ile kandırmak hiç de zor olmuyordu. Boş zamanlarının değerlendirilmesi, çocuk oyunları, yeni yeni görülen bazı müzik grupları, halk müziğinin ilginç ve hareketli parçaları, öğrenilen yeni dans türleri ve Alman halk oyunlarının bazıları, günlük yaşantı içindeki birtakım uygulamalar, Türk çocuklarına, kendi anne-babalarının uyguladıkları öz geleneklerinden daha çekici ve hatta kolay uygulanır geliyordu. “İntegrasyon”, yani “uyum” sağlama bahanesi bütün okullarda, derneklerde, özel ve resmi kuruluşlarda ön plana çıkarılmıştı. Çocukların gelecek yıllar içinde daha rahat etmelerinin yanı sıra anne-babalarının da artık bunca yıl sonra Al-

man toplumu içinde eriyip gitmeleri, bir tür “assimilasyon” yaşamaları, böylece o topluluk içinde kendi öz kültür değerlerinden uzaklaşmaları yavaş yavaş gerçekleştiriliyordu. Medya organlarının Almanca yayınları beyin yıkayarak çocukları ve gençleri kendi yanına çekiyordu. Okullarda sınıfların toplu gezileri, ortak kültür günleri çocukların diğer kültür ürünlerini tanmasına yol açıyordu. Türkçe içine giren Almanca kelimeler ve hatta Almanca cümle parçaları, iki dillilik sorununu ortaya çıkarıyordu. Daha sonraları bu kavramın yanına “çok dillilik” veya “çok kültürlülük” kavramları da gelip yerleşecekti. Ve sonunda içinde bulunduğumuz bir-iki yıl Almanların kendileri açısından olumlu sonuçlar alınmaya başlandı ve artık dördüncü kuşak Türk çocukları Türkçe bilmez oldu; okullarda da, Almanya’nın bazı eyaletleri ile Hollanda’da Türk dili dersleri tamamen kaldırıldı. Çocuklar için Türkçe sadece evde konuşulan bir dil olarak geçerliydi.

Türk halk kültürü açısından olayların gelişmesine baktığımızda ise şöyle bir tablo ile karşılaşırız. 1970’li yıllarda kitle iletişim araçlarından sadece gazeteler vardı. Tercüman başta olmak üzere Hürriyet ile Milliyet, Türkiye’de ki baskının kalıplarını bir-iki sayfa değiştirerek bir gün sonra Almanya’da gazete satışını yönlendiriyordu. Daha sonra ekonomi ve ticaret dünyası reklamları artınca, sayfa adedi de arttı ve nihayet Almanya’da basılmaya ve kalıpları günü gününe kullanmaya başladılar. Türkiye’deki haberler, yorumlar nerede nasıl bir halk kültürü uygulaması olduğunu hemen okuyuculara aktarıyordu. Evlenmeler, boşanmalar, töreler ve törelere bağlı cinayetler, dernek çalışmaları, siyaset konuları, fuarlar, festivaller, halk oyunlarının ağırlıkta olduğu gösteriler, konserler, sergiler, kongreler ve diğer toplantılar, turistik amaçlı geziler ve daha birçok Türk kültürü ögesi veya uygulaması gazete sayfalarında kendilerine yer buluyordu. Ancak gazete okuyucusunun da Türkçe’yi çok iyi bilen birinci ve ikinci kuşak olduğunu da unutmamak gerek... Üçüncü ve dördüncü kuşak Türk, gazetelere pek itibar etmiyordu, çünkü yeterli Türkçeleri yoktur, rahat okuyup anlayamamaktadırlar ve öyle pek de sıkıntıya girmek istemiyorlar...

Başka bir medya organı, radyolardır. Yine başlangıçta yetersiz olan ve çok zor dinlenebilen Türkiye radyoları ancak 1990’lı yıllardan sonra vericilerin gücünü artınca dinlenir oldu. Özellikle TRT’nin “Türkiye’nin Sesi” radyosu, bu atılımı yaptı ve her gün yaptığı saatler boyu Türkçe yayınlarıyla Türkler arasında dinlenen bir radyo istasyonu oldu. Burada Türk dili, edebiyatı, folkloru, tarihi ve diğer konularda yüzlerce diziler, programlar, canlı yayınlar gerçekleştirildi. TRT kendi kanunu gereğince halk kültürümüzün bir çok ögesini, uygulamasını dinleyicilere aktardı ve aktarmaya da devam ediyor. Batı Almanya’nın Köln radyosu akşam saatlerinde sadece kırk dakikalık bir Türkçe yayın yaparken, Doğu Almanya’nın Berlin radyosu daha çok kendi politik/sosyalist düşüncesini yaymak isteyen yayınlar yapıyordu. Daha sonraları Federal Almanya ile Doğu Almanya’nın birleşmesinden sonra, bu politik üslup değişti ve ciddi, doğru ve yararlı yayınlar yapılmaya başlandı. Ancak belirli saatlerde ve kısa süreli bu yayınların Türk halk kültürünü beslediği veya desteklediğini de söylemem mümkün değildir. Biraz önce belirttiğim gibi, yayın poli-

tikası daha çok, Almanya'ya uyumun ve hatta asimilasyonun sağlanması üzerine kurulmuştur. Programlarda kısa süreli de olsa Türk halk müziğine yer verilmesinden öte fazla bir şey bulunmamaktadır.

Medya organları arasında en etkili olan televizyondur. Türk tarafı TRT-INT yayınları ile ilk yıllarda çok zayıf bir iletişim kurmuştur. Ancak uydu antenlerinin bulunması veya daha sonraki yıllarda yavaş yavaş ortaya çıkışları Türkçe yayın konusunu gündeme getirmiştir. Ülkerler arasında yapılan anlaşmalarda TRT-INT'in kablolu yayınlarla aktarılması, Türk ailelerin memleketine olan ilgisini büyüklüğü ile doğru orantılı olarak giderek genişledi, bağlantılar arttı. TRT'nin bu yararlı atımları diğer özel kanalları da harekete geçirdi. Türkiye içinde yayın yapan özel kanallar uydular aracılığı ile ve kablo ile yayınlarını Almanya'ya aktarmaya başladılar. Türkler bu televizyonlar aracılığıyla, Türkiye'deki gelişmeleri, uygulamaları anında görüp öğrenmeye başladılar. Kanallarımız Türk halk kültürüne ne kadar yer veriyorsa, oradaki Türklere bunlardan o kadar yararlanmaya koyuldular. Özellikle Türkçe'yi yeteri kadar öğrenemeyen çocuklar ve gençler için Türk televizyon kanalları birer kurtarıcı gibi karşılandılar. Gerçekten de bu televizyon kanallarındaki Türkçe programların bir çoğunun etkisi aynen Türkiye içindeki gibi Almanya'da da görülür oldu. Çocuklarımız ve gençlerimiz özellikle son yıllarda güncellik kazanan aile dizileri, yerel konuları işleyen filmleri ile diğer haber ve yorumları da büyük bir ilgi ile izlemeyi sürdürüyorlar. Hatta Türkiye'deki gibi moda olan dizileri de severek takip ediyorlar. Kendi öz kültürlerinin tanıtıldığı yöre filmleri, programları, oyunlar, yemekler, bayramlar, mevsimlik eğlenceler, komşuluk ilişkileri, imece çalışmaları, dayanışma veya yardımlaşma konuları ile ilgili filmler gösterildiğinde, daha bir mutlu olabiliyorlar. Almanya'da hiç olmazsa kendi öz kültürlerinin ve bunların uygulamalarının da Alman arkadaşlarına anlatılacak kadar güzel olduğunu görüyorlar, anlıyorlar ve başkalarına da aktarıyorlar. Bu tür bir davranış aynı zamanda Almanların uyguladıkları entegrasyon ve asimilasyon politikasına da gizli-den gizliye ve karşı koyma olduğu için daha bir memnun ve mutlu oluyorlar. Nede olsa Türk kökenli olduklarını pek kolay unutacağı benzemiyorlar...

Burada bir başka konu veya önemli bir alan dikkatleri üzerine çekiyor: Alman medya organları... Özellikle Türklere yönelik propaganda çalışmalarının kendi lehlerine olumlu bir sonuç verebilmesi için Türk gençleri ile ilgili bir çok film ve sahneler bulunuyor. Belki biraz iğneleyici ama gerçek sahnelerde kendi çevresini keşfeden Türkler bu tür filmlere daha bir sempati ile bakıyorlar. Medya organlarının Türkleri destekleyen yayın konuları arasında başta gelen elbette ki spor ve hatta önce burada da olduğu gibi futbol... Türklerin kurduğu veya yönetimde görev aldığı, futbol kulüplerindeki Türk oyuncular kendileri ile ilgili haberleri ve yorumları Alman televizyonlarında büyük bir ilgi ile seyrediyorlar. Geleneksel güreş bilgimiz oradaki güreş kulüpleri içinde de yüzlerce Türk çocuğunun güreşi severek yapmasına yol açıyor. Gazetelerde bu tür resimler ve haberler Almanca olarak çıkınca çocuklarımız elbette etki altında kalıyorlar. Televizyonlardaki iki üç dakikalık bir haber Türk çocuklarını ve gençlerini kazanmaya yetiyor da artıyor bile... Ünlü

olma yolunda gidenler için arayıp da bulunmayacak bir konu. Bu yolda başarılı olanların Türkiye'deki yaşantıları gözler önüne getiriliyor, umutlar artıyor, hırs ve azim öne çıkıyor...

Geleneksel Kültürümüz ile ilgili uygulamaları destekleyenler daha çok Türk gazeteleri ve yeterli irtibat kurulabilirse Türkiye'den verilebilen televizyon haberleri... Türk medya organı olarak gazetelerimizin bir çok sayfalarında bunlarla ilgili Alman topraklarında neler olup bittiğini hemen hergün görüp okuyabiliyoruz. Sözgelimi burada konuşmama ara verip kendi arşivimden alıp getirdiğim bazı gazete kupürlerini örnek olarak dile getirmek isterim.

İşte halk kültürümüzün bir çok alt dalı ve konusu Almanya'daki gazetelerimizde yıllardan beri böylesine önemli bir yer tutuyor... Televizyonun geçici etkisine karşılık, gazetelerin bu kalıcı etkisini de yabana atmamak gerekiyor...

Bütün bu olayları yerinde inceleyip araştırma yapmak isteyen bilim adamlarının üniversiteler ile diğer bilimsel araştırma kurumlarında yoğunlaştıklarını da görmekteyiz. Medya organlarının yabancılar üzerinde etkisini, genlerin ve çocukların tutum ve davranışlarını, dil ve kültür değişimlerini, bu değişimlerin boyutlarını, sebeplerini, sürekliliğini ve sonuçlarını, aile yapısındaki farklılıkları, Türklerle diğer ülkelerin vatandaşlarının karşılıklı ilişkilerini, işçi sınıfı ile diğer tabakalarda yer alanların durumlarını, köylü-kentli farklılığını, sanat, kültür ve fikir adamlarının yaşayışlarını özelliklerini, bunların eserlerini "GÖÇ" olgusunun ortaya çıkardığı sağlık sorunlarını, ekonomik gelişmelerini, siyasi düşüncelerini ve daha yüzlerce konuyu didik didik eden bilim adamları böylece çok detaylı ve kapsamlı araştırmalar yaparak kendi kamu oyları için başvuru kaynakları oluşturmuşlardır. Kabaca bir tahmin yapmamı isterseniz, sadece Türk dili ile ilgili yapılan yüksek lisans, doktora ve doçentlik çalışmaları ile birlikte diğer çalışmaları üst üste sayarsam yaklaşık iki bin sayısını rahatlıkla söyleyebilirim. Buna bakarak diğer bilim ve kültür dalları ve konularıyla ilgili olarak yapılan çalışmaların sayısının ne olabileceğini de tahmin edebilirsiniz. Bunların çok az bir bölümü İngilizce olup, hemen hepsi Almanca olarak kaleme alınmıştır. Ne yazık ki bu çalışmaların ne içerdiğinden , ne sonuçlandığından hatta ne de başlıklarından bizim toplumumuz haberdardır.

Dileğim bütün bu çalışmaları devletimizin ve hükümetlerimizin görüp, neden yapıldıklarını anlamaları ve bu alanlarda genç Türk bilim erlerine gereken maddi ve manevi desteğin bir an önce verilmesinin sağlanmasıdır.

Saygılarımla.

XXXX BAŞLIK BAŞLIK BAŞLIK BAŞLIK XXXXXX

Yosef Ben ISRAEL

Hayatımın tamamını Yahudi folklorunu kayıt ve geliştirme ve benzersiz İsrail folklorunu yaratmaya adadım.

1928 yılında Özbekistan'ın Semerkant şehrinde doğdum. Annem, Babam ve kız kardeşim ile birlikte İsrail'e göç ettik (Babam, ben doğduktan bir hafta sonra Bolşeviklerden kaçmış). İsrail'e zorlu bir yolculuktan sonra 1935 yılında Kudüs'e vasil olduk. Ömrümün 68 yılını Kudüs'te geçirdim ve genel ve müzik eğitimimi bu şehirde aldım. Kudüs'e niye bu kadar önem veriyorum? Çünkü, benim fikrime göre, folklorla ilgilenen herhangi birisi, ülkelerin herhangi birinin folklorunu bilen herhangi birisi bunu Kudüs'te bulabilir, çünkü İsrail devletinin kurulma yolu buna etken.

Bildiğiniz üzere, İsrail Devleti II. Dünya Savaşından sonra bütün dünyadan göç eden Yahudiler tarafından kuruldu ve evlerini yeni kurulan ülkede kurdular. Dünyanın her bölgesinden gelen Yahudiler gelirken, dillerini, giysilerini, yiyecek ve folklorlarını da beraberlerinde getirdiler. Hep birlikte, müşterek bir kültürel anane inşa etmek için birlikte yerleştiler. Şüphesiz olarak, bu, bugün bile öyle bir karmaşık görev ki, İsrail devleti kurulduktan 54 yıl sonra, bile hala tamamlanmış değildir.

Benim konuşmam, tek devlet tek kültürlü millet yaratma hedefi olmasına rağmen muhacirlerin kendilerine has orijinal folklorlarını korumalarını nasıl temin etmiş olduğumuzu ve keza muhtelif etnik unsurların müziklerini karıştırarak nasıl yaratmış olduğumuzu izah eder. Bu çalışmada, bütün hayatımı bu işe adadım ve bu iş için de ACUM – İsrail'deki kompozitörler ve yazarlar birliği ödülünü aldım. İsrail'de yerleşmemi müteakip, her grup göçmen kendi komşularını inşa etti. Bu çevre kendi benzersiz kültür atmosferini yarattı ve çevrelerindeki kendi kültürlerini korumaya çalışırken komşuları sokağın karşı tarafından doğru kendi kültürlerini alternatif olarak sunuyordular.

Benim ailem, mesela, Kudüs'te, Özbekistan'dan ve Orta Asya'dan gelen Yahudilerle birlikte Buchari Semtinde yaşıyordu. Buchari semtinin etrafında, Polonya'dan ve başka bir çok yerden gelen İrana gelmiş Aşkenazileri oluşturan İran göçmenleri oturuyordu.

Yalnız bir mahalleye ve kültür çevresine bağlı olmamak için babam Polonya ve Rusya'dan da gelmiş göçmenlerin yaşadığı başka bir mahalleye taşındı. Babam bizim diğer kültürlerle kaynaşmamızı istiyordu ve bundan dolayı Cumartesi günleri, Avrupalı Yahudilerin (Aşkenazimlerin) Sinagoguna gidiyorduk. Bu sinagog ta çocuk korosu da vardı ve babam benim bu koroya dahil edilmemi istedi. 9 yaşında koroda baş şarkıcı olmuştum. Bu dinlemiş olduğum yeni müzik bana çok farklı ve yabancı geliyordu.

Rusya ve Polonya'dan gelen insanlar İbrani harflerini telaffuz etme şekline alışmamışlardı, ben sanki bu harfleri İspanyol Sepaharadi Yahudileri gibi telaffuz ediyordum. Zaman geçip giderken, Koroya kabul edildim ve Avrupa müziği ile ilgilenmeye başladım. 13 yaşında iken, Buchari mahallesinde bir koro kurdum. Yeni koro Yahudi tatillerinde Buchari folk şarkıları söylemeye başladı. Bir yıl sonra, korom o zamanın yegane radyo istasyonu olan, Kol Yerushalaim Radyo İstasyonunda toplum karşısına çıktılar. Almanya'dan göç etmiş, orijinal Yahudi müziği alanında araştırmacı müzik araştırmacısı, Dr. Edith Gerson Kiwi, bana dinlemeyi ve folklorun toplanmasını ve saklanmasını öğretti. Kendisi, modern etnomüzikoloji dalının kurucularından birisi olan, Berlin'den Dr. Robert Lachman'ın şahsi asistanı idi. Lahman 1936 yılında İsrail'e göç etti ve Kudüs'teki İbrani Üniversitesi'nde Doğu Müzikleri Arşivini kurdu. Kendisiyle, Kudüs'teki Müzik Akademisinde yaptığım çalışmalarda, benim menşeim olan Buchari folklorunu araştırmaya başladım. Eliezrov ailesine rastladım, bunlar üç erkek ve iki kız kardeş olarak çok fazla müzik yetenekleri olan insanlardı. Eliezrovlar, Özbekistan'dan orijinal Buchari enstrümanları: "Kamancha" – bütün Orta Asya'da çalınan bir çeşit keman; "Tamor" – gümüş yüksük ile çalınan üç telli bir enstrüman; "Chang" veya "Çil Tar" iki parça kamış ile çalınan kırk telli bir enstrüman. Bu enstrüman keza, İran ve Irak'ta da bulunmakta ve adına "Santur" denmektedir ve değişik sayıda teli bulunmaktadır. Ve Orta Doğu'nun değişik bölgelerinde de bulunan ve adına "Doria" denilen bir davul da bulunmaktadır.

Eliezrov ailesi ve çocuk korosu ile keza farklı menşelerden olan gruplardan oluşan bir şov düzenledim. İsrail devleti 1948 yılında kurulduğunda, Dr. Edith Gerson Kiwi'nin talimatları altında, Buchari şarkıcıları kaydetmeye başladım. Aynı metodu kullanarak, araştırmalarımı başka kökenli gruplara da genişlettim. 1950 yılında, İsrail'e çok büyük bir Yahudi göçü vardı ve Avrupa'dan ve İslam ülkelerinden yüz binlerce göçmen geldi. Birkaç yıl içinde 1956 yılında, İsrail'in nüfusu üçe katlandı, 600.000 nüfustan 1.500.000 kişiye yükseldi. Her bir kökenin orijinal kültürünü korumak için onların folklorlarını acilen kaydetmek gerekiyordu. 1952 yılında, o zamanın yegane radyo istasyonu olan, Kol İsrail'e yayımcı ve müzik danışmanı olarak katıldım. Bu noktada, editör ve doğu müzikleri danışmanı olarak ciddi bir açmaza sahip idim. Her toplumdaki hava ve şarkı çalmalıydım. Akdeniz, Balkan, Kuzey Afrika ve Asya gibi doğunun değişik bölgelerinden düzinelerle farklı orijinal stile sahip müzik ve halk kültürlerinde yayın geliştirmem gerekiyordu. Benim açmazım, Bulgar Yahudisine Yahudi İran müziğini veya bunun tersini nasıl başarabileceğim gibi, günde 30 dakikalık bir süre her grubun hoşlanabileceği müziği bulup çalmak idi.

Her program için, 10 farklı kaynaktan 10 farklı şarkı seçmek zorundaydım. Şovun başlangıcında, şovda hangi ezginin veya şarkının çalınacağı anons ederdim. Mesela: Zaho bölgesinden bir Kürt türküsü ile başlar Irak türküsüyle devam eder, sonra İran körfezi şarkısı ve Grek şarkısına geçerdim. Takip eden şovda ise, kaynağı tersine çevirirdim. Öyle ki, Kürt müziği dinlemek isteyen şahıs bu müziği dinlemek için diğer bütün müzikleri dinlemek zorunda kalırdı. Bu benim, bir grubun

müziğini diğer bir gruba dinletmek için iyi bir usulüm idi.

Diğer bir metod ise, hikaye anlatmak idi. Akdeniz, Balkan, Asya ve Afrika halkları dinlemeyi hep sevmişlerdir. Kudüs'teki Kürt Yahudisi mahallesi, orada hikaye anlatan bir grup var idi. Akşamleyin, hikaye anlatanlar yolun kenarına otururlar ve her gün bir hikayeci Kürt dilinde biri diğerine bir hikaye anlatırdı.

Bu fikri kabul ettim ve hikayecileri şovuma davet ettim. Hikayeciler Kudüs'teki eski şehirden ve TİBERİASTAN geliyorlardı ve folklorik deneyimlerini, mesela düzenlenen evlilik, sevişme ve diğer oyunlar gibi folklorik deneyimlerini anlatırlardı. Hikayecilerle birlikte, bir şarkıcı veya müzisyen stüdyoya davet edilirdi. Bu şova "Sheherezadah" denirdi. Her bir şovda, farklı gruplar bir araya geliyor ve kendi geçmişleri hakkında hikayeler anlatıyorlardı. Benim hedefim, dinleyicilerimi birleştirmek idi aynı müziği birlikte dinlemelilerdi ve orijinal İsrail şarkıları, dansları ve müziği yaratmalı ve böylece yeni doğmuş İsrail devletinin, tüm diğer kültürlerden karıştırılmış kendi öz kültürünü yaratmasını sağlamaktı. 1950'lerdeki yoğun Asya ve Afrika'dan göç, yerli İsraililer ile Avrupalılar için çok yabancı geliyordu. Bu yıllardaki hükümet politikası, yeni bir toplum yaratmak idi ve bunu yaparken de bu göçmenlerin köklerinden koparılması gerekiyordu. Bu politika, "Ergime Potası" olarak adlandırılıyordu. Bu politika doğu kültürünü bir kenara bırakıyor ve yeni göçmenler, yeni İsrail toplumuna intibak etmek için kendi folklorlarını geride bırakmaları isteniyordu. Bu talep, göçmen topluluklarındaki etnik müziğin yok olmasına sebep oluyordu. O zamanlarda, radyo geleneksel müzik çalma konusunda minimum zamana sahip bulunuyordu. Bundan dolayı, orijinal folkloru kayıt ve döküman hale getirirken Batılı Yahudilerin Doğu müziğine daha yakın bakmalarını sağlamak için yardımcı olmayı sağlamaya çalışıyordum. Bu hedef için, "ORYANTAL Şarkı Söyleme Festivali" diye adlandırılan yeni bir festival organize ettim. Bu festivalin amacı, "ood", "Kanun", "nun", "sitar" ve "darbuka" gibi yerli müzik aletleri ile "keman, çello, trampet ve harp gibi farklı enstrümanların oluşturduğu farklı kültürleri birbirine yaklaştırmaktı.

İki çeşit müzik aletlerini bir araya getirerek orkestra meydana getirdik bu orkestranın ritmi, enstrümanları ve sesleri farklı kaynaklardan geliyordu. Festival büyük başarı idi ve bütün İsrail'de farklı kökenden gelen bütün İsraililer festivalde çalınan şarkıyı terennüm etmeye başlamışlardı ve bu festival oldukça popüler hale geldi. Bu yolla, Avrupa müziğinin oryantal etkileri taşıyamaz kuralını kırmış olduk. İsrail müziği değişti ve sürekli daha çok doğu ve etnik kökene dayalı hale geldi. Genç sanatçılar ebeveynlerinin evinde dinlemiş oldukları harmoni ve ritimleri Avrupa müziği ile karıştırarak yeni eserler vermeye başladılar.

Diğer yandan, yerli geleneksel müziğin modern Avrupa müziği içinde eriyip gideceği korkusu hakimdi. Modern çağlarda yerli Geleneksel müziğin ve medyanın engellerinden kurtulmasının aşağıdaki sebeplerden dolayı güç görünüyordu: Geleneksel müziğin kültürel olaylar ve durumlara bağlı olduğunu anlamalısınız. Mesela:Çalışırken kadının söylediği şarkı, düğün şarkıları, doğum şarkıları ve hatta cenaze şarkıları ve diğer adet ve ananeler. Etnik müzik birer sabite olan zaman ve

yerler bağlanmıştı. Bunların içeriği iki daire ile tayin edilir. Birincisi ananelerce kutsal sayılan, yılların şarkıları ve ikincisi ise, hayatın şarkılarıdır. Hatta spesifik yer olay için ihtiyaç olan aksesuarları ile birlikte, tanımlar ve ev veya Sinagog gibi sabitelerdir. Seyirciler şovun aktif parçasıdır ve bu seyirci tarafından bile görülmeyebilir. Seyirciler çok dikkatlidir ve şovun bütün detaylarını takip ederler. Müzikal olaydaki zaman süresi ile ilgili olarak klasik müzik ile mukayese edildiğinde müzikal olayı geleneksel müzikten biraz farklıdır. Sahneden çalınan müziğin zaman süresi kısa ve onun zaman limiti daha önceden tespit edilir. Mamafih, geleneksel vakalarda, müziğin çalındığı zaman periyodunda, işin kendisinin bir parçasıdır. Ekseriya, Geleneksel seremonideki olaylar zinciri değişmez. Modern müzikte, ana fikir yenileşme ve değişmedir.

Bu noktada, geleneksel müziğin benzersizliğini göstermek için Açık hava kayıtlarından misal olsun diye size çalmayı isterim.

Fakat, asıllarına bağlı kalmak için harcadığımız iyi niyetimize rağmen, geleneksel müziği tabi zaman ve yerinden kestiğimiz için, sahnede tam olarak otantik geleneksel olayı transfer edemeyiz. Etnik çalgıcı ve şarkılara nasıl icra edeceklerini biz söyleriz kendi istedikleri zaman ve usulde çalamazlar. Orijinal halinde yarım saatte icra edilen bir dansı biz gösterirken bu 30 saniyeye indirilebilir. Çeyrek saat süre ile çalınan bir şarkı sahnede bir dakikaya sığdırılır. Bu da 50-60 şarkıcı ile değil sadece iki şarkıcı ile icra edilir. Geleneksel yerin ve zamanın modern sahneye uygulanabilmesi küçük bir sahnede ne kadar güzel bir performans gösterdiklerini ispat etme imkanı bulunabilir. Geleneksel müzik, müzik stillerinde ve performans metodlarında muhtelif tabakalar vardır ve hatta performans alır esnasında bile değişebilir. Bazı müzikler vardır müzikte değişimler kabul edilir ve hatta ihtiyaç duyulur ama diğer müzik çeşitlerinde, kesin müzik tekrarı ünite olarak talep edilir. Müzik repertuarı İncil gibi kutsal dini tekstler ile ilgili ise, kesin tekrar gerekmektedir. Bunun aksine, daha fazla yaratım tekstten geliyorsa, gerçek tekrar daha az önem kazanır. Ve müzikal değişiklik ve yenilemeye açık olur. Enteresan şey ise, müzik stili ile şekli diğer toplumlarda grafik olarak birbirlerinden ayrılır. Geleneksel müziğin tabiatı, çalındığında paternler hep aynı tekrarlanır.

Başka bir şey ise, bu akşam bahsedilmeli ki, bazı insanlar, İsrail'deki geleneksel müzik statiktir ve bazı etnik gruplar zengin fakat durgun bir müzik yaparlar, fakat gerçekte bu gerçek değildir. İsrail'deki geleneksel müzik çok hızlı ve yoğun bir şekilde değişikliğe uğramış ve unutulmuştur.

İsrail'deki toplumların kültürel ve sosyolojik durumlarını analiz etmeden geleneksel müzik ile ilgili durumlarını bilmeden, tek basit bir gerçeği kabul etmeliyiz o da İsrail toplumunun kültürel yaşamıdır. Biz İsrail'in kurulmasını müteakip İsrail'e gelen son kuşak ve bu kuşak, gittikçe küçülmektedir. 1950 yıllarında, İsrail'e, 20-30 yaşlarındaki insanlar göç ederken geleneksel müziklerini de getirmişlerdir. Bunların arasında, şarkıcılar, şairler, kantolar, müzisyenler ve dansörlerdir. Bunlar şimdi 70-80 yaşlarındadır. Hatta, bunlar kültürel kimliklerini değiştirmemiş olsalar bile ve geleneklerini korumak için ellerinden gelen her şeyi yapmış olsalar bile ki

bu mümkün değil, bu kuşak gittikçe küçülmektedir. Halen bizimle birlikte olanların bile hafızaları gittikçe zayıflamaktadır. Bir çok vaka'da, birçok durumda kendi ülkelerinde kuşaklar boyu müşterek tekst ve geleneklere sahip ve melodiler, performans usulü ve diğer konularda güvenilir bilgi verememektedirler.

Bu yolla, gelenekler ve muhteşem repertuarlar İsrail'de yok olmuştur.

Evet, biz şu anda, kültür ihlali işlemleri içindeyiz. İsrail'de doğmuş olanlar olarak, yeni bir kültürel kuşak ortaya çıkarken, kültürel periyodun sona ermekte olduğu bir sınıra gittikçe yaklaşmaktayız. İsrail dışındaki Yahudi topluluklarında, geleneksel müzik hayatı zengin ve yoğun ve Yahudi kültürünün ayrılmaz bir parçası bulunmaktadır. İsrail realitesinde, orijinal formunda bu müzik kendi adalet gücü yaşamaya devam etmektedir ve değişim her halükarda süregelmektedir.

Tüm dünya üzerindeki Yahudi topluluklarının müzikleri zenginliğini muhafaza etmektedir ve bunların kaybolmaması için çaba sarf edilmektedir.

Geleneksel kültür çerçevesi dışında geleneksel kültür öğretilmektedir. Bu medya veya okul vasıtası ile genç kuşaklara getiriliyor. Bunun biçimi ve unsurları modern batı müziği tarafından asimile edildikçe her gün daha küçük hale gelmektedir.

Fakat, bu değişimlere adapte olmak zorundayız. Her eski şey yeni şeyler getirir. Hiçbir şey diğerlerinden daha kötü değildir ve yeni İsrail müziği bütün dünyadaki eski geleneksel müzik kalıntıları üzerine inşa edildi. Eski müzik ortadan kalkarken yeni İsrail müziği doğmaktadır. Bununla birlikte, bu başka bir konferansın konusudur. Dikkatinize teşekkür ederim ve umarım geleneksel müzikte ve onun kökenlerinde küçük bir pencere açabildim .

MEDYANIN HALK KÜLTÜRÜNE ETKİSİ ÜZERİNE BİR ÖRNEK İNCELEME: MUŞ

Songül KARAHASANOĞLU ATA*

Bildirimdeki ana noktalardan biri; Her zaman dilimizde olan, tartıştığımız, hayatımızın en önemli parçası, ihtiyacımız olduğunda kullandığımız, genellikle eleştirdiğimiz ama onsuz yapamadığımız; Medya. Medya ki; Popüler kültürün şehir, ilçe ve köylere kadar yansıyarak, halk kültürünü etkisi altına almada önemli etkenidir. Halk kültürleri üzerinde değişkenlik ve yayılımı noktasında olumlu veya olumsuz etkisi ve sorumlulukları vardır.

Bir diğeri Muş ili, ekonomik ve sosyal açıdan az gelişmiş bir il olmasına rağmen, kültürel açıdan zengin yerleşim bölgelerinden biridir. İklim koşulları ve coğrafi konumundan dolayı, çok fazla medeniyetin bu topraklar üzerinde yaşadığını ve bundan dolayı farklı kültürlerin etkisini görebiliriz. Buradaki başlıca medeniyetler, Urartular, Medler, Persler ve Sırlar, Romalılar, Sasanlar, Araplar, Bizanslılar, 1071 yılında Türklerin Malazgird'e girmesi ile Selçuklular, Osmanlılardır (Yurt Ansiklopedisi, 1982,83,5988).

Günümüzde bu toprak da yaşamış uygarlıklardan kalma tarihsel yapılar yok denecek kadar azalmıştır. Seyyid Molla Haşim Külliyesi I. Dünya Savaşı sırasında Ruslarca tahrip edilmiştir. Cumhuriyet döneminde görev yapan idarelerin yanlış uygulamaları, ihmalleri ve halkın bilinçsizliği sonucunda Muş kalesi, Hapset kalesi, Murat Paşa Camisi, Saray Camisi, Güllü Hamamı ve Potiğin Değirmeni (Bu hamam ve Değirmen üzerine türküler vardır) Çengilli (St.Garabet) ve Arak Manastırları tahrip olmuştur. Bir çok etkenin sonucu olarak bu ilin kültürel birikimi de nüfusu gibi savrulmuştur. Bu etkenlerden biri de medyadır.

Nedir bu medya? Sınıflandırdığımızda beş dönem olarak kabul edebiliriz. Bunlar erken medya dönemi ki bu dönem folklor, tarihsel müzikoloji ve etnomüzikoloji çalışanlar için değişkenliğin az olmasından ve otantiğe ulaşmak açısından değerli kaynakların olduğu dönemdir. İçinde sözlü geleneği ve el yazmalarını barındırır. Basılı medya; basılı ve yayınlanmış materyalleri, gazeteciliği, fotoğrafları ve reklamları, çizgi romanları kapsar. Diğer bir dönem telefon, telgraf, müzik kaydını içine alır ve elektriksel medyayı oluşturur. Kitlesele medya ise radyo, film ve televizyonu kapsar. Son dönem ise Dijital medyadır.

* I.T.Ü. Türk Musikisi Devlet Konservatuvarı Sanatçı Öğretim Görevlisi

Hayatımıza bilgisayarla girmiş ve yaşamımızda hızla yerini almıştır.

Oysaki Medya dendiği zaman akla ilk gelen kitle iletişim araçları olmaktadır. Erken medya dediğimiz dönemde de medyanın bir şeyleri etkilediği ve değiştirdiği görülür. Bu dönemde ciddi bir sirkülasyon vardır. Örneğin, sözlü gelenek olarak; Osmanlı İmparatorluğunda gezici âşık geleneği vardır. Yine bu dönemde müziği besleyen diğer önemli kaynak olarak Askeri Müzik var. Askerlik yapan her Türk erkeğinin mehter müziğinden etkilenmemesi çok zor. Ayrıca Cami müziği, Tekkeler, Alevi-Bektaşî geleneği, Mevlevî geleneği de müziğin yaygınlaşmasına diğer etkenlerden biri. İşte bu nedenle halkbilimimiz, içinde sürekli değişimi de barındıran çok zengin örneklerle dolu. Doğası gereği bu dönemdeki ürünlerde de bir takım değişiklikler görmekteyiz. Bu değişiklikleri ve etkileşimi gösterebilme açısından bildiriye Yemen üzerine yakılmış Havada bulut yok adlı türkü ve Muş ili çalışmaları üzerine odaklanacağım;

Yemen, Türklerin tarihinde oldukça önemli bir yer oluşturmuştur. XX.yy.lın başlarına değin, Yemen üzerinde Osmanlının 400 yıllık hakimiyeti olmuştur. Ancak bu süreç bazen durulsa bile, isyanlarla ya da savaşlarla dolu olarak geçmiştir. Yüzyıllarca süren hakimiyet ve savaşlar sırasında Osmanlı, sürekli bu topraklara asker yollamak zorunda kalmış, Özellikle Osmanlı devletinin son elli yılında süren şiddetli çarpışmalar buraya giden askerleri ve ardındaki aileleri acılar içinde bırakmıştır. Çünkü Yemen'e gidenlerin büyük çoğunluğu bir daha geri dönmemiştir. İşte bu nedenledir ki çocuğu, kocası geri gelmeyen kadınlar Yemen üzerine türküler söylemiş, acılarını anlatmışlardır. Türk tarihinde Yemen öyle bir acıdır ki özellikle Osmanlı devletinin son 50 yılda buraya giden askerlerin çok azı geri dönmüştür.

Anadolu'nun hemen her yerinde, Muş ta, Erzurum da, Elazığ da, Sivas ta, Çukurova da, Malatya da, Kastamonu da, daha pek çok ilimizde hatta Balkanlarda Yemen üzerine yakılmış bir çok türkü çeşitlemelerini görürüz. Bunların bazıları uzun hava bazıları kırık hava şeklindedir. Bu türküler içinde birbirine yakın illerimiz Muş, Elazığ ve Erzurum da ki çeşitlemeler arasındaki benzerlik çoktur. Hepsisi aksak usulle söylenmiş ve Hüseyini dizisindedir.

Rıza Yetişen tarafından oluşturulmuş derleme ekibi tarafından Duriye Keskin¹ adlı mahalli sanatçıdan derlenmiştir. Daha sonraları bu derlemenin bazı türküleri² notaya alınarak TRT tarafından yayınlanmıştır. Bende mevcut olan bu kayıtlardaki türkülerden bunlardan biridir.³

Yıllardır “Muş” şeklinde söylenmiş yaygınlaşmış, sevilmiş birçok caz ve klasik müzik icra eden müzisyene dahi esin kaynağı olmuş bu türkü, onu yaygınlaştıran TRT tarafından alınan bir kararla sözleri kaynağı belli olmayan bir şekilde değiştirilmiştir.

Üstelik, TRT genel olarak sözlerini değiştirmenin yanı sıra nakarat bölümündeki Muş’u çıkartarak Huş⁴ olarak yazmıştır. Değiştirilen nota da Duriye Keskin⁵’den ve Muş ilinden derlenmiş gibi göstererek aynı ezgi, aynı repertuar numarası (No:341), aynı inceleme tarihini kullanmış ve derleyen kişi de Muzaffer Sarısözen

¹ Duriye Keskin (1322-12.4.1776) Baba adı Mahmut Çavuş, anne adı Gülhanım’dır. Her yerde soyadı Keskin olarak bilinmekle birlikte nüfus kütüğünde Sakman olarak değiştirilmiştir. Bu bilgiye yeğenleri bulunarak ulaşılmıştır. Keskin, aslen Muşlu ve bu ilde yaşamış, hayatını müzisyenlikle, düğünlerde def çalıp söyleyerek idame ettirmiş bir yöre sanatçısıdır. Lakabı Defçi Daza olarak bilinir. 1915 yılındaki Rus işgali döneminde Muş’un kadın ve çocukları ile birlikte Diyarbakır iline gömülmüş, orada erkek giysileri giyerek düğün müzisyenliğine devam etmiş, kardeşlerinin bakımını üstlenmiş, işgalin bittiği 1917 yılından sonra Muş’a geri dönmüş, hiç evlenmemiş ve ölene değin bu ilde yaşamıştır. (Türker, Görüşme 1997)

² 1944 Muş Derleme Fişleri 59 sayfadır. Bunların 53 ü türküdür. İki bant olarak arşivleşmiştir. Sarısözen bu türkülerin yedi tanesini notaya almıştır.

³ Nida Tüfekçi TRT’de çalıştığı dönemde, 1972-76 yılları arasında 22, Yücel Paşmakçı da 1976-79 yılları arasında 47 merkeze ait ezgileri balmumu plaklardan, makara bantlara kaydetmiştir. Bu bant kayıtlarının bir kopyası TRT’de kalmış, bir diğer kopyası da Ankara Devlet Konservatuarı arşivine makara bandı halinde verilmiştir. (Paşmakçı, Görüşme 1998) Bu derlemelerin bir nüshası TRT de vardır. Ankara Devlet Konservatuarı’nda da diğer nüshası bulunmaktadır.

⁴ TRT değiştirdiği sözlerin altına şöyle bir açıklamada bulunmuştur. “Huş; Yemen’in başkenti Sana ile Taiz kentleri arasında bulunan bir Türk Kalesinin ismi”dir.

⁵ Duriye Keskin (1322-12.4.1776) Baba adı Mahmut Çavuş, anne adı Gülhanım’dır. Her yerde soyadı Keskin olarak bilinmekle birlikte nüfus kütüğünde Sakman olarak değiştirilmiştir. Bu bilgiye yeğenleri bulunarak ulaşılmıştır. Keskin, aslen Muşlu ve bu ilde yaşamış, hayatını müzisyenlikle, düğünlerde def çalıp söyleyerek idame ettirmiş bir yöre sanatçısıdır. Lakabı Defçi Daza olarak bilinir. 1915 yılındaki Rus işgali döneminde Muş’un kadın ve çocukları ile birlikte Diyarbakır iline gömülmüş, orada erkek giysileri giyerek düğün müzisyenliğine devam etmiş, kardeşlerinin bakımını üstlenmiş, işgalin bittiği 1917 yılından sonra Muş’a geri dönmüş, hiç evlenmemiş ve ölene değin bu ilde yaşamıştır. (Türker, Görüşme 1997)

1944 Muş Derleme Fişleri 59 sayfadır. Bunların 53 ü türküdür. İki bant olarak arşivleşmiştir. Sarısözen bu türkülerin yedi tanesini notaya almıştır.

olarak yeniden nota basımını yapılmıştır⁶.

T R T MÜZİK DAİRESİ YAYINLARI
T.H.M. REPERTUAR No: 341
İNCELEMİŞ TARİHİ: 22.11.1973

DERLEYEN
MUZAFFER SARİSOZEN
HALK BİEDİ YÖNETKENİ
RIZA YETİŞEN
DERLEME TARİHİ
11.06.1944
NOTALAYAN
MUZAFFER SARİSOZEN

YÖRE
MUŞ
KAYNAK KİŞİ
DÜRIYE KEŞKİN
SÖRE: ♩ = 192

HAVADA BULUT YOK BU NE DUMANDIR

(SAZ)

HA VA DA BU
KİŞ LA NİN Ö
KİŞ LA Nİ NÖ

LUT YOK BU NE DU MAN DIR MEH LE DE Ö
NÜN DE FE DİF SE Sİ VAR A ÇİN BA KIN
NÜN DE BİR SÜ RÜ KAZ LAR A YA ÖM YAL

LÜM YOK BU NE Şİ VAN DIR ŞU YE MEN EL
ÇAN TA SIN DA NE Sİ VAR BİR ÇİFT KUN DU
NA YAK YÜ RE ÖM SİZ LAR YE ME NE Gİ

LE Rİ NE DE YA MAN DIR A NOM YE MEN
RAY LA BİR DE ME Sİ VAR BU RA Sİ MUŞ
DE NE AĞ LI YOR KIZ LAR BU RA Sİ MUŞ

DIR GÜ LÜ Çİ MEN DIR Gİ DEN GEL Mİ YOR A CEP NE DEN
TUR HA VA Sİ HOŞ TUR Gİ DEN GEL Mİ YOR A CEP NE İŞ
TUR HA VA Sİ HOŞ TUR Gİ DEN GEL Mİ YOR A CEP NE İŞ

DIR
TİR
TİR

SİMAN: Feyal, İlgan
REDİF: Tarihî eseklerden sonra lekeler alınmıştır.

HAVADA BULUT YOK BU NE DUMANDIR
MEHLEDE ÇÖM YOK BU NE ŞİMANDIR
ŞU YEMEN ELLERİ NE DE YAMANDIR
ANÇM YEMENDİR GÜLÜ ÇİMENDİR
GİDEN GELMİYOR ACEP NEDENDİR

KIŞLANNI ÖNÜNDE REDİF SESİ VAR
AÇIN BAKIN ÇANTASINCA MESİ VAR
BİR ÇİFT KUNDURAYLA BİR DE MESİ VAR
BURASI MUŞ TUR HAVASI HOŞTUR
GİDEN GELMİYOR ACEP NE İŞTİR

KIŞLANNI ÖNÜNDE BİR SÖRÜ KAZLAR
AYAGI YALNAYAK YÖREĞİM SÖZLAR
YEMENE GİDENE AÖLTÖR KIZLAR
BURASI MUŞTUR HAVASI HOŞTUR
GİDEN GELMİYOR ACEP NE İŞTİR

NOTA-2 (TRT nin Huş olarak yazıp dağıttığı nota)

⁶Yoruma bile gerek bırakmadan, türkünün sözlerini dikkatli bir şekilde okursak, Anadolu toprakları üzerinde bir yerlerde söylediğini anlayabiliriz. Bu sözlerin “hüküm sürülmeye çalışılan bir toprakta” yakılması mümkün değildir. Havada bulut olmamasına rağmen dumandan, sıkıntıdan, üzüntüden, mutsuzluktan, mahallede ismi belli bir ölü olmamasına rağmen ağlayan, bağıran, ağıt yakan insanlardan, gülü bile olmayan “gülünün çimen olduğu” yerden, Yemen’e gidenlere kızların ağlamasından, Muş’un havası hoş olan bir yer olmasına rağmen gidenlerin geri gelmemesinden, kışlanın önünde redif sesinin varlığından, yani yedeğe alınan erlerin dahi çağırıldığından...vb. söz ediliyor. Türküyü söyleyen cevabını da bulamıyor ve ardından Yemen illerinin neden yaman olduğunu soruyor. Ayrıca bu türkünün sözleri arasında rastladığımız birkaç kelime dahi Anadolu topraklarında yakıldığını ispatlamak için yeterli olacaktır. Şöyle ki, Sivan, Doğu Anadolu da kullanılan bir kelimedir. Bir diğer kelime ise redif tir. “Kışlanın önünde redif sesi var” derken yedek askerlerin bile savaşa çağırıldığından söz ediyor. Topraklarında savaşa giden Yemen’den nasıl olur da yedek asker toplanabilir ki?

Huş sözcüğünü de “Yemen’in başkenti Sana ile Taiz kentleri arasında bulunan bir Türk Kalesinin ismi” olarak açıklamıştır. Yaptığım araştırmalarda böyle bir bilgi rastlamadım. Olabilirde... Ancak Yemen’de Sahara’ya gidilirken içinden geçilen HUS diye bir kasaba bulunmaktadır. Sahara katliamı, Osmanlı tarihine Yemen uğranılan birçok katliamından biri olarak geçmiştir. Osmanlı ordusu tuzağa düşürülmüş bu katliamdan kurtulan olmamıştır. Sahara’ya giden Osmanlı ordusu HUS kasabasından geçmiştir.

Havada Bulut yok türküsünde sözü edilen yöre adı Muş’ mudur. Yoksa Huş’ mudur? Türkiye Radyo Televizyon, halka mal olmuş ve Türkiye’de Halk Müziği’ne büyük hizmetlerde bulunmuş saygın, faaliyetleri ile toplumu doğrudan etkileyebilecek ve önemli bir misyonu olan kurumdur. Bir süredir tartışılmakta olan bu konuyu araştırmadan, uydurma ve aceleci bir yaklaşım göstererek insanları oldukça şaşırtmıştır. Şu anda bazı icracıları etkilemiş ve bazen Huş şeklinde duyar olmuşuzdur.

Söz konusu türküdeki yöre adının Muş yada Huş olması çok ciddi anlam kaymalarına neden olacağı için, TRT nin her zamanki dikkatini muhafaza etmesi gerekmektedir. Taraf olamamasına ve asırlardır Muş diye söylenmesine rağmen bilimsellik adına işgüzarlık yapmak ve medya gücü ile gerçek sahiplerine yabancılaş-tırmak gibi bir yanlışlığı kabul etmek mümkün değildir. Anadolu da, erkek asker olur, savaşa gider ölür, gurbete düşer, dönmez, dönemez, ama ağıt yakmaz. Oysa ki örneğimiz dönmeyen erkeğin annesi, bacısı, yavuklusu tarafından yakılmıştır. Bu sözlerin “hüküm sürülmeye çalışılan bir toprakta” yakılması mümkün değildir. Havada bulut olmamasına rağmen dumandan, sıkıntıdan, üzüntüden, mutsuzluktan, mahallede ismi belli bir ölü olmamasına rağmen ağlayan, bağırان, ağıt yakan insanlardan, gülü bile olmayan “gülünün çimen olduğu” yerden, Yemen’e gidenlere kızların ağlamasından, Muş’un havası hoş olan bir yer olmasına rağmen gidenlerin geri gelmemesinden, kışlanın önünde redif sesinin varlığından, yani yedek askerlerin bile savaşa çağrıldığından, Topraklarında savaşmaya gidilen Yemenden nasıl olur da yedek asker toplanabilir ki?

Yaşanan olay üzerine TRT de olması gereken, 1944 derleme fişlerini ve içinde bu türkünün sözleri üzerine yazılmış açıklamamı ve kayıtın bir kopyasını TRT ye 2001 yılı başında dilekçeme ek olarak Ankara radyosuna yolladım. Cevap alamadım ama 15 gün önce İstanbul radyosuna yaptığım bir ziyarette Huş un değiştirilerek yeniden Muş yapıldığını gördüm. TRT yaptığı yanlışlıktan geri dönmüştür. Asla burada bu türkü kesinlikle Muş’a aittir diye bir iddiada bulunmuyorum ama Anadolu da yakılmıştır diyorum ve elimizdeki belgelerle bu türkü ilk defa 1944 yılında bu biçimi ile Muş’ta derlenmiştir ve bunun üzerine bu şekilde herhangi bir tahrifata hiç kimsenin hakkı yoktur.

32

T. C.
MAARİF VEKİLLİĞİ
Devlet Konservatuvarı Folklor Arşivi
Sayı:

DERLEME FİŞİ

Söyliyeni adı ve yaşı: *Düziye Korkun 43*

Mesleği: *Tarzi*

Memleketi: vilayeti *M.S.* kazası *1* köyü

Kimden, ne zaman, nerede öğrendiği: *Eski den (pot. etk. değil mi?) seferberlik izlenim*

Çalışan adı ve yaşı:

Mesleği:

Memleketi: vilayeti

Kimden, ne zaman, nerede öğrendiği:

Parçanın adı: *Yemen Türküsü*

Alındığı yer ve tarih: *11-8-1994 M.S.*

Plak numarası: *50-1290*

Plaktaki yeri: *60 B:3*

Parçanın kimler tarafından alındığı:
H.D. H.S. R.Y.

PARÇANIN METNİ	DÜŞÜNCELER
<p><i>Havada bulut yok lau ne olamandır Noktada ölmü'şük lau ne olamandır E' Yemen elb' naden yamandır K' Lanam Anam yamandır G'üli cimandır G'iden gelmiyor K'cep medenler G'irlanın önünde bir çürü koştur Duyduğum yalıncağın rüzgim sızlar Yemene gitene açılıyor g'izler Burası Mustafa Havası k'rdür G'iden gelmiyor K'cep ne d'ir</i></p>	<p><i>50. Kazan Su... 1994 11/8/94 M.S. 1290 60 B:3</i></p> <p><i>Hıslanın önünde K'rdür Dain bahin ağırlarında mes'i var Bir çift yemeneyle birlemede Burası Mustafa</i></p>

NOTA-3 TRT YE YOLLADIĞIM DERLEME FİŞİ-KAYITTAN SONRA DER- LEMCİLER BÖLÜMÜ DEĞİŞTİRİLMİŞ VE TARİH KONULMUŞTUR.

Sunumu örnekte odaklaştırırken bir diğer ve önemli noktayı da vurgulamak istiyorum. “Anadolu gibi kültürel açıdan farklı ve çeşitli uygarlıkların birleştiği, yaşadığı, kaynaştığı çok zengin bir toprakta yaşamaktayız. “Ne yazık ki bu zenginlik içinde bir şeyler elimizden kayıyor. Şu anda kıyıda köşede kalmış, kapalı toplum özelliğini l-koruyan yörelerimiz vardır. Her ne kadar kültürel değişimlerden asgari düzeyde etkilenmiş olsa da eldeki değerler bilimsel çalışmalar yönünden gerekli ilgiyi görmezse sonunda mutlaka yok olacaktır. Var olan malzemeyi derlemek bir yana daha da acısı bugüne kadar toplanan malzemeyi de koruyamıyoruz. Toplanan halkbilim malzemeleri özel koleksiyonlarda yurtdışında, kişisel veya kurumsal arşivlerde bekletilmekte, çürümeye bırakılmaktadır.

1997 yılında Muş iline derleme çalışması yapmak için gitmeden önce bu il için yapılan çalışmalara ulaşmaya çalıştım. En eski olduğumu zannettiğim derleme 1944 yılına ait derlemedir. TRT de ulaşamadığım bu derlemelerin, Ankara Devlet Konservatuarındaki hali de pek iç açıcı değildi. En fazla 20 yıl ömrü olan kasetler mi adını doldurmuştu. Nida Tüfekçi hocamız TRT’de çalıştığı dönemde, 1972-76 yılları arasında 22, Yücel Paşmakçı hocamızda 1976-79 yılları arasında 47 merkeze ait ezgileri balmumu plaklardan, makara bantlara kaydetmiştir. Bu bant kayıtlarının bir kopyası TRT de kalmış, bir diğer kopyası da Ankara Devlet Konservatuarı arşivine makara bandı halinde verilmiştir (Paşmakçı, Görüşme 1998)

Ankara Konservatuarı adına yapılmış bu derlemelerin kayıtları üzerine özel bir çalışma yapmayan Konservatuarda bazı kayıtları bozulmuş durumdaydı. Muş kayıtları da çok kötü idi ama yine de kaydedebildim. Bu derlemelerden TRT Müzik Dairesi Başkanlığı tarafından 5 Muş türküsü Muzaffer Sarısözen tarafından notaya alınmıştı. Bunun dışında diğer derlemelerden de 5 türkü notası buldum. Elimdeki en zengin olanı 1944 derlemesidir. Bunun dışında TRT 1961 yılında Ankara radyosu adına ikinci bir geziyi Mustafa Geceyatmaz, Fikret Otyam ve teknisyen Mücahit Küçükbaran’dan oluşan başka bir ekiple gerçekleştirmiş ancak bu derleme kayıtlarına tüm çabalarım rağmen araştırmacı ve öğretim üyesi kimliği ile gittiğim TRT’de ulaşamamış durumdayım. Ayrıca içinde Muş derlemelerinin de olduğu bazı kayıtları kaybolduğunu diğer kayıtların da Oran’daki binada rutubetli bodrum katında çürümeye terk edildiğini yada boş kaset yokluğu nedeni ile bu bantların üzerine kayıt yapıldığını ne yazık ki öğrendim.

Demirsipahi’ ye ait bir diğer derlemede 1 Muş türküsü ve 2 oyun müziğinin notası vardır. (Demirsipahi, 1975,225,407)

1948 yılında ağızlar için derleme yapan Caferoğlu da kitabında bazı türkü sözlerini vermiştir. Bazılarının müziklerini kendi yaptığımız derlemelerde bazılarını da 1944 derlemesinde bulabilmemize rağmen, Veli Yağmurcu adlı halk ozanın burada yer alan bazı türkü müziklerini bulamadım. Bir halk sanatçısının ölümü ile bazı müziklerde yok olmaktadır.

Kültür Bakanlığı HAGEM 1987 yılında Muş Merkez ve ilçelerine derleme çalışması yapmıştır. Bu derleme gezisi sonunda 8 makara bandı kaydedilmiş ancak üzerinde herhangi bir çalışma yapılmamıştır.

Elimdeki bilgilerle 1997 yılında Muş’a merkeze derleme amacıyla gittim. Yaşanan koşullar nedeni ile zengin folklor malzemesi bulacağımı pek ummuyordum ama bu derece yoksunlukla karşılaşacağımı da tahmin etmiyordum. Oyun müziklerini çalmak için yerli çalgıcı yerine gezgin çingenelerden derleme yaptım. Bu çalgıcılar Doğu Anadolu’daki pek çok yere gidiyorlar ve bunun sonucu olarak çaldıkları yörelerin müzikleri birbirini etkiliyor. Oysaki 1944, 1987 derlemelerinde yöre zurna ve davulcuları çalmış. 1983 yılında (Başka amaçlarla gittiğim) Muş köylerinde billur (kaval) çalan bir kişiden açış ve oyun müziklerini kaydetmiş durumdayım. Ama 1997 derlemesinde bu kişiyi bulamadım. Keza yine Üngör çalgılar için yaptım

ğı 1968 derlemelerinde def, zurna, mey, davul, kaval çalan (Üngör, 1968,11) Yönetken de davul, zurna, gırnata, ney-nay, şehirlerde de tef” (Yönetken 1966,109) çalanlardan söz etmektedir.

Bu derleme sırasında yöre müziklerini icra ettiği söylenen kişiye ulaştım. Yöreye ait çok bilinen birkaç ezgiden başka, kendi bestelerini ve başka yörelerden halk müziği ezgilerini çaldı. Ağız ve tavır tamamen popüler olmuş halk müziği sanatçıları gibiydi. Muş için en önemli derlemeyi bırakın 1944 ile günümüzdeki farkı, HAGEM derlemesi ile aradan geçen 10 yıllık sürenin bile bize çok şey kaybettiğini somut olarak anladım. Muş için en önemli derlemeyi İstanbul ve Mersin’de yaşayan göçmen Muşlulardan yaptım. Ancak bununda bir dezavantajı olduğunun bilincindeyim. Derleme yapılan kişinin yöresinde olması dil ve yaşanan ortam açısından önemli bir etkidir. Derleme yaptığım insanlarda yöre şivesinin farklılaştığını gördüm.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Medyanın toplum üzerinde önüne geçilmez, büyük bir etkisi vardır. Buna göre hareket etmelidir. Ancak günümüzde bazı şeyler denetim altından da çıkmıştır. Medya sorumluluğunun bilincinde olmalıdır. Medya türlerinden bilgisayarlarla hayatımıza giren dijital medya Dünyamızın globalleşmesinde önemli etkenlerden biridir. Günümüzde Halk kültürü terimi endüstri öncesi toplumların kültürü niteliği kazanmıştır. İşte bu noktada toplumsal kimliğimizi ve kültürümüzün kaybolmasını önlemek ve onu saptamak için üzerimize düşen çok büyük görevler vardır.

Kitle iletişim araçlarının giderek artan etkileri, tüketim ekonomisi, sürekli yaşanan iç ve dış göçler, yaşam biçimlerinin değişmesi, sanayinin gelişmesi gibi mikro nedenlerden, dünya genelinde yaşanan globalleşmenin etkilerine kadar pek çok neden fiziksel, sosyal, ekonomik yapılarda olduğu gibi kültürel yapıımızda da hızlı bir değişime neden olmaktadır. Bu değişim konusunda Kültür Bakanlığı politikasını net belirleyip bir an önce hızlı bir şekilde harekete geçmelidir. Her şeyden önce devlet yol açıcı, öncü ve destekçi olmalıdır. Bugün nitelikli çalışmalar yapacak birçok müzikolog vardır, bunları devlet desteklemelidir.

İlk işimiz, çalışmaya başlamadan önce bugüne kadar derlenmiş olan malzeme-yi toptan tarayıp değerlendirmeliyiz. Bu çalışma ile daha önce yapılmış çalışmalar-daki hataları da rahatça görüp yeni çalışmalara yönelebiliriz.

Dünyada 17-18.yy.da başlayan Halkbilim çalışmaları, ülkemizde 20.yy.da başlamış Cumhuriyetle birlikte yoğunlaşmıştır. Bazı Konservatuarlar derleme çalışmaları yapmış devlet tarafından ehil kişiler görevlendirilmiş, Halkevleri ve özellikle “Köy Enstitüleri derleme çalışmaları yapmışlardır. Halkevlerinin kapatılması ve Köy Enstitülerinde systemsiz çalışılmış olması ve toplanan malzemelerin bir araya getirilmemesi onca zengin malzemenin dağınık bir şekilde kişisel arşivlerde kalmasına yada kaybolmasına neden olmuştur. Yapılan derlemelerden yararlanılmıştır.”

(Folklorla Doğru, sayı 51,6) Bunlar gün ışığına çıkarılmalıdır.

Derleme politikaları iyi belirlenmeli, her bölge kendi çevresini taramalı, Kültür Müdürlükleri bu konuda yardımcı olmalıdır. Köylerde, kasabalarda öğretmenler derleme çalışmaları yapabilir. Bunlar belli noktalarda toparlanabilir ve bu derlemeler ehil kişiler tarafından değerlendirilebilir. Yada her ilimizde, ilçemizde Halk Eğitim Merkezleri derleme çalışmalarında bulunabilir. Önemli olan sadece derleme çalışmaları değil aynı zamanda bu malzemelerin değerlendirilmesidir.

Halkbilimciler olarak kültürel değerlerin kaybolmaması için seferberlik ilan edip varolan değerler üzerine çalışmalı ve onlara sahip çıkmalıyız.

Ankara Devlet Konservatuarının 1937-57 yılları arasında yapmış olduğu derlemeler elden geçirilip yeniden daha uzun ömürlü kalmasını sağlayacak şekilde saklanmalı ve hepsi üzerine tek tek çalışılmalıdır. Kültürel mirasımız olarak çok önemli olan bu derleme kayıtlarının çağdaş koşullarda yeniden değerlendirilmesi gerekliliğini bir kez anımsatmakta yarar olduğu düşüncesindeyim.

TRT sadece bir kamu iletişim aracı değil aynı zaman üzerinde önemli bir misyon taşıyan kurumdur buna göre hareket etmeli ve elindeki değerleri gün ışığına çıkaracak şekilde bir çalışmaya ya kurum olarak yada Üniversitelerin desteğini alarak yön vermelidir.

Kültür Bakanlığı, Halk kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Merkezi ve ÜNİVERSİTELER de bulunan dökümanlar değerlendirilmeli, kamuoyuna sunulmalıdır.

Konservatuar öğrencileri belli bir plan çerçevesinde saha araştırması yapma yönünde teşvik edilmelidir.

Halk müziğinin en önemli temsilcileri halk sanatçılarıdır. Onların günden güne kaybı toplumun belleğini zayıflatmaktadır. Halk sanatçılarına sahip çıkılmalıdır.

Halk kültürü bir toplumun benliğidir, kültürüdür. Globalleşen dünyada ulus kimliğini korumak için çok önemli bir yoldur. Halk kültürünün korunması ve yaygınlaştırılması konusunda medyadan yararlanılmalıdır.

KAYNAKLAR

ARSUNAR, Ferruh, Ülkü Dergisi, Ankara, 30 Ocak 1947.

BİNGÖL, Halit, Muş'un Kültür Hayatına Toplu Bir Bakış, Umur Yayınları, İstanbul, 1982.

CAFEROĞLU, A., Anadolu İlleri Ağızlarından Derlemeler, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara, 1995.

DEMİRSİPAHİ, Cemil, Türk Halk Oyunları, İş Bankası Kültür Yayınları, Folklor Anısı 2, Ankara,1975.

Eğitsel Çalışmalar Yarkulu, Folklor Doğru, Sayı 51, Boğaziçi Üniversitesi Folklor Kulübü.

EKİCİ, M. Sena, (Yrd.Doç. Dr.) Muş Dosyası, Muş Vakfı Yayınları, İstanbul, 1998.

FIRAT, M. Şerif, Doğu İlleri ve Varto Tarihi, Türk Kültürü Araştırma Enstitüsü, Ankara, 1983.

KARAHASANOĞLU ATA, Songül, “Muş İli Halk Müziği Derlemesinin Öyküsü” II.Müzikoloji Sempozyumu, Müzikoloji Derneği Sempozyum Bildirileri. S.29-33,2001

KOCADAĞ, Burhan, Lolan Oymağı ve Yakın Çevre Tarihi, Taş Matbaası, İstanbul, 1987.

Meydan Larousse-20. İstanbul:Sabah Yayınları

MUŞ İL YILLIĞI, Bingöl Matbaası, Elazığ,1967.

MUŞ İL YILLIĞI, Bingöl Matbaası, Elazığ, 1973.

MUŞ İL YILLIĞI, İkinokta Basımevi, İstanbul, 1989.

ÖZBEK, Mehmet, Terimler Sözlüğü, Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları, Ankara, 1998.

PAŞMAKÇI, Yücel, İstanbul, 1998'de İstanbul'da yapılan görüşme.

SOYSAL, Levent, Folklor Teorisi Nedir? , Folklor Doğru, Sayı 53, Boğaziçi Üniversitesi Folklor Kulübü süreli yayınları.

ŞENEL, Süleyman, Cumhuriyet Döneminde Halk Müziği Araştırmaları, Folklor Edebiyat, Sayı 17, Ankara, 1998.

Türkçe Sözlük-2 1988. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları

TAN, Nail, Folklor, Yayım Matbaası, İstanbul, 1995.

TÖR, Vedat Nedim, Bir Milletın Kültür Kirliliğinde Folklorun Önemi, Folklor Doğru, Sayı 13, Kolej Türk Folklor Kulübü, İstanbul, 1971.

TÜRKER, Saffet, İstanbul 1996'da yapılan görüşme.

UZUNÇARŞILI, İ.H., Osmanlı tarihi, TTK Yayınları.

ÜNGÖR, Etem Ruhi, “Halk Çalgıları Üzerine İnceleme Gezisi Notları 6”, Musiki Mecmuası 252, İstanbul, 1969.

PAŞMAKÇI, Yücel, İstanbul, 1998'de İstanbul'da yapılan görüşme.

YÖNETKEN, Halil Bedii, Derleme Notları I, Orkestra Yayınları, İstanbul, 1966.

YURT Ansiklopedisi, Anadolu Yayıncılık A.Ş., İstanbul, 1982-83.

<http://www.mediahistory.com/>

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

Kasım Karaman*

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

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

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 “müessese” 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 değişmeler daha yavaş olmaktadır. Eğer değişen şartlar mevcut norm sisteminin büyük bir kısmını değiştirecek kadar kapsamlıysa ve toplum bu değişmeleri 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, değişmenin önünde bir engel olabileceği de göz ardı edilmemelidir (Güngör; 95).

Örf ve âdetler, her zaman saf bir geleneğin 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’lardan 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 uyara bilir 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 araç-

ları, 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 geçmişi 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) durumun-

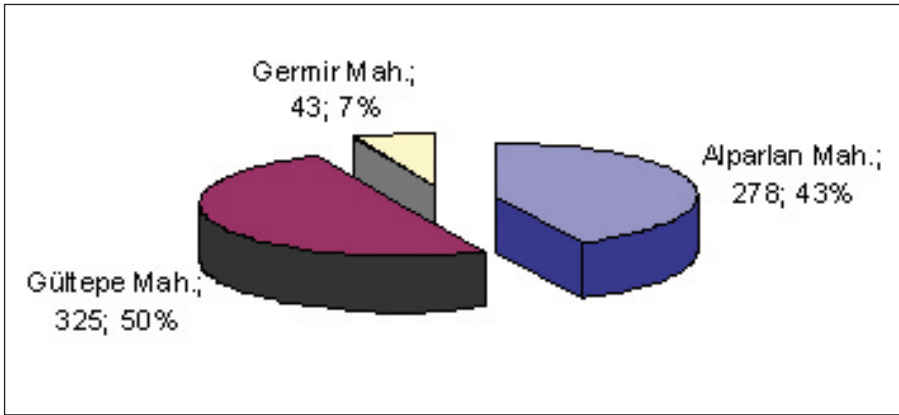
da iken, bu gün toplu konut alanlarının da yer aldığı şehrin bir mahallesi durumundadır. Ancak bu çalışmada, Germir mahallesinden seçilen deneklerin eskiden de burada yaşayan köy kökenlilerden olmalarına dikkat edilmiştir.

2.1. Örneklem

Bu araştırmanın örneklemini, Kayseri'nin, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel özellikleri bakımından farklılıklar gösteren Alparlan, 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 herhangi bir okul bitirmemiştir. İlköğretim düzeyinde öğrenim görmüş deneklerin oranı %48,5'tir. (%30,5'i sadece ilköğretim, %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: Örneklemin 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 (χ^2) testleri ile değerlendirilmekte, ayrıca doğrudan gözlem ve mülâkat 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 (χ^2), 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), şehirlilik düzeylerine (şehirden 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 değerlendirilmesiyle 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: Yaş'a 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

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

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 durumla-

rı 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

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

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 alma-

lıdır.” 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

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

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 dağılım-

da, 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 şehirlileşme düzeyleri dağılımları arasında var olan ilişkiye dayandırılabilir. 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 şehirlileşme 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

Öğrenim Durumu	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

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

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 doğumlu-

ların gerek Kayseri’de belirli mahallelerde akraba ve hemşehri kümelenmeleri oluşturmaları; (deneklerin doğum yerleri ile Kayseri’de ikâmet ettikleri mahalleler arasında anlamlı bir ilişki vardır. $-x^2=84,919$; $p<0,05$ - 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 değerlendirdiğimiz sunduğumuz iki temel nedene dayanmaktadır. Ancak bu grupta, ikâmet yerleri açısından, Kayseri’nin köyleri doğumlularda olduğu gibi bir hemşehri veya akraba kümelenmesi görülmemektedir. (Alparslan 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.

Şehirlileşme 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 çekingen, 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

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

Deneklerin, oturdukları mahaller ile kitle iletişim araçlarının örf ve âdetler üzerindeki etkisi konusundaki düşünceleri arasında, oturan mahallenin sosyal yapısı ve fiziki konumu belirleyici olmaktadır. Örneklemede 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 gecekondulu 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

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

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 ($x^2=210,743$; $p<0,05$). 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 kalma süreleri arttıkça, kendilerini şehirli olarak tanımlama oranı artmakta; kitle iletişim araçlarının etkileri konusundaki olumsuz tutumlarda da şehirlileşmeye bağlı bir azalma görülmektedir.

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

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

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

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 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: Dini Pratikleri Yerine Getirme Sıklığına Göre Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Âdetler Üzerine Etkileri

Dini 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

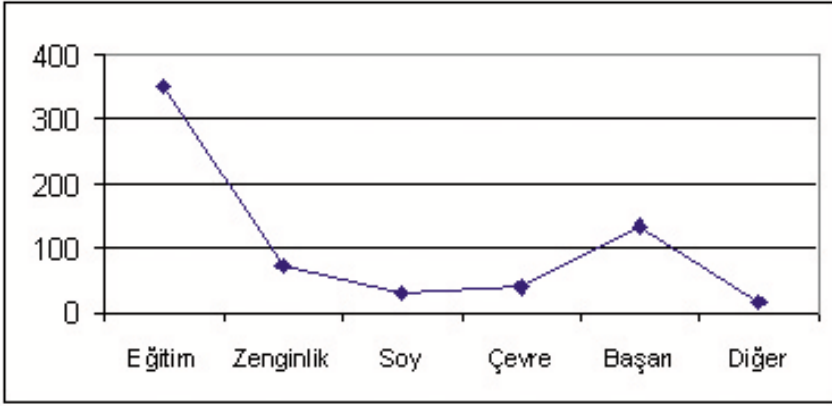
$$\chi^2=12,592 \text{ Sd.8 } p>0,05 (0,127)$$

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 almadıklarını belirten denekler (%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 almama davranışları, ekonomik yetersizliklerden kaynaklanabileceği gibi kitle iletişim araçları hak-

kındaki 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.

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

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
Hiçbir 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

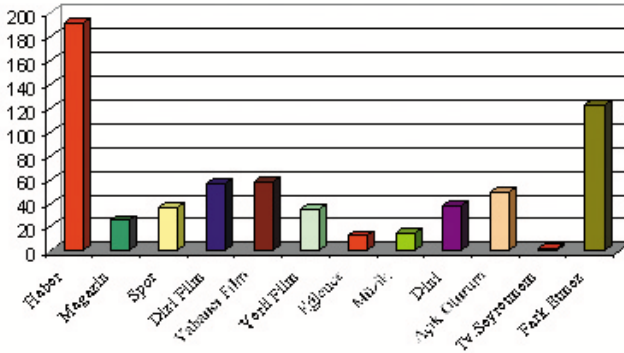
$$\chi^2=15,292 \text{ Sd.12 } p>0,05 (0,226)$$

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 seyrederken 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 seyrederken 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 gösterdiğini 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 koyanların, 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 Araçlarına Gösterilen Tepkiye Göre Kitle İletişim Araçlarının Örf ve Âdetler Üzerine Etkileri.

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

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

4. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

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.

Evli 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 düşük düzeydedir. Üst gelir grubun da bulunan deneklerin bu tutumları, şehirlilik düzeyi ile ilişkilidir. Şehirlileşme 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 şehirliliğe hissetme oranları diğer gelir gruplarında yer alan deneklerden daha yüksektir. Alt gelir grubunda ortaya çıkan ve üst gelir grubu ile istatistiksel oranlar bakımından yak-

laşık 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 şehirlileşme, kitle iletişim araçlarına karşı olumsuz tutumları azaltmaktadır. Bu durum, şehirlileşme sürecinde örf ve âdetlerde meydana gelen değişme ile açıklanabilir. Zira, şehirli kimliğinin bir parçası olan şehirlilerin 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 görülmesi bir yaklaşım sergilemektedirler. Şehirlileşmenin bir gereği olarak sunulan ve farklı örf ve âdetlere daha hoş görülmesi yaklaşımı, kitle iletişim araçlarının etkileri ile ilgili tutumları da etkilemektedir.

Çeşitli tabakalaşma 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.

6. 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 Kitleli İletişim, AÜ Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları, Ankara 1982.

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

GIDDENS, Anthony, Sosyoloji, Hazırlayanlar: Hüseyi Özel-Cemal Güzel, Araç Kitabevi, Ankara 2000.

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

GÖKÇE, Birsen, 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, Ahlâk Psikolojisi ve Sosyal Ahlâk, Ötüken Yayınları, İstanbul 1995.

İŞİK; 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 Teory 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.

HALK KÜLTÜRLERİNİN MEDYA ORGANLARINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Hatice Çiğdem KILIÇ*

Günümüzde büyük oranda halk kültürü ürünlerimiz medya organlarında bir tür moda akımı ile değerlendirilmekte, bilimsel boyutlarda gereğince ele alınıp kapsamlı bir şekilde kullanılamamaktadır.

Aslında kültürümüz açısından kökü çok eskilere dayanan zengin bir kaynağa sahip olduğumuz gerçeği hemen herkes tarafından bilinmektedir.

Fakat kimi araştırmacılar ve çevrelerin yeterince araştırılıp öğrenemediklerinden hatta kimilerinin çıkarlarına ters düştüğü için kültürümüz küçümsenmekte ve bilgisi olmayan kişiler tarafından ele alınıp kullanıldığı zaman üst kimliğimiz açısından yanlış bilgilendirmelere neden olunmaktadır.¹

Günümüzde medya organları programlarının hazırlanmasında nasıl birçok bilim dalından faydalanıyorlarsa, halk kültürünü yansıtan programlarda başvuracakları bilim dalı Halk Bilimi'dir.

“Mahallî olmadan millî, millî olmadan da evrensel olunmaz” sözü folklorun önemini ortaya koymaktadır.

Amacı insana hizmet olan ve malzemesi de halkın kültürü olan bilim dalı yer, zaman, mekan, kişi farkı gözetmeden halka ait olan her kültür unsuru ile ilgilenmektedir.

Günümüzde değer yargılarımız, geleneklerimiz, törelerimiz kısacası kültürümüzü tanıtan kıymetli ürünlerimiz gereği gibi korunamamakta; yetişmekte olan genç nesillere yeterince tanıtılamamaktadır. **Özellikle günümüzde içte ve dışta birçoklarının gözünün üzerimizde olduğu bu zamanda kültürümüze daha çok eğilmeliyiz.**²

Sosyal yapıyı tanımada, sanayi ve teknolojiden doğan yeni hayatın getirdiği problemleri çözümlenmede, kitleler arası iletişim ve dayanışmayı geliştirmede, kimliğimizi yeni ihtiyaçlara cevap verecek biçimde aslını kaybetmeden oluşturmada, kalkınma hamlemize hız kazandırmada, ekonomik yapıya çeşitli yönlerden güç ka-

* Sakarya Üniversitesi Devlet Konservatuvarı Türk Halk Oyunları Bölümü Araştırma Görevlisi

¹ Atilla ERDEN; “Halk Sanatları Ürünlerimizin Değerlendirilmesi ve Korunması Üzerine Bazı Düşünceler”; Atatürk Üniv. DTCF, Antropoloji, S:12, Ankara; 1985, S/159

² a.e

zandırmada, sanayinin bütün dallarında orijinal sentezlerden doğan mallar üretmede ve modalar geliştirmek suretiyle kopyalarını üretmede, iç ve dış pazarlamada, eğitim ve eğlence hayatımızda bunları içine alan medya organlarından geniş ölçüde istifa edilebilir.³

Genç nesillere ulusal bilincimizi daha köklü ve kapsamlı nitelikleri ile aktarabileceğimiz gibi, duygusal verilerle oluşturulmaya çalışılan ve bilimsel veriler karşısında her an erimeye mahkum bir ulusal bilinç yerine toplumumuzda gerçek sağlık verilerle yapısallaşmış bir ulusal bilincin oluşturulmasına yardımcı olmamız gerekmektedir. Yalnızca tek bu neden bile halk kültürümüze geniş boyutlarda araştırtıp değerlendirilmemiz için yeterli gerekçeyi oluşturmaktadır.⁴

Günümüzde medya, toplumsal yaşamla öylesine bütünleşmiştir ki, “neleri, nasıl, hangi açılardan tartışılması gerektiğini belirlemede” İrvan’ın belirttiği gibi “dilediğini aşağılatmakta ve dilediğini yüceltmektedir. Artık, büyük sermayelere sahip yatırımcıların ilgi odağı haline gelen medya sektörü küreselleşme olgusu da dikkate alınarak ülke yönetimleri üzerinde bir biçimlendirici, yönlendirici araç/güç olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde medya, yasama, yürütme, yargıdan sonra dördüncü bir güç haline gelmiştir. Bu kabaluden hareketle medyanın genel anlamda kültür, özel anlamda ise geleneksel kültür değişmelerinde etkin bir durumda olduğunu söylemek gerekir.

Medyanın kültür bağlantısı, gelişmiş ülkelerde son dönemde çok tartışılan bir konu durumunda olduğu görülmektedir.

Medya ve kültür arasındaki ilişkiyi konu alan araştırmalar daha çok “medyanın geleneksel kültürü bozduğu, dahası yok ettiği” savını taşımaktadır. Pek çok ülkede bilhassa radyo ve televizyon kanallarının yayınlarında geleneksel kültürün korunması amacıyla belirli programlara yer vermenin zorunluluğu göz önüne alındığında bu savın etkisi daha açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bu etki sadece araştırmacıların değil, aynı zamanda izler kitle durumundaki halkın da sık sık tartıştığı bir konu haline gelmiştir. Özetle medya-kültür ilişkisi, farklı düzlemlerde de olsa toplumun hemen hemen her kesiminin gündemindedir.

Gerçekte ise medya ve kültür arasındaki ilişki, Lundby ve Ronning’in değerlendirmeleridir. Lundby ve Ronning, öncelikle medyanın içinde bulunduğu kültürden etkilendiği ve ona tepki gösterdiğini, yerleşik bir kültürel çerçeve içinde yeni bir kültürel çerçeve oluşturduğunu vurguladılar. Bunun kaynağı olarak da iletişim kavramının belirsiz içeriğini gösterdiler. Çünkü iletişim sözcüğü hem yeni şeyler aktarma hem de ortak olan şeyleri paylaşmak anlamında kullanılmaktadır.

³ Prof. Dr. Dursun YILDIRIM; Milli Folklor Uluslar Arası Halk Bilimi Dergisi, “Folklor ve Çağdaş Kültür Modelimiz Üzerine Bazı Düşünceler”, s/17, S/12

⁴ Atilla ERDEN; “Halk Sanatları Ürünlerimizin Değerlendirilmesi ve Korunması Üzerine Bazı Düşünceler”; Atatürk Üniv. DTCF, Antropoloji, S:12, Ankara; 1985, S/160

Burada, ortaklıkların büyük bir bölümünü geleneksel kültür unsurları oluşturmaktadır. Bu bağlamda, medya bir taraftan ortak kültür unsurlarının daha geniş kitlelerce ve etkin bir şekilde paylaşılmasını sağlarken, diğer yandan izleyicilerine, okurlarına sürekli yeni, yabancı unsurlar sunularak kültürel yapıda çözümlere neden olmaktadır.

Lundby ve Ronning'in vurguladıkları gibi “medya gerçek kültürün çeşitli yönlerini yeniden yaratarak, değiştirerek ve şekillendirerek kullanmaktadır.” Medya, bu işlem sırasında kendi mantığı doğrultusunda seçtiği kültürün çeşitli unsurlarını, kendi bütününe yaratma sürecinde birleştirerek yine kendi formatıyla sunmaktadır. Bu durumda aktarılan gerçek kültür değil, medyanın kendi yarattığı/kurguladığı kültürdür. Kısaca belirtilmesi gerekirse yaratılan bu yeni ürün, medyanın akışında, bandında, sayfalarında tüketilmek amacıyla üretilen ticari bir metadır.⁵

Yalnız bu ürünlerin bir çoğu folklor ürünleri değil, fakelore ürünleridir.

Fakelore; kültürün yanlış olarak folklore diye sunulan veya gerçek folklormuşcasına kabul edilen unsurları veya folklorecuların suni olarak ürettikleri ve folklore diye sundukları bilgilerdir.

Bu konuda DORSON; gerçek bilim adamı, profesyonel folklorcuların folklor kelimesinin arkasına gizlenmiş madrabazların maksatlı çabalarına karşı çıkmaları ve bunda mutlaka başarılı olmalarını istemiş bu yöndeki araştırmaları ise zafer olarak nitelendirmiştir. Ancak günümüzde dahil olmak üzere fakelorecular varlıklarını sürdürmeye devam etmişlerdir. Son zamanlarda folklorun sadece turistlere el sanatları ve benzeri kültür ürünlerinin pazarlanması, folklore açık hava müzelerinde geleneğe dayalı ürünlerin sergilenmesi ve pazarlanması hususu gündeme gelmiştir. Folklor bugün öyle bir noktaya gelmiştir ki zenginlerin toplantılarının süsü, elitlerin kullandığı önemli bir malzeme olmuştur.⁶

Halk Bilim, uzun bir süreden beri ülkemizde çoğu zaman yerel halk oyunlarını, türkülerini, gösterilerini kapsayan dar ve yanlış bir alana sıkıştırılmış, giderek yoz ve zararlı bir folklorculuk modasının gelişip yayılmasına yol açılarak “folklor” terimi bilimsel anlamından saptırılmıştır. Bu durumun ortaya çıkışında ve yaygınlaşmasında birtakım sözde “folklorcu”ların, kurumların, derneklerin, sanayi kuruluşlarının, turistik büroların, basın, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının da bağışlanmayacak rolleri olmuştur, halen de olmaktadır.⁷

Bunun nedenlerinin başında ilgili dökümanların, orijinal malzemelerin derlenip tanınmamış olması, konuyla ilgili gerekli sayıda uzmanların yetişmemesi, konu-

⁵ Yrd. Doç. Dr. Nebi ÖZDEMİR; “Halk Bilimi-Kültür Bilimi ve Medya”, Milli Folklor Uluslar Arası Halk Bilimi Dergisi, S:49; Ankara, 2001, s/88,89,

⁶ Yrd. Doç. Dr. Türker EROĞLU; 2002-2003 Öğretim Yılı “Halk Bilimi” Ders Notları

⁷ Sedat Veyis ÖRNEK; Türk Halk Bilimi; Kültür Bakanlığı Yay: 1629, HAGEM Yay: 210, Gelenek, Görenek ve İnançlar Dizisi: 20; Ankara; 1995, s-/16

nun geniş boyutları ile çoğumuzca gereği ölçüde algılanıp değerlendirilememesi, ülke çapında koordineli bir çalışmanın yürütülmemesi gelmektedir.

Kültürümüzün korunmasında ve yaşatılmasında en büyük görevlerden biri de medyaya düşmektedir. Medya ve kültür ilişkisi, 20. yüzyıl başlarından beri söz konusu edilmiştir. Mesela radyo kültürü, kitle medyası, kültür, medya ve günlük hayat konuları ele alınıp incelenmiştir.

Medya kültürü nedir? sorusuna getirilebilecek tanımlamalar, etnoloji ve kültür bilimlerinden çok, iletişim ve medya bilimlerinde oluşturulmuştur.

Medya, “kültür sunucu” ya da “kültür ileticisi” olarak anlaşılmaktadır. Bu anlamda medya kültürü, televizyon ve radyo istasyonlarının “kültür programı”dır. Bu anlayışın arkasında, ulusal yayınların kültür ve eğitim politikası yatar. Medya gerçi siyaset, ekonomi v.b. alanlar için teknik iletim aracıdır, ama özellikle de kültür ürünleri (tiyatro, resim, film, müzik, edebiyat) konularına ve içeriklerine hizmet etmesi beklenir. Medya kültürüyle kast edilen üst kültürdür.

Medyanın olumsuz değerlendirilerek eleştirilmesinin tarihi oldukça gerilere gider. Elektronik medyanın karşısına “yüksek kültür”ü (edebiyat, dans, dil sanatları, müzik, mimari v.b.) kapsayan iddialı, seçkin kültür ve sanat kavramı çıkartılarak yapılan eleştirilerde mesela Anders’in deyişiyle medya yüksek kültüre “ihane”tir. Postmann’a göre bir “tehlike”dir. Medya ve kültürün yan yana ve karşı karşıya getirilişinin dayandığı iddia şudur: Hakiki kültür medya ile ilişkilendirilemez. Böyle bir görüş, medya kültürü kavramına olumsuz eleştirel yaklaşım demektir.

Medya kültürü kavramının çok özel bir anlamı, ulusal bağlamda ortaya çıkmakta ve her ülkenin kendine özgü medya kullanım tarzı ve programları olduğu düşüncesinden kaynaklanmaktadır.

“Medya, kültürü yalnızca iletmez, aynı zamanda aşılır”.

Halk Bilimine ilişkin zengin bir gereç de gazete ve dergi koleksiyonlarında yatmaktadır. Gazete ve dergi koleksiyonları bu amaçla tarandığında zengin ve şaşırtıcı bir gereç ortaya çıkar. Ancak böyle bir tarama işi uzun yıllar ve büyük bir sabrı gerektirir.

Gazete sayfalarına yansıyan ülkemizin değişik bölgelerindeki olayların ve haberlerin içerisinde bir çok adetin, inanmanın, törenin ve geleneğin kök nedenlerini ip uçlarını bulabiliriz. Öyle ki, kimi haberlerin dokunu, belirli bir bölgemize özgü bir adetin, bir davranışın ya da bir tutumun karakteristik çizgisi oluşturmaktadır. Kimi zaman bir fıkra, bir makale, bir röportaj dizisi, bir karikatür, bir fotoğraf, bir resim alt yazısı; okuyucu mektupları, ilanlar, vb. herhangi bir töresel davranış yoğun ve çarpıcı bir biçimde işlemekte ya da açıklığa kavuşturulmaktadır. Özellikle yerel basında çıkan yazılar içerisinde konumuz bakımından çok ilginç olanlarına sık sık rastlamak mümkündür.

Sinema sanatının da sağladığı olanaklardan yararlanılarak çarpıcı bir anlatım kazanan halk ürünlerinde hemen hemen ele alınan konuların organik bütünlükle-

ri, hem otantik olma titizlikleri, hem de yerel özellikleri yansıtmaya bakımından dikkati çeken bir çok dizi film vardır ki, bunlar da tiyatro yapıtlarında olduğu gibi, halkbilimi ya doğrudan doğruya ya da dolaylı olarak ilgilendirmektedir. Çoğu beş-on yılın ürünü olan bu filmler arasında örneğin, Lütfi AKAD'ın büyük kentte tutunmaya çalışan, ancak göçüp geldikleri geleneksel kesimin töreleriyle yeni yaşama türünün gerekli kıldığı değer yargılarının çatışmasının anlatıldığı büyük aile tipinde küçük aile tipine dönüşme sürecindeki zorunlu kültür değişmelerinin ele alındığı *Düğün'ü ve Gelin'i*; kan gütmeyi güldürü türünde ele alan ve kan gütmeye geleneğiyle ünlü bir bölgemizin törelerini ince bir alayla taşıyan Atf YILMAZ'ın *Güllü Geliyor Güllü'sü*, Yılmaz GÜNEY'in *Endişe'si*, Ali Habib ÖZGEN-TÜRK'ün *Ferhat'ı* kumalık kurumu ile törenselleşen davranışları işleyen Atf YILMAZ'ın *Kuma'sı*; cinsel namus kavramını ele alan bu konuda törelerin ağır bastığı ve bağışlanamazlığını vurgulayan Feyzi Tuna'nın *Kızgın Toprak'ı*, Ezo Gelin'i; Süreyya DURU'nun *Bedrana'sı*, Kara Çarşaf'ın *Gelin'i*; Memduh ÜN'ün *Ağrı Dağı Efsanesi* son yıllarda konumuz açısından dikkati çeken sinema ürünleridir.

Ayrıca "folklorik" özlü bir olayı, bir gösteriyi, bir zanaat dalını bir yöreyi işleyen belgesel nitelikteki kısa metrajlı filmleri de belirtmek gerekir. Genellikle bir ön hazırlığı gerektiren, uzmanlarına danışılarak çekilen bu türden filmler özellikle geleceğin araştırmacıları için değerli arşiv geci olurlar.

Son yıllarda ülkemize girmiş ve hızlı bir gelişme göstermiş olan televizyon yayınlarından bir bölümü de konumuzu ilgilendirmektedir. Çağımız insanının en çok etkilendiği televizyon, halkımızın günlük yaşamında çok büyük rol oynayan bir iletişim aracıdır. Yayınları arasında geleneksel kültürümüze hatta çoğu zaman halk bilimini doğrudan ilgilendiren konulara yer veren programları, giderek yozlaşan ve yiten değerlerimizi, kurumlarımızı, yaşama biçimlerimizi korumanın ne denli gerekli olduğu seyirciye, bundan da önemlisi, ilgili ve sorumlulara hatırlatması bakımından da dikkati çekmektedir. Ancak bu türden programların çoğu, konunun yabancı olan kimselere hazırlanmakta, asıllarına uygunluğunu hususunda titiz bir denetim uygulanmamakta, ön hazırlıklarında yeterli araştırma ve inceleme yapılamamaktadır. TRT'nin elindeki olanaklar ulusal özleri, halk yaşamına ilişkin yerel değerleri; beceri, bilgi ve yaratıcı sistemli bir biçimde araştırıp görüntüleyerek gelecek için değerli bir arşiv oluşturabilecek güçtedir. Alanlarının uzmanı olan halkbilimcilerin danışmanlıkları ve yardımlarıyla hazırlanacak bu türden belgesel filmlerin çekimlerine girişme işine biran önce başlanmasında büyük yarar vardır.⁸

İnsanlar ve toplumlar birbirleriyle daima bir alış veriş halindedirler. Her hususta olduğu gibi kültür alış-verişinde de güçlü olan daha çok veren olur. Güçlü olmak ifadesiyle kültürel zenginliği kastettiğimiz gibi daha çok medya gücünü kastediyoruz. Günümüzde medyanın gücü değil, gücün medyası söz konusudur.

⁸ Sedat Veyis ÖRNEK; Türk Halk Bilimi; Kültür Bakanlığı Yay: 1629, HAGEM Yay: 210, Gelenek, Görenek ve İnançlar Dizisi: 20; Ankara; 1995, s-/42,43,44

Kültür alış-veriş teknolojiden farklı olarak tek yönlü değil, iki yönlü olmalıdır. Teknolojinin yönü daima geleceğe dönüktür. Kültür ise kökü toprağın altında, gövdesinden aldığı güçle dalları gökyüzüne serpilmiş gür bir çınar gibidir. Bir ağacın toprağı ne kadar zenginse, toprağın üstündeki kısmı da o kadar gür ve güçlü olur. Kültürün fonksiyonunu dikkate almadan sosyalleşme olmayacağı gibi, sosyalleşip bir bütünlük kuramamış toplumların ileriye dönük hamleler yapması da mümkün değildir. Kültürler ile ilgili çalışmalar hem geçmişe hem de geleceğe yönelik yürütülmelidir.

Bugünkü haliyle medya, toplumumuzda bir kültürel intihara yol açmış; kendi kültürüne tamamen yabancı, yabancı kültürlerle de hayranlık derecesinde bağıllık içinde olan bir nesil yetiştirilmiştir. Bugün gençlerimizin taparcasına bağlandıkları.....gibi popçular medyanın yarattığı model tiplerdir. Kültürümüzü müziğe en iyi yansıtan sanatçılara ise fazla yer verilmemektedir. Medyadaki programların büyük bir kısmı Batılı ülkelerin televizyonlarındaki programların kötü bir kopyası durumundadır. Medya kültür koruyan ve kültür aktaran bir araç değil, kültür üreten bir araçtır. Medyada üretilen kültür tüketim alışkanlığından, yatma ve kalkma saatine kadar hayatın bütününe kuşatıcı bir özelliktir.

Ferdin toplumdaki kültürel değerleri özümsemesinde en etkili faktör ailedir. Televizyon aile içi iletişimi yok etmiş ve aile içi şiddetine kaynağı haline gelmiştir. Yapılan araştırmalara göre “Sıcağı Sıcağına”, “Baskın”, “Yakın Takip” gibi şiddet içeren ve şiddeti en açık haliyle görsel bir malzeme haline getiren programlardır.

Aile toplumun çekirdeğidir. Televizyonların porno ve şiddet içerikli programları karşısında savunmasız kalan aile yapımız değişmekte ve bütün değerlerimiz savrulmaktadır. Yaşanan bu kültür erozyonu karşısında eğitimcilere büyük görevler düşmektedir. Çok etkili ve aynı zamanda ucuz eğitim aracı olarak kullanılması da mümkün olan televizyon, kitlelerin eğitimi için kullanılabilir. Ruh kirlenmesini önlemek için psikologlar, dil kirlenmesini önlemek için dilciler, kültür kirlenmesini önlemek için halk bilimciler, görüntü kirlenmesini önlemek için aydınlarımız bir olup, ortaklaşa çözüm yöntemleri bularak üzerlerine düşeni yerine getirmelidirler. Sağlıklı toplum, sağlıklı insanlardan oluşur. Sağlıklı kişilerin yetişeceği en verimli kültürel zemin ise aile kurumudur.⁹

Kültürlenme sürecinin de ilk basamağı ailedir. Halk kültürü unsurları ilk olarak aile ile yetişen nesle aktarılır. Bir neslin yok olmaması için kültürünü kaybetmemesi gerekmektedir. Kaynağı insan olan medya ise bu önemli noktayı dikkate alarak hareket etmelidir. Medya kültürümüzü yıpratmak yerine yayınları ile pekiştirmelidir. Bu konuda ise özellikle kendilerini yanlış yönlendirmelerde bulundurmayacak kurumlardan ve kişilerden yardım istemelidirler. Senaryo gereği o topluma uygun olmayan öğelerin ise yayıncılar tarafından senarist ile görüşülüp düzeltme yoluna gidilmesi esas alınmalıdır. Yaratılan bir küçük boşluk diğerlerine, hatta daha büyük yanlışlara örnek olacaktır.

⁹ Şükrü ÜNALAN; “Medya ve Kültür Değişmesi”

BİBLİYOGRAFYA

ÖRNEK Sedat Veyis; Türk Halk Bilimi; Kültür Bakanlığı Yay: 1629, HAGEM Yay: 210, Gelenek, Görenek ve İnançlar Dizisi: 20; Ankara; 1995, s-/42,43,44

EROĞLU Yrd. Doç. Dr. Türker; 2002-2003 Öğretim Yılı “Halk Bilimi” Ders Notları

ÜNALAN Şükrü; “Medya ve Kültür Değişmesi”

ERDEN Atilla; “Halk Sanatları Ürünlerimizin Değerlendirilmesi ve Korunması Üzerine Bazı Düşünceler”; Atatürk Üniv. DTCE, Antropoloji, S:12, Ankara; 1985, S/160

ÖZDEMİR Yrd. Doç. Dr. Nebi; Milli Folklor Uluslar Arası Halk Bilimi Dergisi, “Halk Bilimi-Kültür Bilimi ve Medya”, S:49; Ankara, 2001, s/88,89,

YILDIRIM Prof. Dr. Dursun; Milli Folklor Uluslar Arası Halk Bilimi Dergisi, “Folklor ve Çağdaş Kültür Modelimiz Üzerine Bazı Düşünceler”, s/17, S/12

HALK KÜLTÜRÜ'NÜN EKONOMİK VE SİYASAL KAZANÇ AMACIYLA KULLANILMASINDA MEDYA'NIN ROLÜ

Uzm. M. Tekin KOÇKAR*

İnsanın bir toplum üyesi olarak varlık kazanması, ancak bir kültürü benimsemesi, özümsemesi ile mümkündür. Kültür de bireyin doğuştan getirdiği bir öge değil, sonradan öğrenerek kazandığı davranış biçimlerinin bütünüdür. Eğer kültürel öğeler bir kuşaktan diğerine geçiyorsa, diğer bir deyişle sürekli ise, onun her kültürde ortak nedenleri ve sonuçları vardır. Toplumlar birikmiş bilgi, davranış biçimi, beceri ve deneyimlerini kuşaktan kuşağa aktardığı için belli bir tarihe sahip devingen yapılanmalardır. Böylelikle kültür de geçmişin mirası olarak, günümüzden geleceğe aktarılan devingen ve sürekli bir miras olarak toplumla birlikte varlığını korumaktadır.

Engel, Blackwell ve Miniard'e (s. 63, 1990) göre "Kültür", bireyin toplumun bir üyesi olarak iletişim kurmasına, belirli davranışları ve olayları yorumlamasına ve değerlendirmesine yardımcı olan değerler, fikirler ve semboller dizisidir. Tek de (s.198, 1997) "insanların yarattığı değer sisteminin ahlak, sanat, sembol, inanç, gelenek ve göreneklerin karışımı" olarak tanımlanan kültür tanımını benimsemektedir. Bununla birlikte, kültür tanımı konusunda kesin bir görüş birliği olduğunu söylemek mümkün değildir. Kültür kavramı bilim çevrelerinde çeşitli biçimlerde sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırmalar ulusal, dinsel, tarihsel, coğrafi v.b. olabildiği gibi; Genel Kültür, Halk Kültürü, Karşıt (Taşra) Kültür gibi sınıflandırmalar olabilmektedir (AŞKUN, s. 5, 1990).

Herhangi bir toplumun bireylerinin hakim inançları, değerleri, hareket tarzları, o toplumun kültürünü oluşturan parçalarıdır. Toplumların genel özellikleri kültürleri ile belirlenir. Söz konusu genel özellikleri paylaşan toplumu oluşturan bireylerin tümüne de Halk denir. Halk, genel anlamda da bir ülkenin bütün nüfusunu dile getirir. Üretim sürecinde tarihi yapan ve toplumu geliştiren koşulları hazırlayan halktır. Halkın üretim etkinlikleri, toplumun yaşama ve gelişmesinin kesin koşuludur. Üretici halk olmadıkça toplumda kültür var olamaz. Sözü edilen halk kavramının oluşturduğu kültüre de Halk Kültürü denir.

* Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Halkbilim Araştırma ve Uygulama Merkezi Müdürü

Çağımızın sanayi-kent toplumu koşullarında bireyler, kümeler, toplumlar arasındaki iletişim, çok büyük ölçüde basın, radyo, televizyon, internet, video-teyp, sinema, tiyatro, v.b. yığın iletişim araçlarıyla sağlanmaktadır. Günümüzün gelişen toplumlarında modern teknolojinin de getirdiği olanaklarla kitle iletişim araçlarını üst düzeyde kullanan medyanın toplumu istediği gibi yönlendirme olanaklarına da sahip bulunduğunu söylemek mümkündür.

Son yıllarda bu iletişim araçlarında gerçekleşen olağanüstü hızlı gelişim ve etkinleşme hala bütün hızıyla sürüyor. Bunun nerede duracağını kestirmekse çok güç. Bu iletişim devriminin insan ve toplum yaşamı üzerinde doğuracağı sonuçlar da henüz yeterince kestirilebilmiş değildir.

Tarihte özellikle bilinçsiz halk kitlelerini, kendi kültürüne sahip çıkması gerektiği konusundaki hassasiyetlerini kullanarak medyanın gücüne sahip olanlar tarafından istenildiği gibi yönlendirildiğini görmekteyiz. Yakın dünya tarihinde Alman Nazizminin kurulmasında, Alman Propaganda Bakanlığı'nın önemli rol oynadığı ve halk kitlelerini radyo ve basın aracılığı ile Alman Halkının kültürünün yok olma tehlikesi ile karşı karşıya bulunduğu varsayımını ortaya atarak bir felakete sürüklediği bilinmektedir.

Dünyada bütün ülkeler artan seyahat olanaklarını değerlendirmek ve turist çekebilmek için kendilerini tanıtmak amacıyla kullandıkları reklam araçlarında halk kültürü öğelerini sık sık kullanmaktadırlar. Turisti eğlendirmenin en iyi yolu halk kültürünün eğlence biçimlerini sunmak olmaktadır. Turiste halk kültürünün bir parçası olan mutfak ürünleri sunulmaktadır. Turist, ülkesine dönerken hediyelik alışverişini halk el sanatlarından yapmaktadır. Böylelikle Turizm alanında halk kültürü ürünlerinin büyük bir sektör oluşturduğu söylenebilir. Bu da ekonomik kazancı arttırmak amacıyla medyanın halk kültürü ürünlerini kullanmasını gerektirmektedir.

Ülkemizde de çoğu siyasi parti seçimler öncesinde kimi zaman halk türkülerinin sözlerini değiştirip parti şarkısı yaparak, kimi zaman da parti liderleri ve yöneticilerinin halkın arasına karışıp düğünlerde, geleneksel toplantılarda yer alarak oy toplamaya çalıştıkları görülmektedir. Son yıllarda Halk kültürü üzerine yapılmış ve iyi reyting alan birçok Televizyon dizileri de anlaşıldığı kadarıyla iyi para kazandırmaktadır.

Türkiye'de örneklerini bolca yaşadığımız bir kazanç biçimi de yeni türkü ve türküçülerin ortaya çıkarılmasıdır. 1970'li yıllarda satılması istenen bir türkü plağı ya da kaseti İstanbul'da Eminönü'deki plakçılarda tam iş çıkışı ve vapurların boşalma saatlerinde durmadan çalınır, bulvar gazetelerinde boy boy fotoğrafları yayınlanır böylece satışının artması sağlanmaya çalışılırdı. Günümüzde ise, piyasaya yeni çıkacak olan bir türkücü ile albümü o hafta yeni arabası, kız arkadaşı, yediği, içtiği gibi konularla özel televizyon ve radyo kanallarında, magazin basınında hemen yerini almaktadır. Buna da yeni albümün ve türkücünün promosyonu adı verilerek satışı sağlanmaya çalışılmaktadır.

Yine ülkemizde medya sayesinde yeni müzik türleri de ortaya çıktığı görülmektedir. Arabesk müzik bu türlerden biri. Yine 1970'li yıllarda benzer yöntemlerle ortaya çıkan ve özellikle köyden kente göç etmiş ve kent kültürü ile köy kültürü arasında sıkışıp kalmış halk yığınları, hemen bu müziği sahiplenmişler ve kendi taşra kültürlerine katmışlardır. Türkiye'de görülen sağlıksız kentleşme ve kırsal alandaki yapısal bozukluklar sonucu köylerdeki nüfusun kentlere akması sonucu oluşan taşra kültürü zaten kendi özelliği gereği tüketicidir (OZANKAYA, s. 255, 1986). Kültür ürünlerini yaratmaz kullanır. Kültür ihtiyacını, başka yerlerden başka ülkelerden, gelişmiş kültür toplumlarından devşirilmiş kültür değerleri ile sağlar.

Taşra kültürünün içeriğinde insanı, toplumu dinlendirip oyalayan, eğlendiren, gönlü, kafayı, bedeni rahat ettiren yaşam öğeleri bulunur. Bu nedenle Taşra kültürü güdümlü bir pazardır (AŞKUN, s. 5, 1990).

Söz konusu pazar da yeni oluşan kültür değerlerinin yanısıra köyden getirilen kültür ürünlerinin eğlendirici yönlerinin ön plana çıkarılması ve yeniden yorumlanmasıyla piyasa sürecine katkı sağlamaktadır. Bu durumda oluşan sektörde yer alanlar, halkın ürettiği ürünlerin halk tarafından kullanmasından daha çok piyasaya hakim olmak, birbirleriyle kurdukları pazar ilişkilerinin hakimiyetini sağlamak amacıyla örgütlü piyasa profesyonelliği aşamasına geçeceklerdir. Artan kapitalizasyon ve profesyonelleşme sonucundaki iç değişim, pratikte çok karmaşık bir hal almasına rağmen telif hakkı ve telif ücreti gibi iki önemli gösterge ile belirginleşmiştir. Kurulan müzik yapım ajansları, Müzik dernekleri gibi oluşumlar bunun sonucudur. Teknoloji sayesinde artan yeniden üretilbilirlik olanakları ile doğan korsan yayıncılık sorunlarının karşısında bir önlem olarak yasa koyucu da, çıkardığı yasalarla özel önlem alınması yoluna gitmektedir (WILLIAMS, s. 49, 1993).

Globalleşmeyle birlikte ekonomilerin ölçeklerindeki büyüme, şiddeti daha da artan uluslararası rekabet ve iletişimin görülmemiş bir hız ve içerik kazanmasıyla olgunlaşan tek dünya pazarı, firmaları uluslararası pazarlarda uygulayacakları pazarlama stratejilerini uzun dönemde hedef pazarların toplumsal değerleri açısından yeniden gözden geçirmeye zorlamaktadır. Erem, Tek, Gegez ve Börü'ye göre (s. 2, 2002), özellikle uluslararası pazarlarda yaşanan rekabete bir de hızlı değişim sonucu ortaya çıkan belirsizlik eklendiğinde bu pazarlarda faaliyet gösteren işletmelerin pazar odaklı olmaktan başka şansları kalmadığı açıktır.

Pazar odaklılık bağlamında, hedef pazara ait toplumsal değerleri içeren "kültür"ve "medya" ilişkisi, uluslararası alışverişlerde çok önem verilmesi gereken konulardan biri olarak global arenada yerini almıştır. Dış pazarlara girişte karşılaşılan kültürel farklılıklar, zaman zaman, özellikle de yoğun rekabetin yaşandığı günümüz koşullarında işletmeler için esaslı bir sorun olarak ortaya çıksa bile, daralan pazarlar, firmaların kültüre duyarlı ve yabancı kültürlerle dirençli bu pazarları tamamen ihmal etme lüksünü ortadan kaldırmakta ve medya sayesinde bu sorunun aşılması sağlanmaktadır.

Medya gücüyle halk kültürünü kullanarak hem ekonomik hem de siyasal kazanç sağlanması örneklerini çoğaltmak mümkün. Son yıllarda Halk kültürü öğelerinin içerisinde yer alan ve aynı zamanda güçlü görsel ve işitsel özellikleri gereği gösterim ve sahneleme olanaklarının çokluğu nedeniyle Halkdansları Toplulukları ya da dans gösterilerinde halkdansları adılarını kullanan topluluklar oldukça iyi ekonomik kazanç sağlamaktadırlar.

Sovyetler Birliği döneminde Rusya’da siyasal amaçlarla birçok Halkdansları topluluğu kurulmuştu. Devletin desteğini alan bu topluluklar arasında 1936 yılında Stalin’in özel emriyle İgor MOİSEYEV’e kurdurulan ve “Dünya Kardeşliği” simgesiyle gösteriler yapan “Moiseyev Halkdansları Topluluğu”, “Kızılordu Dans ve Şarkı Topluluğu”, “Sibirya Krasnoyarsk Halkdansları Topluluğu”, “Piyatniskova Rus Halk Şarkıları ve Dansları Topluluğu”, “Beriyozka Halkdansları Topluluğu” gibi toplulukları saymak mümkün. Sovyetler Birliği’nin dağılmasından sonra da bu topluluklar güçlü sponsorların desteğini alarak para kazanma yoluna gittiler.

Bugün dünyada medya gücünü kullanarak ortaya çıkan ve ekonomik kazanç amacıyla oluşturulmuş aynı zamanda halkdansları adımlarını kullanan birçok dans topluluğu bulunmaktadır. Bazı örnekler vermek gerekirse; İngiltere’de ve Amerika Birleşik Devletleri’nde, İrlanda kültürünü ve halkdansları adımlarını kullanarak koreografilerini Michael FLATLEY’in yaptığı ve büyük halk kitlelerine ulaşan “Riverdance”, “Lord Of The Dance” ve “Feet Of Flame” ile ülkemizdeki benzerleri olan; Anadolu kültürü ve halkdansları adımlarını kullanarak koreografilerini Mustafa ERDOĞAN’ın yaptığı “Sultans Of The Dance” ve “Anadolu Ateşi”, Yine Amerika Birleşik Devletleri’nde Utah eyaleti Brigham Young Üniversitesi’nde Mormon tarikatının propagandasını yapmak ve Mormon Kilisesine gelir sağlamak amacıyla kurulan “Brigham Young Ambassadors” Dans Topluluğu.

Sonuç olarak dünyanın sınırlarının küçüldüğü ve tek pazar haline geldiği bir ortamda pazarlama çabalarının Halk Kültürü ve değerleri ile yakından ilişkili bir hale geldiği söylenebilir. Pazar alanının bir mal/hizmet ve bilgi için alışveriş alanı olduğu kadar, kültürel etkileşim ve değişim yeri olduğu gerçeğinin farkına varılması, kültürel temele dayalı pazarlamada iyi bir devlet kontrolü ve denetlemenin de ele alınmasını zorunlu kılmaktadır.

Bu noktada, pazar payını arttırmak isteyen firmaların da tüketici ve toplum üzerinde nasıl bir kültürel değişim uygulayacaklarını planlamaları kadar, kendilerinin de girdikleri kültürden nasıl etkilenebileceklerini ve uyum sağlayıp sağlayamayacaklarını düşünmeleri, hem söz konusu firmaların hem de bu firmalarla karmaşık ilişkiler içerisinde bulunan medyanın öz denetim mekanizmalarını da çalıştırması bir zorunluluk halini almaktadır.

Halkımızın ürettiği Halk kültürü ürünlerinin pazara sunulması sırasında, karşılığında satılmak üzere üretilmiş birer meta haline dönüştürülmesinden, bu ürünlerin piyasa üretim sisteminin iç hesaplarına karıştırılmasından kaçınılması, özellikle kültürle ilgili devlet kurumları ve Üniversiteler ile kültür üretimini, ko-

runmasını ve yaygınlaştırılmasını amaç edinmiş kuruluşlar tarafından önemle ele alınması gerekmektedir. Çünkü bir açıdan bakıldığında Halk kültürü ürünlerinin üretim maliyeti sıfırdır.

KAYNAKLAR:

AŞKUN, İnal Cem. “**Yerel Kültürün İletişim Sanatı Olarak Tiyatro ve Eskişehir Ölçeğinde Bir Oyun Denemesi – Köprübaşı 1990 -**“, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, Kurgu Dergisi, Sayı 8, 1990

ENGEL, James F; BLACKWELL, Roger D. ve MİNİARD, Paul W. **Consumer Behavior**, The Dryden Press International Edition, 1990

EREM, Tunç; TEK, Baybars; GEGEZ; A. Ercan; BÖRÜ, Deniz. **Global Pazarlarda Pazarlama Stratejilerinin Tasarım ve Uygulamasında Kültürel İletişimin Rolü**. İstanbul: Marmara Üniversitesi, 2002.

OZANKAYA, Özer. **Toplumbilim**, Ankara: Tekin Yayınevi, 1986.

TEK, Ömer Baybars. **Pazarlama İkeleri: Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları**, İzmir: Geliştirilmiş 7. Baskı, 1997.

WILLIAMS, Raymond. Çeviri: Ertuğrul BAŞER, **Kültür**, İstanbul: İletişim Yayınları, 1993.

ENFORMASYON TOPLUMU VE KÜLTÜR

Öğr. Gör. Yavuz KÖKTAN*

Öğr. Gör. Erol EROĞLU**

Endüstri sonrası toplum olan enformasyon toplumunda, endüstri toplumuna ait yapılar ve özellikler değişime uğramıştır. Enformasyon toplumunun ilk özelliği, malların üretiminden hizmetlere yöneliş 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 zihnî emeğin yerini almakta, hem de insanın zihnî 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

* Sakarya Üniversitesi Devlet Konservatuarı Müdür Yardımcısı

** Sakarya Üniversitesi Devlet Konservatuarı Temel Bilimler Bölümü

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 ağ 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 etkisizleştirmesi 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 “ağa 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 çözülmesini, 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 gelişmekte olan ülkelere yönelik olarak uyguladıkları sömürgecilik stratejilerinin uygulanması için ortam hazırlamıştır.

Kitle iletişim araçları, kent insanının toplumla olan zihnî bağıni şekillendirme de belirleyici olmuştur. Gelişmiş ve gelişmekte olan toplumlarda ekonomik, siyasî, ruhî ve ahlâkî problemler azalmamış, dünyayı tehdit eder hale gelmiştir.

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

Enformasyon toplumu tartışmalarında özellikle gelişmekte 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 oluşturmaktadır; insanlar, ne zaman, nerede, nasıl edindiklerini bilmedikleri gündelik düşünce ve davranışlarını değişmiş bulmakta ve bunun farkında bile olamamaktadırlar.

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 dönüştürül-

meye, 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 adımıza sınıflandırılır, sıraya konulur, 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 gelişmiş bir iletişim ortamı mevcuttur. Bizden binlerce kilometre uzakta yaşayan insanların, aynı gün nelerle karşılaştıklarını, nasıl yaşadıklarını, âdetlerini, geleneklerini, göreneklerini öğrenmek mümkündür.

Her şeyden önce insan olmamız dolayısıyla bazı ortak yanlarımız olduğunu, paylaşabileceğimiz özellikler 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 tanıtmalarıdır. Bu tanıtmada en önemli faktör, yine kitle iletişim araçlarıdır. Bu sebeple turizm konusunda yürütülecek faaliyetler özenle seçilmeli, millî kültürümüzü en iyi şekilde tanıttacak uygulamalara yer verilerek, başta internet olmak üzere iletişim araçlarının sağladığı her türlü imkân kullanılmalıdır.

Kitap gazete gibi kültür taşıyıcılarının dünya üzerindeki sirkülasyonu inanılmaz boyutlara ulaşmıştır. Bu artışa paralel olarak dünyadaki eğitim seviyesinin de yükselmesi bunların etki sahalarını daha da genişletmektedir. İkinci bir dil öğrenme-

nin zaruret haline geldiği günümüzde, bu yöndeki çabalar, kültürlerin aktarılmasını, tanıtılmasını daha da kolaylaştırmaktadır.

Sadece estetik olarak değil, aynı zamanda kendi kültürünü 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 organlarınınca, 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 anlaşılmakta; 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 Huntigton 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 değişmenin kültürel nedenleri incelenirken kültürün temelini teşkil eden tutum ve zihniyet farklılaşmasına dikkat çekmek gerekir. Çünkü, toplumu gelişme yönünde değişmeye 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 determi-

nizmin 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 değişmesini teknolojinin doğurmuş olduğu alışkanlıkların birikmesine göre yorumlar. Toplumsal ilerleme Voblen'e göre, teknolojik değişimin ortaya serdiği bilgi yığılımdır.

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 değişimler 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 artırırken, 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 her şeyden önce kendi başına bir tavır ve davranış değişmesidir. Günümüzde enformasyon teknolojisi ile her şey 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 kılaksa, 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 bireysellikten alenilik, hakikatle senaryoluk, habercilikle kurmacalık zıtlıklarının ortadan kalkması açısından ele almaktadır. Televizyon 1980'lerin başından itibaren önemli bir değişime uğrar. Kablololu 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 değişirebilmektedir. 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 Şeyler söylemek için kullanılıyorsa, bunun sebebi bunca önemsiz bu Şeylerin, değerli Şeyleri gizledikleri ölçüde önemli olmalarıdır." der. Ayrıca, televizyonun nüfusun büyük bölümünün düşünce yapısını oluşturma tekeline sahip olduğunu ve bu gücü gelgeç olaylara önem atfederek, o değerli zamanı boşlukla, hiğle 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 aşırılılıklar 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 raporuna, reklamlara kadar bütün programları içine alır. Televizyonun kültürü belirleyiciliği üzerinde dururken, onun kültür tarafından belirlendi-

gi 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 şu sonuç ve önerileri elde edebiliriz:

17. asır ortalarında Amerika'da gazetenin basılmasıyla medya dünyasında ilkel tartışılmaya başlanmıştır. Bu tartışma ülkemizde 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 yayımlanmakta, 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, iç 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 değişmeler öncelikle halk kültürünü etkileyecektir. Bu değişim gerektiği gibi yönlendirildiği takdirde olumlu olabileceği gibi, yönlendirme yapılamazsa 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 ciddi 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.

Bütünıyla Türk kültürü ile ilgili Türkçe ve çeşitli dillerde internet siteleri hazırlanmalıdır. Günümüz dünyasında çok yaygın olan e-devlet projeleri geliştirilerek resmî kurumların kültürel içeriğe sahip siteler hazırlamaları sağlanmalıdır.

Sonuç olarak; enformasyon toplumunda gelinen 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 yerince 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**, Ötüken 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, Ayrintı Yayınları, İstanbul, 1994.
- TÜRKDOĞAN, Orhan; **Köy Sosyolojisinin Temel Sorunları**, Dede Korkut Yayınları, İstanbul, 1974.

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE MEDYA-KÜLTÜR ÇALIŞMALARI

Belma KURİŞOĞLU*

Televizyon, radyo, basın, reklam, sinema ve internet gibi kitle iletişim araçları ve ortamları olarak medya, toplum içinde her türlü bilgi alış verişini sağlarken, toplumlar arasında da bilgi alış verışı ve buna bağlı olarak da tanıtım için kullanılır. Bir ürünün, bir hizmetin tanıtımı gibi, kültürlerin tanıtımı için de doğru ve yerinde kullanıldığında oldukça etkili bir araçtır.

1952 yılında altı ülke, bağımsız bir ülkeler üstü otorite tarafından kontrol edilen Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğunu kurarak, ekonomik anlamda bugünkü Avrupa Birliğinin temellerini atmıştır. Sadece ekonomik, siyasi, hukuki ve askeri alanlardaki ortaklıkların ve birleşmelerin, toplumları bir araya getirmediği anlaşıldığından resmi olarak 1991 tarihinden bu yana çeşitli alanlarda kültür çalışmaları desteklenmeye başlanmıştır. Farklı kültürlerin yayılması ve tanınması, hem ülkeler içinde göçlerle de çeşitlenen azınlıklar açısından, hem de Avrupa Birliği gibi çok uluslu kuruluşlar açısından belli bir kimlik yaratma, aidiyet duygusu oluşturmanın yanı sıra yabancı düşmanlığı ve ırkçılık gibi toplumsal sorunlarla mücadele etmenin bir yoludur.

Kültür çalışmalarının bir başka önemli boyutu da ekonomi ve insan gücü ile ilgilidir. Örneğin Görsel-İşitsel sanayi Avrupa'da bir milyondan fazla çalışanı istihdam etmektedir. 2005 yılına kadar 300.000 (üçyüzbin) kişiye daha istihdam yaratma potansiyeli bulunmaktadır. Dijital teknolojilerin gelişmesiyle görsel-İşitsel ürünlerin arzında bir patlama olmuştur. 2002 yılında 1.500'den fazla televizyon kanalı Avrupa'da yayın yapmaktadır. İnternet, sinema filmlerinin yapımı ve dağıtımı ile ilgili de yükselen bir çizgi görülmektedir. Uluslar arası pazarlama üzerinde durulmakta bu konuda profesyonellere eğitimler verilmektedir. Ekonomik ve sosyal gelişmelerdeki hedeflere ulaşmada medyaya önemli görevler düşmektedir.

Sinema ve Görsel-İşitsel Medya çalışmaları, Avrupa Birliğinin icra organı olan Avrupa Komisyonunun Ekonomi ve Toplum Alt komisyonuna bağlı Eğitim ve Kültür Direktörlüğünde yürütülürken aynı zamanda Avrupa Komisyonu Uluslar arası ilişkiler Alt komisyonuna bağlı olarak yürütülmektedir. Avrupa Konseyi**, UNESCO

* İ.T.Ü. Türk Musikisi Devlet Konservatuarı, Okutman

** 1949 yılından kurulan Türkiye'nin de üyesi olduğu Avrupa Konseyi, Avrupa Birliğinin bir organı olan Avrupa Birliği Konseyi ile karıştırılmamalıdır.

gibi diğer büyük ölçekli uluslar arası kuruluşlarla bu konuda işbirliği yapılmaktadır.

Avrupa Birliği'nde medya ile ilgili ilişkileri yürüten birimlerin yapılanması

Eğitim ve Kültür Direktörlüğünün Görsel-İşitsel birimi sinema, radyo ve televizyon çalışmalarını kapsamaktadır. Dijital teknoloji, dünya çapında ticari ve kültürel işlerde yoğunlaşırken, yayın, program yapımı, prodüksiyon, dağıtım ve ödeme sistemlerini yeniden şekillendirmektedir. Bu birimin temel amacı, cevap verme hakkı, kültür ve lisan çeşitliliği, azınlıkların korunması ve telif hakkı gibi alanlarda halkın temel haklarını korumak ve Avrupa'nın yenilenme ve rekabet çalışmalarını desteklemektir. Fonlarının % 60 ını eserlerin dış pazarlara tanıtımı ve pazarlanması için harcamaktadır. Kültürel mirasın bir parçası olarak görülen film mirasını korumak için üniversitelerle işbirliği yapılarak modern restorasyon tekniklerinden yararlanılmakta ve çevrim içi ulaşılabilen arşivler oluşturulmaktadır. Eğitim aracı olarak kullanılan dijital ürünler, televizyon ve internet üzerinden kültürel mirasın aktarılması da hedeflenmektedir. Ayrıca bölgesel olarak gerçekleştirilen sanatsal ve kültürel etkinliklerin daha geniş kitlelere ulaştırılması için televizyon veya video, cd, dvd gibi çevrim dışı araçlar yoluyla yayınlanması hedeflenmektedir.

1996-2000 tarihleri arasında Görsel-İşitsel birimi tarafından yürütülen MEDIA 2 programında, 1.350 esere (film, TV filmi, belgesel, animasyon, multimedia), 210 prodüksiyon şirketinin gelişimine, 2 milyondan fazla kişiye ulaşan 7.500 eserin sunulduğu 64 sinema festivaline, 213 Avrupa şehrinde 11 milyon seyirciye ulaşan 742 perdeli 301 sinemaya, yaklaşık 4.000 profesyonel (prodüktör, metin yazarı, kreatör vs.) için 145 eğitim programına destek verilmiştir.

MEDIA PLUS programı, 2001-2005 tarihleri arasında 400 milyon Euroluk bütçesiyle görsel-işitsel sektördeki çeşitli yapısal eksikliklerin giderilmesine ve sinematografik, görsel-işitsel ve multimedya endüstrilerinin gelişimi için elverişli bir ortam yaratılmasına katkıda bulunmak amacıyla oluşturulmuş bir programdır. Tüm bu çalışmalar yürütülürken Avrupa'nın dil ve kültürel çeşitliliği göz önünde bulundurulması hedeflenmiştir. Bu bütçenin 350 milyon Euroluk kısmı geliştirme, dağıtım ve desteklemeye ayrılırken, 350 milyon Euroluk kısmı eğitim amacıyla kullanılacaktır. Türkiye'ye de açık olan bu programda eğitim konuları şöyle sıralanabilir;

- Üretimde kullanılacak, ticari ve sanatsal değerleri artıracak yeni teknolojilerin, özellikle dijital ve multimedya teknolojilerin uygulanması,
- Görsel-işitsel programların finanse edilmesi, yapımı ve dağıtımı için yasal çerçeveler,
- İç ve uluslar arası piyasada, ekonomik, finansal ve ticari yönetim,
- Senaryo yazım teknikleri.

Sinema festivallerini de finansal olarak destekleyen programın en güncel proje örneği CINED@YS2002, Avrupa film mirası haftasıdır. Kasım ayında gerçekleşen bu proje Avrupa sinema filmlerinin gösterildiği, okullara özel gösterilerin yapıldığı dokuz günlük bir festival şeklinde geçmiştir.

Çok yönlü yapısıyla medya ile ilgili çalışmalarda büyük ölçekli kuruluşlara gerek vardır. Görsel-İşitsel EUREKA (Avrupa Araştırma İşbirliği Ajansı), 1989 yılında Paris deklarasyonu ile kurulmuş olup, 1992 Helsinki Bakanlar Konferansında onaylanmıştır. 34 ülkenin üye ve Avrupa Konseyi ile Avrupa Topluluğu Komisyonu'nun ortak üye olarak katıldığı EUREKA, Avrupa'daki görsel-ışitsel sektörün güçlendirilmesini hedefleyen ve fikir oluşturma, finans, yazım, eğitim, yapım, dağıtım, yayın ve arşiv faaliyetlerini destekleyen Avrupa'daki önemli kuruluşlardan biridir.

Görsel-İşitsel EUREKA'nın amacı; öncelikle Avrupa ülkelerini kapsayacak şekilde olmak üzere tüm dünya ülkelerinin geçmişlerinden bugüne kadar korumayı sağlayabildikleri kültür miraslarını yani görsel-ışitsel ve sinematografik eserlerinin korunması ve bu eserlerin kamuoyu tarafından da ortak kullanımı için gerekli yasal düzenlemelerin sağlanması ve gelecek nesillere sağlıklı bir şekilde aktarımıdır.

Görsel-İşitsel EUREKA'nın görevleri;

- Herhangi bir Avrupa ülkesi tarafından benimsenmiş bir önerinin AB üyesi ülkeler tarafından da kabul edilmesini sağlayacak olanakları araştırmak;
- Çalışmalar için gerekli bilgi akışını sağlamak
- AB üyesi ülkeler ile AB üyesi olmayan ülkelerin ortaklaşa gerçekleştirmeyi düşünecekleri tasarımları desteklemek
- Onayladığı tasarımlar için üye ülkeler nezdinde finans kaynakları araştırmak
- Görsel-ışitsel sektör profesyonelleri ile finans ve yatırım kaynaklarını buluşturacak zeminler yaratmak
- Görsel-ışitsel alanda eğitim dağıtım ve yatırım olanaklarını araştırmak, konu ile ilgili tasarımların oluşturulmasını desteklemek ve hayata geçirilmesi için profesyonellerle ilgili kuruluşları bir araya getirmektir.

Kuruluş, Sitges, Atina ve İstanbul'da düzenlediği üç konferansda, ulusal ve bölgesel planda olduğu kadar uluslar arası planda da arşiv görüntülerinin dolaşımını sağlamak ve profesyonellerin halkın belleğini daha geniş kitlelere ulaştırmalarına imkan sağlamak amacıyla, kamu yararına olacak şekilde yaratıcıların, yapımcıların ve yayıncıların hakları arasında gerekli dengelerin gözetilmesini de mümkün kılacak ve taraflar arasında aktedilen sözleşmelere dayalı çözümler ortaya koymuştur. Bütün bu çalışmaların belli uluslar arası hukuksal temellere dayandırılması ve ulusların da bu çerçevede düzenlemeler yapması gerekir. İşte bu sözleşmelerin temeli Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesidir. 1986 tarihinde Viyana'da düzenlenen, "Avrupa'da Televizyonun Geleceği" konulu 1inci Avrupa Kitle İletişimi Ba-

kanlar Konferansında temelleri atılan Avrupa'da görsel-ışitsel çalışmaların ve kamu ve özel yayıncılığının gelişmesi ile ilgili sözleşme 1989'da Avrupa Konseyine Üye Devletler, Avrupa Birliği Üyesi Devletler ile Avrupa Kültür Sözleşmesine Taraf Ülkelerin imzasına açılmıştır. Uluslararası bir sözleşme olan Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi, ifade ve haber alma özgürlüğünün gerçekleştirilmesinin bir yolu olan televizyon yayıncılığında Avrupa ülkeleri arasında ilke, esas ve uygulamalarda birlik ve beraberliği sağlamak üzere düzenlenmiştir. Sözleşmenin amacı sınırötesi televizyon yayınlarının Sözleşmede belirlenen ortak kurallar çerçevesinde yapılarak taraf ülkeler arasında serbestçe dolaşabilmesine imkan tanımaktır. Bilgi ve iletişim teknolojisindeki sürekli gelişimin, ülke sınırlarına bakılmaksızın, ifade özgürlüğünün ve kaynağı ne olursa olsun bilgi ve düşünceleri ifade etmek, aramak, almak ve paylaşmak hakkının daha ileri götürülmesine (ırkçılığa neden olmayacak ve azınlıkların haklarına saldırı olmayacak şekilde) hizmet etmesi gerektiği ifade edilmektedir.

Kültür, sadece ekonomik ve sosyal gelişmede en önemli faktörlerden biri olması dışında üye olmayan ülkelerde demokrasiyi ve istikrarı sağlamak açısından da anahtar bir rol oynamaktadır. Bu yüzden Avrupa Komisyonunun Uluslar arası İlişkiler alt komisyonu, AB ülkeleri dışında kalan 13 bölgedeki ülkelerle sadece ekonomik değil, sosyal ve kültürel işbirliği de yaparak, programlar yürütmektedir. Bu bölgelerden biri de Türkiye'nin de içinde bulunduğu Akdeniz bölgesidir. Avrupa-Akdeniz ortaklığı içinde yürütülen programlardan biri ise radyo, televizyon ve sinemayı hedef alan Euromed Görsel-İşitsel programıdır. Barselona ve Selanik Bildirilerini temel alan bu programın üç temel alanı bulunmaktadır:

- Arşivlerin korunması,
- Yapım ve ortak yapımların desteklenmesi,
- Görsel-ışitsel programların ve ürünlerin yayını ve dağıtımı.

Bu amaçla iki proje geliştirilmiştir:

- Avrupa-Akdeniz ve tematik bir televizyon uydu kanalının kurulmasıdır. Çok dilli ve çok kültürlü olacak bu kanal, ilgili ülkelerin yayımcıları arasındaki var olan ve gelecekteki ilişkileri göz önüne alınarak bölgenin halklarına hitap edecektir.

- Bu bölgenin ülkelerini ilgilendiren kültürel konular ve müzik yayını yapacak bir radyo kanalı açmaktır.

Böylece bir taraftan kültürel farklılıklar korunurken, ortak kültürel değerler de ortaya çıkacaktır.

Avrupa Birliğinin medya çalışmalarına önem vermesinin bir de açıkça söylenmeyen bir amacı vardır. Özellikle televizyon, sinema gibi görsel medya araçlarında yerli yapımlardan çok ABD kaynaklı yapımlar üstünlüğe sahiptir. Bu durum hem ekonomik anlamda hem de kültürel etkilerinden dolayı AB'yi rahatsız etmektedir. Kültür ve Eğitim alt komisyonunun 2002 yılında çıkardığı Le Magazine dergisinin 17.ci

sayısında “Eğlence sektörü: Amerika’nın bir numaralı endüstrisi” isimli makale ile bu konuya dikkat çekilmiş ve Amerikanın gelişiminin en önemli sebebinin eğlence sanayi olduğu, 4.7 milyon kişiye iş olanağı sağladığını, üretimin % 5.4 ünü oluşturduğu belirtilmekte, AB ile bir takım karşılaştırmalarda bulunulmuştur. ABD’nin etkilerinin en belirgin örneklerinden biri ABD sokak kültür ürünü olan hip-hop müziğinin Avrupa’da en az ABD’deki kadar yaygın olarak sunulması ve tüketilmesidir.

Halkların istek ve tutumları da yönetenleri yönlendirmektedir. Bu yüzden Avrupa Birliği İstatistik Kurumunun isteği üzerine The European Opinion Research Group, EEIG tarafından Ağustos-Eylül 2001 tarihleri arasında AB üyesi 15 ülkede yaşayan 15 yaşın üstündeki 16.162 kişiye kültürel etkinliklere katılımların incelenmesi amacıyla bir araştırma yapıldı. Bu araştırmanın medyayı ilgilendiren bölümüne göre Avrupalıların yarısı haftada beş veya yedi defa gazete okumaktalar. Avrupalıların yaklaşık üçte biri haftada bir veya daha fazla dergi okurken, %20 si hiç dergi okumamaktadır. En popüler üç kültürel etkinlik sinemaya gitmek, kütüphaneye gitmek ve tarihi anıtları ziyaret etmek olarak sıralanmıştır. En yaygın sanatsal etkinlik (%29) fotoğraf çekmek ve amatör film çekmektir. Görüşme yapılanların %53 ü hiç bilgisayar kullanmamaktadır, ancak Avrupalıların beşte biri her gün bilgisayar kullanmaktadır. Bilgisayar kullananların %35i internette surf yapmakta, bunların % 9 u her gün, % 58 i e-mail için, %42si herhangi bir konuda bilgi bulmak için, % 40 ı ise iş için kullanmaktadır. Avrupalıların neredeyse tamamı (%98) televizyon seyretmekte, program olarak % 89 u haber programlarını, % 84 ü filmleri, % 62 si belgeselleri, % 50 si ise spor programlarını tercih etmektedir. Bu araştırmanın sonuçlarına bakıldığında günlük yaşantının bir parçası olan medya araçlarının önemi, televizyonun gazete, radyo, internet, sinema gibi diğer medya araçlarına göre üstünlüğünün hala sürdürmekte olduğu görülmekte ise de yeni teknolojik ilerlemelerle internet ve sinemanın da gelecekte oldukça etkili olacağı görülmektedir.

Hem ekonomik anlamda pazarın gelişmesi ve insan gücünün istihdam edilmesi olarak hem de toplumsal anlamda AB ülkeleri içinde ortak kültürlerin ortaya çıkarılıp diğer ülkelere de Avrupa kültür öğelerinin yayılması amacıyla, büyük gücü olan özellikle görsel işitsel medyanın desteklenmesi bu yüzden AB için çok önemlidir. Her konuda olduğu gibi insan gücünün önemi ve buna bağlı olarak da eğitimin bir alt yapı çalışması olduğu bilindiğinden sinema ve görsel işitsel medya ile ilgili hem öğrencilere hem de profesyonellere eğitim verilmesine ayrıca dikkat edilmektedir.

Yaklaşık 50 yıldır kesintilerle süren Türkiye-AB ilişkilerinin en sıcak günlerinin yaşandığı bugünlerde sözümü Türkiye ile bitirmek istiyorum. Avrupa Birliğine katılmanın veya katılmanın, Türkiye’nin farklılıkları ve ortak taraflarıyla birlikte kültürünü başta televizyon olmak üzere bütün medya araçlarında yayınlayacak çalışmalara ağırlık vermesi, internet ortamında bilgi alışverişini artıracak ağların sayısını çoğaltması ve AB’nin sunduğu olanaklar hakkında daha fazla bilgi sahibi olunarak, birçok proje geliştirip kültür alanında bu olanaklardan yararlanması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

1. Directorate-General for Education and Culture, *Entertainment: America's number one industry*, Le Magazine, Sayı 17, 2002
2. Directorate-General for Education and Culture, *Guide to Programmes and Actions*, Brüksel 05.2000
3. SPADARO, Rosario, *Europeans' participation in cultural activities*, The European Opinion Research Group, EEIG, 04.2002
4. www.coe.int, 10.2002
5. www.europa.eu.int, 12.09.2002
6. www.mfa.gov.tr 10.2002
7. www.tdk.gov.tr

GELENEKSEL KÜLTÜR ÖGELERİNİN TANITIMINDA MEDYANIN ÖNEMİ

Bülent KURUŞOĞLU*

İnsanların bilgilendirilmesinde önemli bir görevi üstlenen medya, yeterli ve doğru kullanıldığında, konu ne olursa olsun toplumların yönlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Dünyada düzenlenen bütün organizasyonlara bakıldığında, insanlar üzerinde önemli ölçüde etkili olan medyanın konumu ve ona verilen değer çok önemlidir. Çünkü onun bir anlık tespit edeceği bir olay tüm dünyaya en kısa zamanda ulaşacak ve ilgili ülkenin tanıtımında olumlu ya da olumsuz anlamda yaratacağı etkileri olacaktır. Bu açıdan medyada ortaya konan izlenimler kültürlerin tanıtımında da son derece önemlidir.

Örneğin; Herhangi bir organizasyonda, geleneksel kıyafetleri giyinmiş ve dans eden insanın görüntüsünün izleyiciye bıraktığı etkisini düşünelim. Bir anda ilgi odağı olacak giysisi, dansları ve müziği ile insanların dikkatini çekecektir. Bu olay gerek yerel, gerek ulusal, gerekse uluslar arası hemen hemen bütün organizasyonlarda görülmektedir. Dünyanın en önemli spor organizasyonlarından olimpiyatlarda, hangi ülke tarafından düzenlenirse düzenlensin, gerek açılış programlarında, gerek müsabakalar zamanında gerekse kapanış programlarında geleneksel kültürel değerlerin tanıtımlarına çok önem verilir. 2000 yılında Avustralya'da düzenlenen Spor olimpiyatlarında organizasyon komitesi tarafından yerli halkın (Aborjinlerin) kültürel değerlerinin tanıtımı için düzenlenen programlar oldukça başarılıdır. Bütün dünyanın ilgisinin bu ülke üzerine toplandığı bir zamanda yapılan bu çalışma bir kültürün medya sayesinde en geniş kitlelere aktarımı sağlanmıştır.

2002 Dünya Futbol Şampiyonasında Müsabakalar arasındaki görüntüler dünyada birçok ülke tarafından izlenmiştir. Adeta izlenme rekorlarını kıran bu programlarda televizyon kameralarına takılan bir hayli ilginç görüntülere rastlanmıştır. Konumuz itibarı ile, müsabakaların bir çoğunda geleneksel kıyafetlerini giyip, müziklerini çalıp dans eden insanlar ilgiyi üzerlerine çekmişlerdir. Buna en iyi örnek her zaman olduğu gibi Brezilya dendiğinde Samba yada Samba dendiğinde Brezilya olmuştur. Stadların içinde ve dışında susmak bilmeyen müzikleri, durmak bilmeyen dansları herkesin dikkatini çekmiş ve ilgi ile izlenmiştir. Yaptıkları dans ve müzik adeta sahaya yansımış oynadıkları futbol ile birleştirilmiştir. Bu sahneler televizyon kanalları ile tüm

* İstanbul Teknik Üniversitesi Türk Musikisi Devlet Konservatuvarı Türk Halk Oyunları Bölümü Başkan Yardımcısı

dünyaya defalarca izletilmiş ve tanıtım için Brezilya Futbolu ile Samba Dansı-Müziği paralel olarak insanların beynine yerleştirilmeye devam etmiştir.

Aynı Organizasyona Türkiye' de katıldı. Alınan sonuç itibarı ile elde edilen derece çok önemlidir. Böylesine büyük organizasyonlarda sürekli yer almak oldukça güç olduğundan ele geçirilen bu fırsat ülkemizin tanıtımı ve bizim için daha da önemli olan kültürel değerlerin tanıtımında yeterince başarı sağlanamamıştır. Tanıtım için yapılan programlarda kültürel değerlere yok denecek kadar az yer verilmesi üzüntü verici bir olaydır. Benzer olay yine başka spor organizasyonlarda da yaşanmaktadır. Dünya Basketbol Şampiyonasına katılan Milli Takımımız sayesinde tanıtım amaçlı programlarda kültürel öğelere de önem verilmiş olsa bu değerlerin tanıtımı bir çok ülkede medya sayesinde gerçekleştirilmiş olacaktı.

Medya genellikle bir haberi yayınlacağı zaman, onun herkes tarafından ilgi ile izleyebileceği ve tüm dikkatlerin üzerine çekeceği konuları ele almaya dikkat eder. Genellikle toplum içersinde önemli bir konumda olan kişilerin davranışları her zaman medyanın ilgi odağı olmuştur. Geçmişte İstanbul' da düzenlenen HABİTAT toplantısı nedeni ile Türkiye'ye gelen Amerika Birleşik Devleti' nin o dönemki Devlet Başkanı Medyanın ilgi odağı olmuştu. Organizasyon süresi içersinde düzenlenen gösterilere katılan Başkan Clinton' un program akışı içersinde sahneye çıkan Karadeniz Halk Oyunları Topluluğunu izlerken verdiği tepkiler tüm dünyada izlenmiştir. Genelde yalnızca başkanın görüntülerini alan medya birden onun neye tepki verdiğini anlamış, görüntüye Karadeniz Halk Oyunları Topluluğunu da almış ve yayınlamıştır. Bu görüntüler adeta HABİTAT programı ile bütünleştirilerek bir çok ülkenin televizyon programlarında gösterilmiş ve iyi bir tanıtım olmuştur.

Devletin Kültürel değerlerin tanıtımındaki etkileri çok önemlidir. Ancak bununla ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında ortaya çıkan tablo ve konuya verdiği değerin yetersiz olduğu görülmektedir. İşlevsel olarak etkinliklerinin yanı sıra yardımcı, yol gösterici, destekleyici ve denetleyici olarak da konunun içersinde olmalıdır. Devletin yayın organlarından biri olan Türkiye Radyo Televizyon Kurumu belirtilen aktiviteleri istenilen düzeyde yapamamaktadır. Türkiye' de özel televizyon ve radyo kanallarının yayınlarından önce TRT nin geleneksel kültürel değerleri kapsayan programları da hem içerik olarak hem de sayısal olarak ta yeterli değildir. Özel televizyon ve radyo programlarının izlenme kaygısı konuya ilgilerini daha da azaltmıştır. Oysa bu tür programların geleneksel kültürlerinin tanıtımının yanı sıra eğitimlik faktörlerinin de unutulmaması gerekmektedir. Bu alanda program yapan yapımcılara, onu sunanlara, kameramanından resim seçicisine kadar bütün çalışanlara önemli görevler düşmektedir. Konulardan uzak ve yetersiz kişilerin yapmış olduğu programlar geleneksel kültürel değerlerin tanıtımında yanlışlıklara neden olmaktadır.

Turizm Bakanlığı' nca dünyaya dağıtılmak üzere hazırlamış olan Türkiye' yi tanıtım filmleri dikkatle izlenecek olduğunda kültürel değerlerin tanıtım bölümlerinde geleneksel öğelere çok az yer verildiği görülmektedir. Bu son derece yanlış bir

tutumudur. Turizm amaçlı olsa dahi geleneksel değerlerimizin tanıtımı da tarihimiz kadar, doğamız kadar önemlidir.

Tanıtım amaçlı yapılmış kısacık reklam filmleri insanların aklında reklamın konusu hakkında önemli bir yer tutmaktadır. Konu anlaşılabilirliğinin yanı sıra uzun süre de akılda kalması hedeflenmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde reklam filmlerinin televizyon aracılığı ile çok geniş bir kitleye ulaştığı görülmektedir. Bir hava yolları şirketinin yapmış olduğu reklam filmi akılda kalmanın yanı sıra ülke tanıtımında da önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Özellikle geleneksel kültürel değerlerin tanıtım filminde (Giysi, Müzik, Dans.. vb.) kullanılması ayrı bir değer taşımaktadır.

15 Eylül 2002 tarihinde bir televizyon programında Ege Denizinin hem Türkiye sahillerini ve yerleşim yerlerini hem de komşumuz Yunanistan'ın sahillerini ve yerleşim yerlerinin tanıtımı yapıyordu. Programda Ege denizinin iki yakasından görüntülerin yanı sıra eşlik eden müzikler de yayınlanıyordu. Türkiye'nin tanıtımında fonda duyulan müzikte geleneksellik kullanılmıyorken, ancak Yunanistan sahillerinin tanıtımında geleneksel müzikleri dinlenebiliyordu. Burada her hangi bir yanlışlığa neden olmadan öncelikle belirtilmek istenen konu ülkelerin tanıtımında geleneksel değerlere önem verilmezse yapılan iş son derece eksik ve yanlış olacaktır.

Yakın bir zaman da Özel televizyon kanallarının birinde yayınlanan bir programda ses sanatçılarımızdan birisi ile yapılan bir konuşma görüntüye geldi. Konu sanatçının kendisinin düğün töreni hakkında programın nasıl olacağı konuşuluyordu. Sanatçının kendi ifadesi ile "Düğünümde hiç utanmayıp köy düğünü yapacağım davul zurna çaldıracağım" sözleri yayınlandı. Bu program daha sonra birden fazla televizyon kanalında yayınlandı ve ülke genelinde de izlendi. Köy düğününden ve davul-zurnadan utanılma düşüncesi, hangi mantıkla konuşulduğu tartışılır, ancak belirtilen şekilde düğün yapanlara bu programın izletilmesi de dikkate alınacak bir konudur.

Medyanın ilgi gösterdiği konular daha çok gündemdeki konulardır. Gündem gelişen olaylarla belirleneceği gibi bazen de planlanıp programlanarak ta ortaya çıkarılabilmektedir. Bu nedenle medyanın toplumlar üzerindeki etkisi göz önüne alındığında, meydanında bu konuda üzerine düşen görevleri yapması gerekmektedir. Geleneksel Kültürel Değerlere daha fazla önem vermelidir. Konu ile ilgili haberleri yayınlamalı, bu alanda yapılan sanatsal çalışmalara destek vermeli, medyanın düzenlediği etkinliklerde konuyla ilgili Kurum, Kuruluş ve Kişilerle ilişkiye geçerek daha sağlıklı çalışmalarda bulunmalıdır.

Sonuç olarak; Dünyada birbirinden uzak, birbirinden haberi olmayan insanlar, iletişim çağının sınır tanımayan ortamı ile artık hemen hemen her olaydan en kısa zamanda bilgi sahibi olmaktadırlar. İletişim imkanlarının her çeşidini (televizyon, radyo, gazete, dergi, internet vb..) kullanan medya, insanlara en kısa yoldan ulaşabilen bir araç konumuna gelmiştir. Bu açıdan bakıldığında tanıtım aracı olarak da kullanılan medya, geleneksel kültürel öğelerin en geniş kitlelere tanıtımında da önem kazanmaktadır.

EGİTİMCİ GÖZÜYLE TV REKLAMLARI

M. Zeki KUŞOĞLU

Üretim ve tüketim, var oluşun yaşamanın iki anahtar kelimesi. Hal böyle olunca adına ekonomi dediğiniz şeyinde ta kendisi oluyor bu iki kelime. Kelimeyi neslin devamı manasının dışında tutar isek yani bir şeyi çoğaltma yalnızca insanlara mahsus bir yetenek. Sonuç olarak gerek iptidai, gerekse gelişmiş düzenlerde, adına aracı nesne dediğimiz para ile takas ederek hayatımızı devam ettiririz.

Ancak işin burasında adına ahlak dediğimiz, toplumları ayakta tutan, onları huzurlu, güvenilir, hoş görülü kılan ve temelini dinden alan devletin koyduğu kanunlarla da örtüşen töreler vardır.

Üretilenlere iç ve dış pazar arar iken inanç ve örfi adetlerle uyum içinde olmak gerekir. Toplum değerlerini yok sayarak yapılan tanıtımlar o toplumun değer ölçülerini sarsmasının yanı sıra, hedef kitlece de dışlanmasına ve kınanmasına sebep olur.

Ben şahsen TV' de yayınlanan Belene... dizisinden sonra Coca Cola içmemeye karar verdim. Hatırlanacağı gibi o yıllarda Bulgaristan'da yaşayan soydaşlarımız zulüm görüyorlar ve bulgarlaştırılıyorlardı. Gazeteler hep oradan gelen üzücü haberler ile dolu idi. Bu arada konuyu anlatan yarı belgesel bir film Belene ekrana geldi. Ben ve ailem büyük bir üzüntü ile filmi seyrediyorduk. Birden bire reklam arası geldi. Adeta boşverin Bulgar zulmünü için Coca Cola dercesine bir reklamla karşılaştık. Yerimden kalktım ve TV'yi kapattım. Duygularımı anlatamam. Seyrettiğim sıradan bir film değildi ve onu takip eden günde de konuyla ilgili bir gazete de yazım yayınlandı. Bir reklam grafiği hocası olarak özellikle TV'nin onun geliriyle ayakta durduğunu bilenlerin başında gelenlerdenim.

Ancak neyi, nerede, nasıl, hangi biçimde sunulmalı ki netice alınsın ve geri tepmesin. Bunun hesabının iyi yapılması gerekir. Birde olur olmadık zamanlarda olup olmadık konuların arasında yapılan kadın bezi reklamları var. Bu tip reklamların kadın programları arasında yapılması gerekir. Yine hiçbir program baydırıcı, bıktırıcı olup yeter artık dedirtmemelidir.

Tanınmış ürünlerin en iyi reklamları onu kullananlarca yapılır. Esas reklam piyasaya yeni sürülen ürün için olmalıdır. Tekrarlar ise para harcamadan ileriye gitmez. Tutulan markaların yapması gereken en önemli şeyin zirvede kalabilmek için ürün kalitesini arttırıp fiyatlarını aşağıya çekmek olmalıdır. Ancak onları duyurarak başarılı olabilirler.

Bir kağıt mendil reklamı yapılırken atılacak kağıdın yapılacak reklam kadar ne-reye atılması gerektiği kadar önemlidir. Tıpkı sigara izmaritinde olduğu gibi. Bu

konu yalnızca reklamlarla da sınırlı değildir. Çevirdiğimiz diğer filmlerde de hassas olmalıyız. Çevirdiğimiz filmlerde katillerin yani kötü adamların bile izmaritlerini sokağa veya olur olmaz yerlere atmaması gerekir. Bu yazıyı okuyan ve bu konuşmayı dinleyen sizler ilk otobüs durağında beni hatırlayın. Göreceksiniz ki oralar izmarit çöplüğüdür.

Duvarlara yazı yazıp afiş asmakta öyle. Şu günlerde çok ünlü bir yatak şirketi için yapılan reklamda son derece üzücüdür. Delikanlı elin duvarına bir yazı yazıyor, pıs pıs boya ile arkasından bisikletle babası geliyor o da oğlunun yazdığı duvarın diğer bir boşluğuna bir başka yazı yazıyor.

Olmaz beyler, olmaz beyefendiler. Kimsenin kimsenin duvarına yazı yazmaya, şehrimizi çirkinleştirmeye hakkı yoktur ve olmamalıdır. Belediyelerle el ele vererek sağa sola sorumsuzca yazılan ve yapıştırılan afişlerden şehirlerimizi temizlemeliyiz. Onlara cezai müeyyide uygulamanın zamanı çoktan gelmiş ve geçiyor. Çeşitlerini anlatmak ve yazmakla bitmiyor yanlışlıklar.

Gene bir adam genç bir bayana yere düşen mendilini alıp vererek yardım ediyor. Olay bu ya kadının parfümü çok hoş ve göz göze geliyorlar. Arkadan bir ses “gerisi size kalmış” diyor. Hep söylüyor ve övünüyoruz nüfusumuzun çoğu genç diye. Peki yukarıda söz konusu reklam parfüm reklamı mı? Şüpheliyim ama bu yabancı kaynaklı reklam kendi ülkesi içinde doğru bir seçim değildir.

Reklam olmasa bile, bir de baş ağrımız paparazzi programları var. Konuyu efendimiz ile dul bir kadın arasında cereyan eden bir kıssa ile anlatmaya çalışayım:

Kadının biri efendimize gelerek;

- Ey Allah'ın Resülü, sor bakalım ben cennetlik miyim yoksa cehennemlik miyim diye sormuş. Bir daha ki buluşmada Efendimiz kadına cennetlik olduğunu söylemiş. Kadın hayret ile;

- Ama ben çocuklarımın rızkını vücudumu satarak kazanıyorum, ne olur bir daha sor demiş. İkinci buluşmada Efendimiz kadına cehennemlik olduğunu, sebebinin ise evvelce onu yalnız kendin biliyor idin şimdi ise el duydu, bu durum cemiyeti bozar demiş.

Sonuç; İbadetin açık ve gizli yanları vardır. Günah ve yanlışlar gizli kalmalıdır. Çünkü onların duyulması cemiyet için zararlıdır. Yapanlar çoğu kere pişmandırlar ve ızdırap duyarlar. En büyük tehlike ise şimdilerde toplumumuza doğrularımızın yanlışmış gibi gösterilmesidir.

Benim görüşüm ise TV önce bir eğitim öğretim aracıdır sonra da öğretirken güldüren, düşündüren ve eğlendirendir.

AZERBAYCAN'DA HALK KÜLTÜRLERİNİN İLETİŞİM ARAÇLARI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ ÜZERİNE (DEDE KORKUT FİLMİ ÖRNEĞİ İLE)

Prof. Dr. Alaeddin MEHMEDOĞLU*

Merhaba, Sempozyuma Gelen Kıymetli Bilim Adamları, Misafirler ve Öğrenciler.

Bildirime bir anıyı hatırlatmakla başlamak istiyorum.

Yıl 1918 Azerbaycan tarihinin telatümlü günlerinden biri. İngilizler Hazar Petrolüne sahiplenmek için Bakü'ye girmişler. İngiliz generali Bakü milyoncusu ünlü Hacizeynal Abidin Tağıyev'in misafiri olur. Yemek masasında kendini tutamayarak:

- Hacı, Sen bu kadar zenginsin. Bu halının üzerinde sergilenen semer (hamalların yük taşırken yüklendiği deriden sırt yastığı) neye gerek?

Hacı vakit kaybetmeden sinirli halde:

- Hürmetli general, siz bunu anlayamazsınız. Bu semer benim geçmişimdir. Gözümün önüne kodum ki geçmişimi unutmayayım. Çizgimden çıkıp yolumu şaşır-mayayım.

Bu anıyı söylemekle şunu vurgulamak istiyorum ki, üç gündür bu muhteşem salonda bize geçmişimizi hatırlatan halk kültürümüzü gözler önünde sergileyen T.C Kültür Bakanlığı Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğüne, Sakarya Üniversitesi Devlet Konservatuvarı iş birliği ile Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik Kulübü Başkanlığına çok sağ olsunlar diyorum. Onlara içten teşekkürler ederek. Yeni yeni uğurlar arzuluyorum.

AZERBAYCAN halk kültürlerinin tarihi onu yaratan halkın kendisi kadar eskidir. Bütün halklarda olduğu gibi Azerbaycan Türk edebiyatı da önce halk edebiyatı şeklinde olmuştur. Azerbaycan Türk'ünün yarattığı destanlar, masallar, türküler, ezgiler, atasözleri, latifeler (fıkralar), bulmacalar, âşık koşmaları vs. nesilden nesile geçerek hafızalarda yaşamıştır.

* Sakarya Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü

Azerbaycan ağız edebiyatının ilk defa ne zaman, nerede oluştuğunu belirlemek mümkün değildir. Umumiyetle, hiçbir halkın ağız edebiyatının kökenini somut olarak aydınlatmak olanaksızdır. Lakin bu o demek değildir ki, Azerbaycan halk kültürünün ağız edebiyatının kökeni bizim için tamamen karanlıktır. Araştırmacılar belirlemişlerdir ki, halk kültürünün ağız edebiyatının ilk örnekleri sayılan “emek türküleri” (nağmeleri) çok eski zamanlarda ilkel devirde yaratılmıştır. Böyle ki, eski zamanlarda insanlar bir sıra ağır işleri birlikte görmenin faydalı olduğunu anlamış, hayvanları avlamağa veya başka işlerde birlikte çalışmışlardır. Bu iş birliği ilk “emek nağme”lerini yaratmıştır. İkel insanların iş görme sürecinde gördükleri işlerin uyumuna(ahengine) uygun olarak dedikleri kelimeler ilk emek nağmelerinin temelini oluşturmuştur.

İnsanların birlikte çalıştıkları zaman nağme okuması âdeti de şimdi de kalmıştır. Bugün böyle ağır yükü kaldıran adamlardan biri görülen işin ahengine uygun sözlerle hemen işin icrasına önderlik eder. Mesela “ Bir, iki güc ver kaldır!” veya hut “ ha bir de, ha bir de” kelimelerini ahenkle söylenilir.

Azerbaycan halk kültürlerinin tarihi kökleri çok eski zamanlara dayanır. Lakin halk kültürlerinin yaygınlaşması, halk bilimi, halk edebiyatının toplanıp yayılması 19. yüzyılın son devirlerine aittir. Büyük ve heybetli bilim adamı, filozof ve Azerbaycan tiyatro sanatının temelini ortaya koyan Mirza Fethali Ahundov’un adıyla bağlıdır. Onun âşık şiiri tarzında yazılmış eserleri “Terekeme Kadın İle Molla Kerim’in Konuşmaları” ağız edebiyatı ile yayılan ünlü “Ha tuşu ninem, ninem, ninem” türküsünden iktibas edilmiştir.

Azerbaycan halk edebiyatına ait ilk makale Prof.Dr. Mirza Kazım Bey’in (1802-1887) adıyla bağlıdır. Onun 1848 yılında “Severnoye Obrozreniye” (Kuzey İcmalı) dergisinde yayınlanan (Firdovsi eserlerinde Fars Esatiri) makalesi o devirde Rus aydın toplumunun dikkatini çekmiştir.

Azerbaycan halk kültürlerinin toplanıp yayılmasında devrin aydınlarından Firudin Bey Köçerli, Eynalı Sultanov, Reşid Bey Efendiyev önemli işler görmüşlerdir. Böyle ki Firudin Bey Köçerli’nin “Balalara Hediye”(Çocuklara Hediye) kitabında atasözleri, masallar, türküler, çocuk oyunları ve çocuk şiirlerine geniş yer verilmiştir. Firudin Bey Köçerli halk kültürüne büyük önem verirdi. Hatta, eğitim ve öğretimin halk kültürü ile başlamasını tavsiye etmiştir.

Azizim vatan yahşı
Geymeğe keten yahşı
Gezmeğe gurbet ülke
Ölmeğe vatan yahşı.

Halkı vatan sevgisiyle coşturan alim ve eğitimcilerden biri de Hasan Bey Zerdabi’dir. O, eğitim ve öğretimde VATAN, HALK ve TOPRAK sevgisi sergileyen eserlerin eğitimine geniş yer verilmesini istiyor. Onun “Gap”(Sohbet) ve “Ayl Kar-

deşim Ayıl!” nağmeleri çocukları, gençleri ve bütün halkı bilime ve kültüre çağırıyordu.

1875 yıllarında yayınladığı Ekinci gazetesinde halk edebiyatı ürünlerini neşrettirirdi.

Halk kültürü ve halk diline değer veren aydın yazarlardan biri de heybetli dramaturg ve fikir adamı Celil Memmedkuluzade'dir. O, 1906. yılda yayına başladığı Molla Nasreddin dergisinde “ Sizi Deyip Gelmişem, ey Benim müslüman kardeşlerim” sloganı ile işe başlamıştır.

Azerbaycan halk biliminin temeli 02.11.1923 yılında “Azerbaycan tetkik ve tebe cemiyeti”nin kurulması ile kurulmuştur. Cemiyeti amacı halk kültürlerinin toplanması, neşri ve yayılmasıydı.

Cemiyete önce 40 adam (kurucular) dahil olmuştur. Semed Ağamalıoğlu, Dadaş Bünyezade, Sultab Mecid Efendiyev, Ruhullah Ahundov, Üzeyir Hacıbeyli, Celil Memmedkuluzade, Gazanfer Musabeyov, Tağı Şahbazi vs. Ruslardan V.V Barthold, A.N.Samayloviç, Nikolay Marr, İ.N. Meşşaninov, V.Gardlevski, N.İ Juze ve V.M. Zummer de dahildir.

Ali Nazım “El (halk) edebiyatında Tabiiik “ makalesinde halk kültüründen övgü ile bahsederdi.

Henefi Zeynalı (1896-1838) halk kültürünün toplanması klavuzunu yazmıştır. 1926 yılında Azerbaycan atasözleri ve deyimleri” kitabını neşrettirmiştir. Sonraları “Halk Ağız Edebiyatı, Azerbaycan El Edebiyatı” eserlerini yazmıştır.

Yusuf Vezir Çemenzemini (1887-1942) ilk defa Melik Memmed nağilını (masalını) neşrettirmiştir. 1919 yılında Azerbaycan Edebiyatına Bir Nazar Kitabını yayınlamıştır.

Veli Xuluflu (1894-1938) Azerbaycan Cumhuriyeti Tovuz İlçesi Aşık Hüseyin Bozalğanlı'nın dilinden 1927 yılında Köroğlu Destanı'nı neşrettirir. 1928 yılında ise Bulmacalar kitabını neşrettirir.

Salman Mümtaz (1884-1938) “El Şairi Kurbani” (1923), “Aşık Abdullah”(1927), “Unutulmuş Yapraklar” (1936) yayınlatır.

Himmet Alizade (1907-1941), Köylerden Topladığı Kaynaklara dayanarak Aşıklar, Aşık Elesker, Bayatılar (Ninniler) kitabını yayınlatır.

Acı bir hakikat de olsa diyebiliriz ki, bu bilim adamlarının çoğu 1937 yılındaki soykırımın kurbanı olmuşlardır. Sonralar 1950-1960'lı yıllardan sonra halk bilimi alanında Prof.Dr. Hamit Araslı, Prof.Dr. Memmed Hüseyin Tahmasib, Prof.Dr.Ehliman Ahundov gibi başka bilim adamları da önemli işler görmüşler.

Azerbaycan halk kültürünün toplanıp yayılmasında Türk Dünyasının heybetli bestecisi ünlü Üzeyir Hacıbeyli'nin (1885-1948) büyük emeği vardır. O, 1907 yılında yazdığı “Leyli ve Mecnun” operası ile Azerbaycanın yanısıra Türk Dünyasında

da milli opera sanatının temelini ortaya koymuştur. Sonra birbirinin ardınca Şeyh Senan (1909), Rüstem ve Zührab(1910), Şah Abbas ve Hursid Banu (1912), Aslı ve Kerem (1912), Koroğlu (1937) gibi ünlü operalar yayınlamıştır.

Üzeyir Hacıbeyli'nin musıkilı komedileri de ünlüdür. Er ve Avrat (Koca ve Karı) (1909), O Olmasın Bu Olsun (1910), Arşın Mal Alan(1913) adlı musıkilı komedileri dünyada şöhet kazanmıştır.

Büyük besteci Üzeyir Hacıbeyli halk mahnı (nağme) larının nota alınması yolunda da önemli işler görmüştür. O ünlü şarkıcı Bülbül ile birlikte bir sıra halk nağmelerini nota geçirmiştir.

Azerbaycan Cımhuriyeti'nde halk kültürlerinin değerdendirilmesine dikkat edilmiştir. Özellikle vurgulamak isteriz ki, “Harı Bülbüller”, “Oku Tar” yarışları ve folklor şölenlerinin yapılması ananevi hal almıştır. Yeni yeni birlikler, kulüpler, “Tello”, “Yallı”, “İrs” ansambılları dünya şöhetini kazanmıştır. Ünlü muğam ustalarından Zeynep Hanlarova, Arif Babayev, Alim Kasımov, Sekine İsmailova, İslam Rızayev ve başkaları Azerbaycan Türk müziğini dünyaya yaymışlardır.

Eski zamanlardan başlayarak Azerbaycan'da Dede Korkut destanlarına büyük ilgi olmuştur. Prof.Dr. Vagif Velıyev yazıyor...”Mirze Fethali Ahundov özü (kendi) oluşturduğu alfabe ile yazdığı ve şimdide arşivinde korunan aşağıdaki şiir örneği Kitab-ı Dede Korkut'tan alınmıştır.

Gelin **ayran** demedim ben Dede Korkut

Ayran **doyuran** demedim ben Dede Korkut

İğneye **diken** demedim ben Dede Korkut

Dikene **söken** demedim ben Dede Korkut

Azerbaycan'da Dede Korkut destanlarını öğretilmesi 1920'li yıllarda başlamıştır. Bu hususta Prof.Dr. Paşa Efendiyev yazıyor ki, Kitab-ı Dede Korkut destanları Sovyet hakimiyetinin ilk yıllarında faaliyet gösteren, folklor bilimcisi olan Emin Abid 1920'li yıllarda Kitab-ı Dede Korkut destanı hakkında birkaç makale yazmış ve “Dan Ulduzu”(Tan Yıldızı) dergisinde (1929, No:5,8) yayınlamıştır.

Sonraları Dede Korkut destanı yasaklanmıştır. Hiç unutamam 1961 yılında Prof.Dr. M.H.Hüseyinzade sakin bir halde kendine has bir üslupla anlatıyordu.

- 1940'lı yıllar idi. Bakü Devlet Üniversitesi, Filologia Fakültesi'nde “Dede Korkut destanlarının dili” konusunda ders veriyordum. Dede Korkut Azerbaycan Türk destanıdır. Olaylar da esasen Azerbaycan coğrafyasında cereyan ediyor...”

Teneffüse çıktığımızda:

- Muhtar Muallim, sizi aşağıda siyah araba bekliyor gidelim.

Ben kendimi kaybettim, nerede hata yaptığımı düşündüm. Kolumdan tutarak arabaya bindirdiler. Çok heyecanlandım. Ne yapacağımı bilemiyordum.

Beni devrin Komünist Parti başkanı Mir Cefer Bağırov'un makam odasına getirdiler. Kapı açıldı. Mir Cefer Bağırov sinirli halde geziniyordu. Onun heybetli sesi sanki beni uykudan uyandırdı.

- Eee Muhtar Muallim, Dede Korkut ne zamandan beri Azerbaycan destanıdır? Sana saygım var. Bu sefer bir şey yapmayacağım. Sınıfa gidip söyle ki, Dede Korkut Türk destanıdır.

Cevap vermeğe takatim kalmamıştı. Beni okula getirdiler. Derse devam ettim. Kendimi toparladıktan sonra teessüf hissiyle dedim:

- Talebeler, ben yanlış söylemişim. Dede Korkut Türk destanıymış...

Sayın sempozyuma gelen misafirler biz böyle acılı günler geçirdik. O günler artık arkada kalmış. Türk Dünyası geleceğe doğru emin adımlarla ilerliyor. Dede Korkut ortak destanımızdır. "Dede Korkut" destanında Oğuz kahramanlarının vatan, toprak sevgisi, psikolojisi, hayat ve yaşamı, aile yapısı ve terbiye usulü, oğulun ata-ana uğrunda fedakarlığı, kardeş muhabbeti ve sadakati insanlığa örnektir.

Şimdi de dikkatinize Azerbaycan Türk yazarı Anar'ın seneryosu esasında yapılmış "Dede Korkut" filmi sunuyorum

Saygılarımla. .

RADYO - TELEVİZYON YAYINLARI VE DEĞİŞİM

Mehmet METE*

TELEVİZYONA BAĞIMLILIK GELİŞMİŞ ÜLKE ORTALAMALARININ ÜZERİNDE

Son on yılda yapılan araştırmalar her yüz kişiden 96 sının mutlaka televizyon seyrettiğini göstermektedir. Bu yılın Haziran ayında 15 il ve bağlı yerleşim yerlerinde, 2121 denek üzerinde yapılan son araştırmalarda da televizyon izleyenlerin oranını %94.62 yi bulmaktadır. İzlemeyen %5.42 oranındaki grupta televizyonu olmayanlar, hastalar, engelliler, çok yaşlılar ve televizyon izlemeyi reddedenler bulunmaktadır.

İnsanlarımızın televizyon izlemeye ayırdıkları süre ise ortalama 3.5 saattir. Ancak bazı evlerde bu süre 8 saate kadar çıkmaktadır.

TELEVİZYON KANALLARININ İZLENME PAYLARI

Ankara'da Gazi, ODTÜ ve Başkent, İstanbul'da Mimar Sinan, İzmir'de Ege Üniversiteleri ile Adana'da Çukurova, Antalya'da Akdeniz, Bursa'da Uludağ, Diyarbakır'da Dicle, Edirne'de Trakya, Erzurum'da Atatürk, Hatay'da Mustafa Kemal, Konya'da Selçuk, Samsun'da Ondokuz Mayıs, Van'da Yüzüncü Yıl ve Trabzon'da bulunan Karadeniz Teknik Üniversitesine bağlı 10 u profesör, 9 u yardımcı doçent ve doçent olan öğretim üyesinin de katıldığı "Televizyon Yayınları Kamuyu Araştırması" (Haziran 2002) sonuçlarına göre kamu ve özel TV kanallarının izlenme payları ilişikte verilmiştir.

EN BÜYÜK HABER KAYNAĞI TELEVİZYON HABERLERİ

Televizyon yayınlarında yer alan "Haberler" büyük kitleleri ekran başına topluyor. Yapılan araştırmalarda birincilikten hiç düşmeyen program türü, haber ve haber programları olmaktadır. Bu program türünü "Drama Yapımları" , "Müzik

* TRT Yayın Planlama Dairesi Başkan Yardımcısı

Programları” , “Müzik Eğlence Programları” izliyor.

Hafta sonlarında, haber bültenlerini izleme oranı Ankara’da gece geç vakitte yayınlanan haber bültenlerinin izlenme oranı ise İstanbul’da diğer illerden daha yüksek.

Sabah saatlerinde yayınlanan haber bültenlerini daha çok kadınlar, akşam ve gece saatlerindeki haber bültenlerini ise daha çok erkekler takip ediyor.

Haber bültenleri izleyicileri içinde en anlamlı ilişki, eğitim düzeyi ile ilgili. Genel olarak eğitim düzeyi yükseldikçe haberlere olan ilgili de artıyor.

Öte yandan insanlarımız için “Televizyon Haber Bültenleri” en önemli “Haber Kaynağı” nı teşkil ediyor.(%83.1) ikinci sırada “Gazete” (%12.4) , üçüncü sırada da “Radyo” (%3.8) yer alıyor.

CNN TÜRK, NTV VE KANAL 7 İZLEYİCİ SAYISI HABER SAATLERİNDE ARTIYOR

Son yapılan araştırmalar NTV, CNN Türk ve Kanal 7 televizyon kanallarının haber saatlerinde genel izleyici sayılarını büyük oranda artırdıkları gözlenmektedir. Bu artış oranı CNN Türk’de %87, NTV’de %61, Kanal 7’de %26 ya kadar çıkmakta.

Öte yandan izleyiciler TRT’de yayınlanan haberleri çok büyük farkla “En Güvenilir” bulurlarken, özel televizyon kanalları içinde sırasıyla, NTV, Kanal 7 ve ATV kanalları en güvenilir haber yayını sunan televizyon kanalları olarak izleyicilerin kanaatini oluşturmaktadır.

TELEVİZYON YAYINLARI TOPLUMU DEĞİŞTİRİYOR

Yaklaşık yirmi yıldır “Televizyon Yayınlarının Etkileri” ölçülmeye çalışılıyor. Tespitlere göre televizyon yayınları, günlük alış-verişlerden spora, müzikten sağlık konularına kadar pek çok alanda izleyicileri tesir altında bırakmakta ve onların alışkanlıklarını ve beklentilerini değiştirmekte.

Çağdaş teknolojinin tüm imkanlarının kullanıldığı TV yayınlarıyla toplumun her kesimi etkileniyor, özellikle kültür, sanat ve düşünceyi değiştirici ve yönlendirici özelliğe sahip bu güç, hedef kitlenin davranış değişikliklerine sebep oluyor. Genel sağlıkla ilgili TV programlarının davranış değişikliğine olan etkisi %18 e kadar çıkmakta ve temel sağlık bilgilerinin elde edilmesinde yararlanılan kaynaklar içinde televizyon yayınlarının payı ilk sırada yer almaktadır. Televizyon kanallarında yer alan hareketli ve hareketsiz reklam yayınları, pazarlanan ürün satışlarını %25.52 ye kadar artırabilmekte, “Çevre” ile ilgili programları izleyen çocukların

%9.4 ü olumlu davranışlara yöneliyor.

Öte yandan, televizyon programlarında yer alan “Bedensel Saldırı”, ”Korkutma”, “Yakma-Yıkma-Patlama”, “Sözlü Saldırı”, “Kavga”, “Soygun”, “Ev’de Şiddet”, “Hayvanlara Yönelik Şiddet” gibi sahneler özellikle çocuklarda olumsuz davranış değişikliklerine sebep oluyor.

Erkekler %81.70 oranla şiddet sahnelerini sürekli izlerken kadınlarda bu oran %65.47 ye düşmektedir.

İşin düşündürücü yanı eğitim düzeyi yükseldikçe şiddet sahnelerine olan ilginin artmakta olması.

MÜZİK TERCİHLERİNDE DEĞİŞİM

Televizyon toplumu etkileme ve belli oranlarda değiştirme gücünün “Müzik Tercihleri” konusunda daha yüksek oranlarda değişim gösterdiği yapılan araştırmalarda ortaya çıkmıştır. Örnek vermek gerekirse 1992 yılında Türk Halk Müziği (THM) türünde %32 olan tercih ve izleme oranı 1997 yılında %28 e düşmüş ve düşüş daha sonra da devam etmiştir. Büyük oranda Türk Halk ve Türk Sanat Müziğine bağlı kitlelerde önemli kopmalar mevcuttur. Pop Müzik (TSHM) türünde ise son yedi yılda %46 ya varan oranda yükselme ve değişim gözlenmektedir. Arabesk Müzik, Tasavvuf Müziği ve Klasik Batı Müziği türlerinde de önemli yükselmeler söz konusudur.

İnsanlarımız, radyo-televizyon yayınlarının etkisiyle müzik dinleme süre, zaman ve mekanları ile müzik türü tercihleri ve müzik dünyasında beklentileri de değişmektedir. Coğrafi bölgeler, yerleşim tercihleri ve müzik dünyasından beklentileri de değişmektedir. Coğrafi bölgeler, yerleşim yerleri, cinsiyet, yaş grupları, meslek grupları, gelir düzeyleri ve eğitim düzeyleri açısından bakıldığında değişim farklı farklıdır.

FOLKLOR

Braun MİKLOS

Değerli katılımcılar!

Folklorun konumu ve anlamı üzerine hazırlanan bu sempozyumda olduğum için mutluluk duyuyorum.

Bu sosyal alanda yapılan yüzeysel, basit bir analiz değildir. Bu çalışma geçmişten günümüze gelen sosyal ilişkileri araştırmayı gerektiren bir incelemedir. Özellikle yirmi birinci yüzyıl değerlerimizin değişime uğradığı önemli bir fenomendir. Avrupa Birliğinin iyi niyetli birleştirici yaklaşımıyla bu değişim süreci durdurulmaya çalışılmıştır. Yıkıntı, harabe halinde olsalar bile Batı Avrupa Kültürünün Orta Doğu Avrupa Kültürüne ihtiyacı vardır. Batı Avrupa'nın tüketici özelliklerine karşın Orta Doğu kendisine ait olan davranış özelliklerini, kendi öz benliğini, geçmiş kültürünü korumayı başarmıştır.

Geleneksel kültür dediğimiz geçmiş değerlere şiddetle ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda insanın folkloru yani köklerine ihtiyacı olduğu önemle belirtilmektedir. Folkloresiz yerimizi yurdumuzu kaybetmiş oluruz. Yaşamın kalitesi, hür iradenin engellenmesiyle zarara uğratılmaktadır. Anarkronistik araçlarla yol alamayız. Olumlu bir adım atmak için geleneksel kültürü canlandırmalı, ayakta tutulmalıdır. Bu alanda çalışmalar yapmak oldukça zordur çünkü dünya farklı bir yöne doğru gitmektedir. Bu durumda medya önemli bir rol üstlenmektedir. Çünkü medya bilgiyi aktarma gibi monarşik bir güce ve büyük bir ahlaki sorumluluğa sahiptir.

FOLKLORUN ÖZÜ NEDİR?

Folklor yani geleneksel kültür, kültür toplumunun gelenekler üzerine kurulu bir grup yada kişi tarafından topluma yansıtılan kompleks bir yansıdır. Geleneksel Kültür. Toplumun gereksinimlerini temsil edip toplumun sosyal ve kültürel kimliğini yansıtır. Bununla ilgili örnekler ve değerler sözlü gelenek, taklit yada diğer şekiller içine yayılmıştır.

Folklor ile ilgili değerler şöyledir: Dil, edebiyat, müzik, dans, oyun, mitoloji, din, mimarlık, zanaatkarlık ve diğer sanatlar.

Kendi kültürümüzü anlamak ve saygı duymak, bize diğer kültürleri farklı olsalar dahi anlamamızı ve onlara saygı duymamızı sağlar. Toplumdaki karmaşıklığın en büyük nedeni diğer farklı kültürleri anlamamak ve anlayış göstermemektir. So-

nuç olarak her bir forum geleneksel kültürün korunması ve devamının sağlanması bağlamında önemli bir görev üstlenmektedir ve yine geleneksel kültür insani bir yaşam için bizi bir araya getirir.

Bu toplantıyı çok önemsiyorum, çünkü yedi farklı ülkeden uzmanlar geleneksel kültür konusundaki fikirlerini burada açabilecekler. Umarım bu alanda ortak çalışma stratejisi belirleyebilirler.

Unesco Kongresi (1989) geleneksel kültürün korunması konusunda öneriler toplanmıştı. Bu daha ileri bir ortaklık için faydalı bir aşama olarak görülebilir.

Bu giriş bölümü benim de bu konuda desteklediğim fikirleri yansıtıyor. Çünkü bende hem bir öğretmen hem de bir sanatçı olarak çalışmalarım aynı sorunlarla karşılaşyorum.

Makalemden Macar Geleneksel Kültürünü, Halk Danslarının içeriğini ve Halk müziğini özetlemeye çalıştım.

Macar Halk Dansı, Halk Müziği ve Gelenekçiliği hakkında

Macar sanatı birkaç on yıldır büyük önem kazanmış ve tanınmaya başlamıştır. Bu, bir miktar da politik, idari ve bilimsel hayattaki başarılarla da bağlıdır.

Bu öznel konudaki ortaklık çok fazla çelişki içermektedir ve burada bunları açmamayı tercih ediyorum.

Halk sanatının gelişimde önemli değerler vardır, fakat burada vaktimiz dar olduğu için, 1930'lardan bu yana olan hareketlere ve onların özelliklerine değinmek istiyorum.

Popüler sanatın ilk önemli açılımı (1937), Bela Paulini'nin adıyla anılan 'Gyöngyösbokreta' diye bilinen harekettir. Önemi, mevcut köy hayatının temsil amacıyla, sadece köy gruplarını içermesindedir. Bu gruplardan 100 kadar vardı ve ulusal ve uluslararası düzeyde büyük takdirle karşılanmışlardı. Yerel ve yabancı basında önemli yer buldu. Diğer kazançlarının yanında, geleneğin sürmesini de sağladı-etkileri bugünde sürmektedir.

Genç ve profesyonel açılımlar da bu dönemde doğdu. Her şeyden önce, onlar tüm politik hareketlerle bağlantılı çalıştılar, devletin ya da kilisenin resmi alanında da aktif oldular.

'Regöscserkes' diye bilinen hareket özel bir Macar örgütlemesi olarak tanımlanabilir. Bu açılımın başlıca işlevi halk sanat eserlerini toplamak ve işlemektir.

Bu dönemde halk dansının da bir alan olarak önem kazandığını da söylemek gerekir.

II.Dünya Savaşı'nı takip eden dönemde ideolojik temele dayalı hareket karak-

teristiktir. Amaçlanan şey genç işçi sınıfının halk dansına alışması ve sahnenin resmi ideolojiyi yansıtmasıydı. Tarihçilere düşen bu periyodu incelemektir.

1950'lerde profesyonel kurumlar oluşturuldu. Sanatın bu alanını destekleyen kurumlar sistemi gelişmeye başladı. İçlerinde en popülerleri Institue of Populer Art'dır. Etnografya bölümü bir yandan köy halk sanatı faaliyetlerine yardımcı oldu, diğer yandan da dans, gelenekler ve hak grupları üzerine geniş ve derin çalışmalar yaptı. Bu dans/oyun çalışması daha sonraki akademik dans/oyun çalışmalarına zemin oluşturdu.

Halk dansları ile ilgili yayınlar bu enstitüye aittir. Dans figürü yazısı da burada ortaya çıkmıştır. Bu ülkemizde hala kullanılmakta olan Laban's sistemidir. Ben kendim de bu sistemi öğrenmekteyim.

1970-80'ler geniş ölçüde profesyonel kalkınmayı getirdi. Ülke çapında folk şarkısı ve gelenekselliği koruma hareketi başladı. (Röpülj pava) Dans evleri genç vatandaşlar arasında gittikçe daha popüler hale geliyor. Hareketin kendisi, sınırın ötesindeki Macarların kültürel araştırmalarının sonucudur. (Öncelikle Transilvanya müzik ve dans kültürü, baskın bir güçle etki yaptı.)

Halk dansı hareketinin (amatör) profesyonel sonuçları, profesyonel bütünlüğün aktivitelerinde yer buldu. Folklorle ilgilenen bilimsel kuruluşlar, organizasyonlar, atölyelerle irtibat halindeler. 1970'lerin başında Macarya Bilim Akademisi'nin Bağımsız Dans Bölümü faaliyet göstermeye başladı. Folk müziğinin toplanması, görüntülenmesi, dans ve kostüm gelişir. Çok miktarda film ve müzik metaryeli bir araya getirilir. Araştırmaların sonuçları profesyonel atölyelere gider ve sahne formunda halka ulaşır.

Tüm ülkeyi içerecek şekilde profesyonel, metodolojik merkezler kuruldu. Varolan festival merkezlerinin programları folklor popularitesini ülkede ve aynı zamanda yurtdışında geliştirir.

Başka önemli festivaller:

Kaloska - Geleneği muhafaza eden uluslar arası festival

Szolnok - Ulusal kareografi festivali

Zalaegerszeg - Oda dansı festivali

Budapest - Folk dansı antolojisi

Budapest - Dans-evi buluşması

Yukarıda listelenen festivallerin yanı sıra sayısız bölgesel ve yerel festivaller yapıldı. Bu olayların en büyük yararları Uluslar Arası ilişkileri daha güçlü kılmaktır. Medyanın varlığı ve işbirliği güçlüdür yazılı basında haberler, raporlar, kritikler çıkar.

Folklor programlarıyla ilgili radyo ve televizyon yayınları düzenlidir. Macar televizyonu aracılığıyla “Macar Folk Dansları” isimli film dizisi hazırlanır. Macar halkı ve Macaristan’da yaşayan ulusların müzik ve dans geleneği geleneksel kurulmuş değerleriyle sunulur.

Bu dönem Macar Folklorunun büyük çağını belirtir. Dış ülkeleri dolaşarak kendim bizzat ilgilenilen folklorun sunulduğu kadar iyi sonuçlar aldığımız deneyimi edindim. Avrupa’nın her yanında profesyoneller Macar okulundan bahsetti. Başarıyı aşırı abartma gibi bir niyetim yok ama bu dönem gerçekten Macar Folkloruna karşı Uluslar Arası yaklaşımı sağladı.

Bu sonuçlar, folklorlardan sorumlu kuruluşlar ve kişileri tutkularını uygulayabilmeleri nedeniyle artabilir. Medya bu yayının varlığını ve başarının opülizasyonunu yararlı ve çekici olarak kabul etti. Bu dönem- yaklaşık 20 yıl- önemli doğal gelişmeyle Avrupa Kültür mirasının korunmasına büyük ölçüde katkıda bulundu.

90’lı yıllar – Değişim süreci

Sosyal sistemde değişiklik Macaristan’da 1989 yılında gerçekleşmiştir. Siyasi değişimin sonucunu Pazar ekonomisinde görülmektedir. Devlet destek sistemi radikal olarak değişmiş, devletin sorumlulukları sınırlandırılmıştır. Devlet destekli kurum ve kuruluşlar artık çalışamayacaklardır. Folklor grupları dahil olmak üzere tüm kültürel kuruluşlar devlet desteğini yitirmişlerdir. Bunun sonucu olarak peş peşe çalışma atölyeleri kurulmuştur.

Kurumlara verilen mali devlet desteği yurt çapında en düşük seviyeye indirilmiştir. 70’li ve 80’li yıllarda kurulan sistem çökmeye başlamıştır. Bir çok profesyonel atölye istençdışı çalışmaya başlamış, sadece devamlılığı sağlamak adına kendi profillerinin dışında gönülsüz bir çalışma yürütmüşlerdir. Kurumlar tüm enerjilerini bu işe yöneldiklerinden, profesyonellik kavramı arka plana itilmiştir. Bu süreçte medya ön plana çıkmıştır. Bilgi aktarım biçimi değişmiştir. (İnternet’in yaygınlaşması, özel televizyonlar).

Yazılı görsel medya, farklı yöntemlerle yayım ve yayın sayısını artırmaktadır. Bu reklam pazarında elde etmek için iyi bir şanstır. Bu geleneksel kültürün çok ama çok eskiye uzandığı anlamına gelir.

70’li 80’li yılların medyası folkloru popüler hale getirdi. Bu günlerde bu tamamen değişti. Devlet televizyonunda sadece birkaç popüler bilim programı var, buna karşın özel televizyonlarda hiç bu tarz program yoktur.

Geçen yıl Budapeşte’de 20.Uluslararası Dans Organizasyonu düzenlendi. Bu folklorla ilgi duyan insanlar için çok güzel bir kutlama idi. Dezsö Laszlo tarafından yazılmış bir gazete makalelerinden bu organizasyonla ilgili alıntı şöyledir. “Ve medya bunu nasıl kutlamalı? Hayal kırıklığına uğradık. Özel televizyonlar bu ulus-

lar arası olaydan hiç bahsetmediler. Bu dans organizasyonu hiçbir şekilde televizyonların ilgisini çekmedi.”

Yukarıdaki alıntı, medya ile folklor arasındaki ilişkinin çok açık bir göstergesi olmaktadır.

Medyanın kamuoyu ve genel hava oluşturmada değişik seçeneklerinin olduğunu hepimiz biliyoruz. Diziler, haberler ve müzik programları büyük bir ilgiyle izlenir. Bundan başka bir değeri sergilemek gittikçe zorlaşıyor. Yeni nesil geleneksel kültürden yoksun yetişiyor. Bu şekilde oluşan sosyal düşünce geleneksel kültürü koruma şansını azaltıyor. Diğer bir sorunda istihdam. Gençler geleneksel kültüre uygun iş seçimi yapmıyorlar. Parasal ilgi, hiç kalmadı. Pek çok şey tehlikede. Dünyaya bir gün ulusal ve evrensel değerlerin çok önemli olduğunun farkına varmak zorunda. Birleşik Avrupa Milletlerinin ortak isteği geleneksel kültürü korumak ve desteklemek. Bu zorlukların bir çıkış yolu olduğuna inanıyorum. Ayrık uluslar gün geçtikçe bu durumun farkındalar ve ortak değerlerimizi korumak için ellerinden gelen çabaları gösteriyorlar. Düzenli toplantılar, profesyonel görüş alışverişleriyle folklorun bu görevi yeri getirebilmesi mümkündür.

Ulusal festivaller ve folklorik olaylar çok önemlidir. Yazıdaki sadelik, gösterinin önemi ve sansasyon bu programlarda sık sık görülmektedir.

Fakat genel olarak geçerli bir beyan değildir. Tabi ki Avrupa’da önemli ve iyi organize edilmiş olaylar vardır. Uzmanlar arasındaki ilişkileri sağlamak için ısrarlı çalışmalarımız devam etmekte. Bu bağlantılar sayesinde resmi organizasyonlarla işbirliği kurulması sağlanacaktır.

Küreselleşme ile ilgili bir çok bağlantılar var. Bir çok insan ulusal kültür için korku ve endişe duymaktadır. Küreselleşme sonucunda küçük ulusların kültürleri yok olabilir. Bu gerçekten önemli bir problem teşkil etmekte ve bu konuya uluslar arası dikkat çekmek çok önemlidir.

Benim fikrime göre bugünlerde ulusal kültürleri birleştirmemiz için daha çok şansa sahibiz. Ulusal kültür olmadan Avrupa kimliği de olmaz. Avrupalı ulusal kültürler ortak köklere sahiptir. Folklor için de yeni tarihi bir fırsat mevcuttur. Bu nedenle bu fırsatı iyi değerlendirmeli ve sonuca ulaşmaya çalışmalıyız. Belki çok iyimserim fakat bu amacı gerçekleştirmek istiyorum. Atılacak her adım geleneksel kültür uğruna atılmış bir adım olacaktır.

Benim yapmış olduğum çalışmanın bu konuya yardımcı olacağına inanıyorum. Bu konu üzerinde çalışırken akademik bir yaklaşımdan kaçındım, çünkü bu konu güçlü duygusal bağlantıya sahiptir.

Bu sempozyumun düzenlenmesinde organizasyon komitesine teşekkür ederim. Düşüncelerimi ifade etme fırsatı verildiği için de ayrıca teşekkür ederim.

İlginiz için çok teşekkür ederim.

KÜLTÜREL İÇERİKLİ HABERLERE YER AYRILMASI BAKIMINDAN TÜRKİYE-HOLLANDA MEDYASININ KARŞILAŞTIRILMASI

Serpil MURTEZAOĞLU

Medya hangi dalı ile ele alınırsa alınsın temelde toplumun ihtiyaçlarına cevap vermek üzere varolan bir oluşumdur. Dünyanın bugün geldiği noktada teknolojik olanaklar medyanın çok daha geniş kitlelere ulaşabilmesini sağladığı gibi, kitleler üzerindeki etkisini de kat kat arttırmıştır.

Türkiye’de medya denildiğinde ilk akla gelen Televizyon ve Radyo olmaktadır. Ağırlıklı olarak medyanın anonim şirket anlayışıyla üretimde olması ile toplumun eğitim ve ekonomi temelinde genel profili göz önüne alındığında, medya-toplum-kültür gibi kavramları bir arada düşünmek oldukça güç olmaktadır.

Medyadaki ticari amaçların yarattığı rekabet sonucu benzer türde de olsa seçenekler çoğalmış fakat toplumun geneli tarafından verilenlerin koşulsuz kabul görmesi, kültür gibi emek ve zaman gerektiren konular yerine çabuk üretilen ve bir o kadar da çabuk tüketilen programlara ağırlık verilmesi sonucunu ortaya çıkarmıştır.

3894 sayılı Radyo ve Televizyon kuruluş ve yayınları hakkında yasanın 1994 yılında yürürlüğe girmesiyle ve Radyo Televizyon Üst Kurulunun oluşturulmasıyla ortaya çıkan Radyo-Televizyonla ilgili yayın ilkelerinde geçen kültürle ilgili maddeye bakıldığında çok net ifadeler taşımaya da kültüre değinildiği görülür.

Bu bağlamda medyanın yasa ile de belirtilmiş bir yükümlülüğü vardır. Fakat bunun ne ölçüde yerine getirildiği noktasında mevcut durumun yazılanlarla örtüşmediği çok açık bir şekilde söylenebilir. Koşullar gereği televizyon tek eğlencesi olmuş, eğitilmiş insan oranı ve ekonomisi pek parlak olmayan, nüfusunun on iki milyonun açlık sınırında yaşadığı bir ülkede kültürel konulara talep azlığı şaşırtıcı bir sonuç değildir.

Medya günümüzde iletişim anlamında sınırsız bir süreç yaşamaktadır. Bu anlamda diğer ülkelerdeki durumu ortaya koyabilmek ve bir karşılaştırma yapabilmek için bir takım özelliklerinden dolayı AB üyesi bir ülke olan Hollanda seçilmiştir. Hollanda gelişmiş ekonomisi ve yüksek eğitim oranı ile Avrupa’da bir refah ülkesi, tam bir sosyal devlettir. Yaklaşık İstanbul kadar bir nüfusa sahip olmasına rağmen kültür ve sanatın toplumdaki sirkülasyonu çok fazladır. Hollanda halkı kültür ve sanata duyarlı, seçici ve takipçidir.

Hollanda'nın en belirgin özelliklerinden biri de multikültürel toplum yapısıdır. Ülkede yaşayan yabancı oranı çok fazladır. Tarihinden gelen bir takım bağlar ve ekonomi temelli katılımlardan dolayı Hollanda oldukça fazla dış göç almıştır. Hollanda bu anlamda yakın geçmişe kadar yabancıları alışılmadık bir hoşgörü çerçevesinde bünyesinde barındıran belki de Avrupa'daki son kale olarak nitelendirilebilir. Fakat bugün Avrupa'da yükselen aşırı milliyetçilik akımından Hollanda da nasibini almış ve artık sosyal demokratlar bile multikültürel yapının bir ütopya olduğunu söyler duruma gelmişler.

Bu genel tablodan sonra Hollanda medyasının oluşum biçimine bakılacak olursa devlete bağlı (AVRO, BNN, NPS, VARA, VPRO v.b.) ve ticari (Canal + , Holland Media Group, SBS6, NET v.b.) olmak üzere temel iki yapılanma görülmektedir. Basın anlamında bakıldığında ise günlük gazeteler De Telegraaf (756.000 baskı), The Algemeen Dagblad (400.000 baskı), De Volksrant (361.000 baskı), The NRC/Handelsblad (271.000 baskı) dışında pek çok lokal gazete ve dergi de basılmaktadır.

Şekilsel olarak Hollanda'daki medya denetimi de Türkiye'dekine benzer bir yapılanma gösterir. Medya 1988 yılında kurulan Hollanda Medya Kurulu (The Dutch Media Authority) tarafından denetlenir. Medya ile ilgili bir takım kurallar "Media Act" denilen bir belge ile düzenlenmiştir.

Devlet, özel ve kablolu yayınlar bu belgede yer alan kriterlere uygun olarak düzenlenir. Özel ve Devlet yayınlarının "Media Act" yüzdelerine göre belli bir kısmı bilgi kültür ve eğitim amaçlı olmalıdır. Finansal konularla ilgili denetim mekanizması da yine Hollanda medya idaresi tarafından kontrol edilir.

Hollanda ve Türkiye ulusal bazdaki yayın politikalarını bir takım temel prensiplere bağlamalarının yanı sıra uluslar arası anlamda çeşitli oluşumların içerisinde yer almaktadır. Bu uluslar arası oluşumlar da çeşitli düzenlemeleri içermenin yanı sıra kültürel bir takım konulara da azami önem vermektedir.

Görsel-işitsel EUREKA (AVE – Audio Visual Eureka), Avrupa Medya Enstitüsü (EIM – European Institute for The Media), Avrupa Düzenleyici Kurullar Platformu (EPRA – European Platform of Regulatory Authorities), Avrupa sınır ötesi televizyon sözleşmesi (European Convention On Transfrontier Television) gibi oluşumlar medya ile ilgili global anlamda bir takım düzenlemeler içermenin yanı sıra kültürel konulara verilen önemi de açık bir şekilde vurgulamaktadırlar. Örneğin görsel-işitsel Eureka'nın amacı, öncelikle Avrupa ülkelerini kapsayacak şekilde olmak üzere tüm dünya ülkelerinin geçmişlerinden bugüne kadar korumayı sağlayabildikleri kültür miraslarını yani görsel, işitsel ve sinematografik eserlerinin korunması ve eserlerin kamuoyu tarafından da ortak kullanımı için gerekli yasal düzenlemelerin sağlanması ve gelecek nesillere sağlıklı bir şekilde aktarımının gerçekleştirilmesi olarak belirtilebilir.

Ulusal ve uluslar arası anlamda düzenlenmiş, hukuki temellere dayandırılmış ve kurumsal anlaşmalarla desteklenen bu sistem irdelendiğinde garip çelişkileri de içinde barındırdığı görülür.Çünkü sözü edilen kurumların belirttiği prensipler ile medyanın bugünkü durumu hem Türkiye hem de Hollanda açısından belli bir paralel yapı içinde değildir.

Türkiye’de medya ile ilgili olarak sık sık gündeme gelen eğitim, bilgi verme ve kültür gibi temel işlevleri yerine getirmeme problemleri global ölçekte de tartışılan bir konu olmaktadır. Medyanın temel işlevlerine duyarsızlığı yada medya kirliliği denilen olgu bugünün Avrupa medyası için de artık sık sık dile getirilir olmuştur. Bu işlevsizliğin temeli de ulusal ve uluslar arası anlamda ticari kaygılar olarak şekillenmektedir.

Emek, zaman ve para gerektiren konular yerine çabuk üretilip tüketilen niteliksiz yapımlar medyayı doldurmakta, Türkiye gibi seçici kitlesi çoğunluk oluşturmaya toplamlar tarafından da tiryakilik yaratacak düzeyde çabuk kabul görmedirler.

Milli gelir ve eğitim düzeyi açısından çok parlak bir görünüm sergilemeyen Türkiye gibi bir ülke için pek de sürpriz olmayan bu durum Avrupa’nın refah ülkelerinden biri olan Hollanda içinde çok da fark göstermeyince bu garip çelişki bizi yine aynı ticari kaygı sonucuna götürmektedir.

Hollanda Medya Kurulu üyesi “Lennart Van Der Meulen”in 2002 yılında Barselona’da yapılan “Film ve Televizyon” konulu forumda söyledikleri bu bağlamda oldukça ilginçtir.

Meulen’in konuşması aynen şöyledir ;

“Avrupa görsel-işitsel politikasının değişim zamanı gelmiştir. Bu politika hem ekonomik hem de sosyal amaçlara hizmet etmelidir. Görsel işitsel pazardaki liberalleşme ve uyum başarılı olmuş, yapımcıların sayısında inanılmaz bir artış meydana gelmiştir. Fakat ekonomik gerileme yayın sektörünün reklam ve yeni teknolojilere çok fazla bağımlı olduğunu göstermektedir. Reklamlardaki %20-%30’luk ani düşüş sunulan programların sarsılmasına ve zayıflamasına neden olmaktadır. Reklam gelirleri pazarındaki TV’nin payının çok genişlemesi diğer medya sektörlerinin ekonomik durumunu tehdit etmeye başlamıştır. Gazeteler ve dergiler birer birer bu tehlike alanına girmektedir.

Medya sektöründeki krizin temel nedeni Avrupa’nın yayıncıların rolünü görsel – işitsel pazarın gelişiminin başını çeken içerik hazırlayıcıları olarak görmeleridir. Yapımcı pazarın gelişimine çok az destek verilmiştir. Dahası ulusal ve bölgesel seviyeler göz ardı edilirken yayın sektörünün gelişimi Avrupa seviyesinde çok daha fazla ele alınmıştır.

Kültürel açıdan görsel-işitsel politikanın revizyonu gereklidir. Çünkü yayıncılığın ticarileştirilmesi, reklam verenlerin fazlaca lehine olacak şekilde programları

ortaya çıkarmıştır. Yayınlanan programlar, görüntüler ve fikirler hepsi ticari mesajlar açısından seyircileri çekme amacı üzerinde dururlar. Ticari iletişimin halkın üzerinde imaj ve fikir yaratma açısından büyük etkisi vardır. Fikirlerimiz ve değerlerimiz daha çok ticari çevrede oluşmakta, bireysel ve kamusal alanda sosyal, politik, kültür fikirlerini ve görüşlerini gölgelemektedir. Ticari yayıncılar toplumun demokratik işleminde önemli bir yol oynar. Yayıncıların daha fazla dikkat göstermeleri ve kamu sorumluluğunu üzerlerine almaları gerekir. Bu yüzden devlet yayıncılığının devamı belli bir standart ve belirgin bir kamu misyonu ile gereklidir.

Meulen'in konuşması son derece ilginçtir. Medyadaki mevcut durumun ticari bir yapılanma göstermesi sadece Türkiye gibi koşulları ve konumu belli bir ülke için değil, aynı zamanda zengin bir AB ülkesi olan Hollanda için de geçerli olması şaşırtıcı bir sonuçtur.

Kültürün ve sanatın önemini kavradığı ve bildiği düşünülen gelişmiş toplumların da kendilerini ticari kaygılardan uzak tutamaması yaşanan yüzyılda global olarak dünyada her şeyin paraya endeksli olduğu savını bir kez daha güçlendirmektedir.

Diğer bir açıdan ise medya denetçisi kurumların kararları ile pratikteki sonuç örtüşmediğinden denetim mekanizması da sıklıkla sorgulanır olmuştur.

TIĞ ÖRÜCÜLÜĞÜNÜN GÜNÜMÜZDEKİ KULLANIM ALANLARI VE ÇAĞDAŞ TASARIMLARIN MEDYADA TANITILMASININ ÖNEMİ

Yrd. Doç. Dr. Hülya Serpil ORTAÇ*

El sanatları insanlığın var oluşuyla ortaya çıkan zaman içinde insanlıkla birlikte gelişip zenginleşen, sadece ihtiyaç karşılayıcı ürünler olmayıp aynı zamanda bir milletin kültürünü ortaya koyan en anlamlı belgelerdir.

Üretimi basit araçlar ile ve her türlü hammaddeden yararlanarak, yaratıcılık ve yoğun emek isteyen her türlü uğraşı el sanatıdır (Akpınarlı 1997). El sanatları ürünlerindeki renkler, bezemeler birer sözsüz iletişim aracı görevini görmüş, geçmişte ve günümüzde yazılı kaynaklarda yer almayan gelenek, görenek, töre gibi toplumsal kuralları içeren semboller olmuştur.

Zengin örnekleri ile halk kültürümüzün bir parçasını oluşturan el sanatlarından birisi de örücülük sanatıdır. Örücülük sanatı kullanılan araç ve tekniğe göre el örücülüğü ve makine örücülüğü olmak üzere 2 gruba ayrılmaktadır. El örücülüğü de kullanılan araçlara göre; tığ, şiş, firkete, iğne ve mekik örücülüğüdür.

El örücülüğü tekniklerinden biri olan tığ örücülüğü; çeşitli liflerden elde edilen ipliğin tığ adı verilen bir ucu kancalı araç ile meydana getirilen ilmelerden oluşturulan ürünlerdir.

Tığ örücülüğünde, tığ yardımıyla birbirinin içinden çekilerek yan yana sıralanan ilmeklerin modele göre bağlantılı veya bağlantısız tane şeklinde örülerek “oya” (Fotoğraf 1), tek yönde (Fotoğraf 2) veya gidilip-dönülerek iki yönde (Fotoğraf 3) örülerek günümüzde “dantel” eskiden halk arasındaki kullanımı ile “tentene” olmak üzere çeşitli ürünler meydana getirilmektedir. (Onuk, Akpınarlı, Ortaç 1998).

Tığ oyalarında gereç olarak sadece iplik kullanıldığı gibi boncuk ve pul benzeri gereçlerden de yararlanarak daha zengin örnekler oluşturulmaktadır. Hatta boncuk kullanılarak yapılan tığ oyaları diğer oyalara kadar yoğunlukta yapıldığı için halk arasında farklı bir örgü çeşidi gibi boncuk oyası olarak isimlendirilmektedir (Fotoğraf 4).

Tığ örücülüğü ile yapılan ürünlerde Türk halkının sanat zevkini, renk anlayışını, desen ve süslemedeki zenginlikleri görmek mümkündür. Özellikle oyalarda es-

* Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi El Sanatları Eğitimi Öğretim Üyesi

tetik özelliklerin yanında taşıdığı anlam, iletmek istediği mesaj yani sözsüz iletişim aracı görevini de üstlenmiştir (Onuk 2000).

Tığ örücülüğünde kullanılan desenler de çeşitlilik göstermektedir. Özellikle çiçeklerden oluşan bitkisel bezemeler oya ve dantellerde en çok görülen desenlerdir. Ayrıca sembolik, hayvansal, geometrik ve nesneli bezemelerde göze çarpan diğer konulardır.

Oyalarda kullanım yerlerinden dolayı çok renklilik; tentenelerde (dantellerde) ise beyaz ve krem rengi olmak üzere tek renklilik söz konusudur.

Tığ örücülüğü gerecinin ve aracının kolay taşınması, kadınların boş zamanlarında her an ve her yerde yapmalarına imkan vermektedir. Günlük kullanım amacıyla ev dekorasyonunda veya süslenmede olmak üzere birçok alanda tığ örücülüğünden yararlanılmaktadır. Anadolu'nun her yerinde yapılmakta olan tığ örücülüğü oya ve dantel olarak geçmişte de günümüzde de özellikle çeyiz amaçlı olarak üretilmektedir.

Geçmişten günümüze ihtiyaçların değişmesi yapılan ürünün tekniğini değil ama çeşidini etkilemiştir. Örnek olarak, eskiden günlük kullanım ihtiyaçlarından ve çeyizlerdeki önemli parçalarından biri olan keselerde tığ örücülüğünün tek renkli ve çok renkli en güzel ürünlerini görmek mümkün iken günümüzde sadece sandıklar da saklanan birer hatıra olmuştur.

Bu nedenle kültürümüzün bir parçasını oluşturan tığ örücülüğünün eskiden günümüze gelen ve günümüzde yapılmakta olan örneklerini belgelemek, korumak ve tanıtmak maddi kültürümüze de sahip çıkmak olacağından ayrı bir önem taşımaktadır.

Son yıllarda ülkemizde el sanatlarının geliştirilmesi ve yeniden kazandırılması na yönelik çalışmalar birçok kurum ve kuruluş tarafından yapılmaktadır. Ancak denetim, iletişim ve eğitim yetersizliğinden kaynaklanan sorunlar bazen bozulmalara bazen de kargaşaya sebep olmaktadır. Tığ örücülüğümüzün ve diğer el sanatlarımızın yaşatılması, geliştirilmesi için eski örneklerden esinlenerek yapılan çalışmaların sonucunda el sanatları ve tasarım eğitimi eksiliği var ise yozlaşmış ürünler ortaya çıkmaktadır. Bu da tasarımın önemini göstermektedir.

Tasarım en genel anlamı ile bir tasarlama eğilimi sonucunda beliren, yani dünsel ve maddi çalışmalar süreci içinde oluşan, bir ürün ortaya koymaya yönelik, ürünün gerçekleştirilmesi sırasında yönlendirici olan proje, çizim v.b. çalışmaların tümüdür (Ana Britannica 1990). Bir tasarım çizgi, biçim, doku ve renk öğelerinden oluşur. Tasarım ilkeleri, tığ örücülüğündeki konu zenginliği ile birleştiği zaman ortaya çıkacak ürünler geleneksel ve estetik özellikleri ile orijinal ürünler olacaktır.

Günümüzde yapılmakta olan tığ örücülüğünün yani oya ve dantellerin özelliklerini bozmadan yeni kullanım alanlarına yönelik tasarımlar yaparak giyim, giyim aksesuarı ve ev dekorasyonunu kapsayan ürünler üretmek, böylece el örgülerinin

daha da yaygınlaştırılması, güncelleştirilmesi düşünülmektedir. Bu amaçla yapılan tasarımlarda tığ örücülüğü tek başına kullanıldığı gibi geleneksel el dokumaları-mızla birlikte de tasarlanmaktadır. Tasarımlarda tığ örgüleri, çeşitli yörelere ait el dokuması kumaşlarla karıştırılarak dikilmek üzere veya el dokuması yapılırken at-kı iplikleriyle birlikte çözümler arasından geçirilerek kullanılmaktadır.

Böylece sadece tığ örücülüğü değil aynı zamanda el dokumacılığımızda günde-me gelerek yeni alanlarda kullanıma kazandırılmaktadır.

Sonuç olarak şunları söyleyebiliriz; Geleneksel tığ örücülüğünün yaşatılmasının yanında, bilinçli tasarımlarla ekonomik amaçlı bozulmaların önüne geçmek gerek-mektedir. Bilinçsiz yapılan yeni uygulamalarla Anadolu'ya ait el sanatlarına farklı kimlikler verilmektedir. Bu nedenle geleneksel el sanatlarımızı belgelemek yeterli olmamaktadır. Aynı zamanda bu belgelerin bilimsel olarak kitap-makale halinde basılması, bilimsel ve halka yönelik toplantılarda anlatılması, yazılı ve görsel ileti-şim araçları ile tanıtılması gerekmektedir.

Geçmişte yapılmış el sanatları sözsüz iletişim aracı görevini görmüştür. Bugün bunların yazılı olarak belgelenmeleri, yeni nesil ile geçmiş arasındaki köprüleri oluşturmaktadır. Geçmişimize sahip çıkmayan bugününe sahip çıkamaz sözünü unutmamak gerekmektedir. Bunda da en büyük görev bilimsel araştırmacılara ve sonuçlarının tanıtımını yapacak medyaya düşmektedir.



Fotoğraf 1. Tığ Oyaları (Ankara)



Fotoğraf 2. Tığ Danteli (Elazığ)



Fotoğraf 3. Tığ Danteli Perde (İçel)



Fotoğraf 4. Boncuklu Tığ Oyaları (Elazığ)



Fotoğraf 5. Tığ Oyaları ve El Dokuması ile Yapılmış Bluz (Özgün)



Fotoğraf 6. Oyalarla Yapılmış Gelin Başı (Özgün)



Fotoğraf 7. Oyalarla Yapılmış Gelin El Buketi (Özgün)



Fotoğraf 8. Tığ Danteli ile Yapılmış Yelek (Özgün)

KAYNAKLAR

AKPINARLI, Feriha. “Geleneksel El Örgüsü Çoraplardan Çağdaş Yaklaşımlar”, Türkiye’de

El Sanatları Geleneği Ve Çağdaş Sanatlar İçindeki Yeri. Kültür Bakanlığı Yayını, Ankara: 1997.

Ana Britannica Genel Kültür Ansiklopedisi. Cilt:18, Ana Yayıncılık, İstanbul:1990.

ONUK, Taciser. Osmanlıdan Günümüze Oyalar. Kültür Bakanlığı Yayını, Ankara:2000.

ONUK, Taciser, F. AKPINARLI, S. ORTAÇ, Ö. ALP. Tarsus El Sanatları. Kültür Bakanlığı Yayını, Ankara:1998.

MACARİSTANDA VE TÜRKİYEDE YÜRÜTÜLEN HALK OYUNLARI FAALİYETLERİNİN MEDYA AÇISINDAN KARŞILAŞTIRMASI

Mehmet Öcal ÖZBİLGİN*

Birçok tarih araştırmacısı tarafından, Türk ve Macar halklarının köken olarak Asya'dan gelme bir soy birlikteliği olduğu iddia edilmektedir. Bu görüşler yanlış olsa bile gerçek olan, Kanuni Sultan Süleyman'ın 1526 da fetih etmesiyle gelişen Türk-Macar kültürel alışverişinin izleri, toplumların geleneksel yaşamında günümüze kadar süregelmekte olduğudur. Bazı Türk boylarının, Macarlara ait etnik türlerin ve Macar halk kültürü ve halk müziğinin oluşmasında önemli bir rol oynadığı bilinmektedir. Özellikle Etnokoreoloji çalışmaları için halk kültürü etkileşimlerinin tarihi katmanlarını bilmek zorunludur.

Macar araştırmacıların çalışmaları, Macar ve Türk halklarının halk kültürünün karşılaştırmalı analizi içerisinde ayrıcalıklı bir yere sahiptir. Ignacz Kunos 1885 yılından itibaren Anadolu da masal, türkü, karagöz oyunu, meddah hikayeleri, halk şiirleri konusunda çalışmalar yapmıştır. 1924 Yılında Prof. Gyula Meszaros ilk Etnografya Müzesini kurmak üzere Türkiye'de görevlendirilmişti. 1926 yılında üstün gayretleriyle müze hizmete açılmıştır. Béla Bartok tarafından Anadolu'da yapılan halk müziği derleme çalışmaları pek çok araştırmacı için halk müziğimizin bilimsel temeli niteliğindedir. Zoltan Kodaly, Laszlo Vikar, Lajos Vargyas vb. gibi bir çok etnomüzikolog yıllarca Türk kökenli toplumların halk türkülerini araştırarak bu türkülerle Macar halk müziği katmanları arasındaki benzerlikleri incelemişlerdir. Bu araştırmaların sonuçları doğrultusunda bazı Türk boylarına ait halk müzikleri hakkında önemli bazı kitaplar basılmıştır. Son bilinen çalışma ise, 1988 ile 1993 yılları arasında Ankara Üniversitesinde ders veren Sipos Janos'un Anadolu'nun 87 çeşitli bölgesinden, 233 kaynak kişiden 1400 melodi derlemesidir. Bu çalışmaların başlıca sonuçları Macar Bilim Akademisi tarafından 2 cilt halinde basılmıştır. Anadolu halk müziğinin en kapsamlı araştırmalarından biri olan bu ciltlerin başlıca önemi Anadolu halk müziğinin kapsamlı bir tasnifini yapması ve üç önemli Macar müzik tabakasının Türk müziğindeki zengin karşılıklarını bulmak olmuştur

Son yıllarda halk oyunları konusunda gelişen bilimsel ilişkiler sonucunda Macar araştırmacılar, Türkiye'de şahsen halk oyunları alan araştırmalarına katılmış-

* Ege Üniversitesi Devlet Türk Müziği Konservatuvarı Türk Halk Oyunları Bölümü Öğretim Görevlisi

tır. Aynı şekilde Türk araştırmacılar, yürütölen halk oyunları derleme faaliyetleri ve özellikle arşivleme konusunda karşılaştırmalı bilgi alış verişinde bulunmak üzere Macaristan'da incelemeler yapmıştır. Modern yaşamın bilgi ve gereçleri ile donanmış bir çok araştırmacı günümüzde de Türk-Macar halk kùltürü ile ilgili çalışmalar yaparak bir çok ortak projeye imza atmaktadır. Örneğin *Ege Üniversitesi Devlet Türk Müziği Konservatuvarı Türk Halk Oyunları Bölümü* ile Budapeşte Belediyesine bağlı profesyonel *Duna Dans Topluluğu* ortak bir halk oyunları projesi gerçekteştirmek yolunda karar almışlardır.

Doktora çalışmam nedeniyle 1998 yılından beri Budapeşte Müzik bilimleri Akademisi Halk Oyunları Departmanında yaptığım kişisel araştırmalarım sonucu, halk oyunları konusunda bu güne kadar Macaristan'da yapılan çalışmaları inceleme fırsatı buldum. Bu nedenle, konumuz olan halk oyunlarında medyanın rolünü halk oyunları alanında çok geniş faaliyetleri olan Türkiye ve Macaristan örnekleri üzerinde karşılaştırmalı ve tarihi yöntemleri kullanarak incelemeye çalışacağız.

Çağlar boyu insanlıkla birlikte gelişip değişen dans kavramı, bir ulusun tanımlanmasında folklorik temel verilerden biri olarak milli bir kimlik kazanıp halk oyunlarına dönuşmüştür. Halk oyunları bir toplumun geleneksel yaşamına ait olguların görünümelerini veren bir ayna gibidir. Oyunlarını seyretmekle toplumların "inanışları ve toplumsal gelenekleri hakkında oldukça doğru bilgiler elde edilebilir. Nitekim *Afno* gibi dilleri hiç bilmeden o kıtalara kadar gidebilen gezginler ve müzisyenler, ilkelerin oyunlarını seyrederek onların töreleri ve gelenekleri hakkında oldukça doğru bilgiler edinmişlerdir."¹ Yeni sınırların oluştuğu II. Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan komünist ölkelerde halk oyunları, toplum içindeki etnik grupları tek kimlik altında toplamak için bir araç olarak kullanılmıştır. Örneğin; Komünist rejim sonrası sanayi devrimi nedeniyle, Macaristan halkının geleneksel yaşam kùltürü içinde kırsal yerleşim birimlerinde, kùltürel değerlerin bir yana bırakılmasının milli benlik duygusuna zarar verdiğini düşünen devlet, ulusal kimliği yurt sathında canlı tutmak amacıyla tüm yerleşim merkezlerinde dans çalışmalarına resmi olarak destek verdi. Böylece şu an tüm dünyada ün yapmış Macar halk oyunları ve halk müziğini yaygın biçimde toplumun sosyal hayatı içine sokarak bu kùltür öğelerinin işlevini devletin isteği doğrultusunda yönlendirmiştir.

Bu durumun tam akside görölebilmektedir. Ölkemizde de olduğu gibi kimi zaman da Halk Oyunları bir etnik gurubun diğerlerinden ayrılması amacıyla ayırıcı bir kùltürel kimlik olarak kullanılmıştır. Anadolu yapısı itibarıyla bünyesinde bir çok değişik kùltürü barındırmış ve zaman içinde bu kùltürleri kendi içerisinde harmanlayarak benzeri görölemeyen sentezleri büyük bir çeşitlilik ve renklilikle tekrar Anadolu insanının kullanımına sunmuştur.

Macaristan ve Türkiye'de yürütölen halk oyunları faaliyetlerini, halk içinde ya-

¹ Rıza Tevfik Bölükbaşı, **Türkiye'de Oyun-Raks**, Türkçeleştiren: Güner Sernikli, Halk Bilim Dergisi, Sayı 18, s.3.

şatılan geleneksel faaliyetler, kent toplumlarında popüler kültür içinde yapılan halk oyunları faaliyetleri ve bilim kuruluşları tarafından yapılan araştırma ve derleme çalışmaları olmak üzere üç ayrı başlık altında inceleyebiliriz

GELENEKSEL KÜLTÜR İÇİNDEKİ HALK OYUNLARI FAALİYETLERİ:

Macaristan ülke olarak Avrupa'nın gelişmiş toplumlarını yakalama yolunda hızla ilerleyen bir ülkedir. Özellikle komünist yönetim sonrası oluşan liberal ekonomi Macar toplumunu hızla sanayileştirerek kent yaşam biçimini daha hızlı bir şekilde ülkeye sokmuştur. Kültürel açıdan bir dezavantaj gibi görünen bu durum Macar halkının geleneksel yaşamını çok etkilememiştir. Çünkü bilinen bir gerçek vardır ki; "Belli bir toplumun üyesi olarak insan, kendi kültürel mirasını öğrenip onu savunur, yaşatır ve kendisinden sonraki kuşaklara aktarır."² Diğer yandan, kültürel değerlerini 18.yy. dan bu yana arşivleme yoluna giden Macar bilim adamları Macar kültürüne ait hemen hemen tüm değerleri kayıt altına alarak bu güne kadar getirmişlerdir. Geleneksel yaşam içinde gittikçe çoğalan bir ivmeyle yok olan halk oyunları faaliyetleri bu konuda daha önceden yapılmış araştırmalara dayanan yazılı ve basılı eserlerin yardımıyla korunarak sürdürülmeye çalışılmaktadır. Bu konuya '**Tanchaz**' (dans evi) çalışmaları örnek olarak gösterilebilir. Geleneksel kültürü içinde her Macar köyünün kendisine ait dans aktivitesi vardı. Düğün, şenlik, bayram gibi özel günlerin dışında da, toplanan köylüler yöresel danslarını haftada bir kez olmak üzere bu şekilde icra ederlerdi. Oyunlara genellikle çingene kökenli Macarlardan oluşan geleneksel bir müzik takımı eşlik etmekteydi. Gençlerin birbirlerini tanımalarının en ideal yolu olan **Tanchaz** aktivitesi için seçilen bir lider genç, bu müzisyenlerle en az on cumartesi tekrarlanacak şekilde anlaşma yapar, köyün durumuna göre en az gürültü olacak, çevreyi rahatsız etmeyecek konumdaki evleri araştırarak pazarlık sonucu köylüler adına seçtiği bir mekanı sahibinden haftada bir gün 'dans evi' olarak kullanılmak üzere kiralar. Kışın kapalı mekan olarak evin geniş bir odasında yazın ise, '**Csür**' denilen üstü kapalı yanları açık köylü halkın ambar niteliğinde kullandığı mekanlarda oynanmaktaydı. Bu gelenek şu anda Romanya milli sınırları içinde kalan Transilvanya'daki Macar köylerinde halen devam etmektedir. Genellikle eşli dansların görüldüğü bu dans törenlerinde, bir erkek sosyal statü yada yaşa bakmaksızın herhangi bir kadını dansa davet edebilmektedir. Dansa davet edilen kadının davet eden kişiyi reddetmesi toplum kuralları açısından imkansızdı. Çok yaygın bilinen bir hikayeye göre; başkasıyla nişanlı olan bir Macar kızını seven delikanlı onu dansa davet eder. Bu durumdan hoşnut olmayan genç kız kuralları çiğneyerek daveti reddeder. Fark edildiğinde köyün diğer mensupları tarafından bu durum hiç hoş karşılanmaz ve genç kız toplumdışı dışlanır. Düşüğü bu duruma üzülen genç kız çareyi kendisini bir kuyuya atarak in-

² Bozkurt Güvenç, **İnsan ve Kültür**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1979, s. 46.

tihar etmekte bulur. Bu olay günümüze kadar dilden dile anlatılarak gelmiştir.

Günümüzde **Tanchaz** faaliyetleri, geleneksel yapısını koruyarak büyük şehirlerde organize bir şekilde yaşatılmaktadır. 1970 lerde, Geleneksel köy kültürü bir moda olarak modern toplumun ilgisini çekmeye başladı. Köy eğlencelerinden fikir alınarak, ilk **Tanchaz** aktivitesi 6 Mayıs 1972 yılında Ferenc Novak ve Bihari Dance Ensemble tarafından, **Transilvanya Tanchaz** sitilinden yola çıkılarak Budapeşte’de gerçekleştirildi. Günümüzde ülke genelinde yaygın biçimde görülen **Tanchaz** aktivitesi, sadece Budapeşte’de haftanın her günü ayrı bir gençlik merkezi tarafından organize edilerek gerçekleşmektedir. Müzik gurubu eşliğinde bir erkek ve bir kız eğitmen, Macar halk oyunlarından seçtikleri adımları katılımcılara kurs niteliğinde öğretmektedirler. Yaklaşık iki saat süren bu çalışmadan sonra geleneksel ortamda olduğu gibi erkekler bayanları dansa davet ederek gece boyunca serbest bir biçimde dans etmektedirler. Geleneksel yaşamın modern hayata adapte edilebilmesine mükemmel bir örnek olabilecek **Tanchaz** olgusu, kitle iletişim araçları sayesinde aylık çıkan sanat dergilerinde, kent rehberlerinde, turistik tanıtım kitapçıklarında, özel bir başlık altında yaygın bir şekilde tanıtılmaktadır.³

Ülkemiz halk oyunları açısından çok zengin bir mirası devralmıştır. Halk kesiminin yaşamında çok eskilere dayalı bu zenginliğin geçmişten günümüze geleneksel yöntemlerle aktarıldığını ve yaşatıldığını bilmekteyiz. Geleneksel kesimde nişan, düğün, bayram, kutlama vb. tüm törenlerde dansların önemli bir yeri olduğu görülür. Günümüzde batıdan doğuya, güneyden kuzeye ülkenin her yöresinde geleneksel oyunları öğrenen, oynayan ve geleceğe aktaran geleneksel yapıyı hala korumakta ve önemle sürdürmekteyiz. Yaşamın her türlü olayını konu edinen bu zenginlik, Asya kültürünün, Anadolu kültürleri ile harmanlanması sonucu ortaya çıkmıştır. Bu nedenle Anadolu’da, geçmişte ve günümüzde yaşayan insanların ırk, dil ve inanç farklılıklarının oluşturduğu eşsiz zenginliği oyunlarımızda görmekteyiz.

Anadolu’nun hemen her yerinde belirli dönemlerde yapılan mahalli şenlikler içerisinde gerçekleştirilen halk oyunları faaliyetleri maalesef yeteri kadar duyurulmamaktadır. Karadeniz bölgesinin en önde gelen şenliklerinden birisi olan ve geniş katılımcı kitlesine sahip **Kadırğa Şenlikleri** bile basında sadece kısa bir haber şeklinde yer alabilmektedir. Sevindirici olan yanı ise kendi istihbarat yöntemleriyle haber alarak yurdun dört bir yerinden gelen yüzlerce sayıdaki kişinin bu tür aktiviteleri büyük bir coşku ile gerçekleştirmesidir. Bu tür etkinliklerde, illerimizde oluşan mahalli kurum ve kuruluşlar (dernekler, vakıflar, okullar, kulüpler vb.) kendi yöre oyunlarını değiştirmeden özgün (otantik) biçimde sunmaktadırlar. Bu kurumlar çalışmalarını kırsal kesimde yaptıkları araştırmalara dayamaktadırlar. Kırsal yörelerimizin bir çoğunda hala bu alanda geleneksel yapının sürdürüldüğü ve bu zenginliğin yaşadığı ender ülkelerden biriyiz.

³ G.E.B:İ.B: Bela Halmos. “*The Tanchaz Movement*”, **Hungarian Heritage**, Budapest, 2000, s.29

Türkiye’de belli bir kaygı taşımadan doğal akışında yürütülen bu faaliyetler Macar geleneksel kültüründe tükenmekte olan nadide bir sanat eseri gözü ile bakılarak koruma altında yaşatılmaya çalışılmaktadır.

Macaristan da (özellikle geleneksel yaşamın korunduğu Romanya’daki Macar köylerinde) yapılan mahalli şenlikler, iletişim araçları kullanılarak yapılan reklamlarla geleneksel yaz kampı formunda sunulurken hem yurt içinde hem de yurt dışında tanıtılmaktadır. Tanıtımda kullanılan en önemli mesajlar, kişilerin geleneksel ortamda köylülerle birlikte yaşayacakları ve onların halk oyunları aktivitelerine katılabilecek olumasıdır.

POPULER KÜLTÜR İÇİNDE YÜRÜTÜLEN HALK OYUNLARI FAALİYETLERİ:

Macaristan kent kültür içerisinde halk oyunları faaliyetleri büyük bir önem arz etmektedir. Boş zamanları değerlendirme faaliyeti olarak her yaşta katılımıyla düzenlenen çalışmalarla gerek devlet kurumları bünyesinde gerekse halk oyunları ile ilgili dernek gibi toplulukların bünyesinde amatör halk oyunları çalışmaları yapılmaktadır. Geleneksel Macar danslarını öğrenen bu topluluklar her türlü faaliyetlerinin tanıtımı için kitle iletişim araçlarından yararlanarak halkı gösterilerinin yeri ve zamanı hakkında bilgilendirmektedirler. Gösteri öncesi ise, dağıtılan el broşürlerinde gurunun tarihçesi hakkında bilgi verildikten sonra oynanacak oyunlar ve oyuncular hakkında bilgiler yer almaktadır. Geleneksel formda oynansa bile gurbu bu oyunu öğreten, varsa yapılan düzenlemeyi tasarlayan kişiler, muhakkak ismen belirtilerek emeğe saygı gösterilmektedir. Geleneksel danslar üzerine yapılan düzenlemeler de bir sanat eseri olarak görüldüğünden her performansta sahneye koyanın adının yanı sıra ilk düzenleyenin adı da kişilerin sanatsal kariyerleri ile birlikte basılı olarak dağıtılmaktadır.

Profesyonel halk oyunları toplulukları ise bunlara ilave olarak, halk oyunları adımlarından yararlanarak, modern danslar, konulu eserler, halk hikayelerinin, masallarının konu alındığı dans projeleri, sadece çocuk izleyicilere yönelik dünya masallarının oynandığı projeler gibi bir çok eseri sahnelemektedirler. Turistik sezonda her gün diğer zamanlarda ise haftada en az bir kez gösteri yapan profesyonel gruplar yapılan reklamların dışında şehrin belirli turistik merkezlerinde, üniversiteli gençler tarafından Macar halk oyunlarını tanıtan, dans programını belirten el ilanları dağıtılmak suretiyle, halk bilgilendirilmekte ve aynı zamanda bilet satışı da yapılmaktadır. Özellikle Budapeşte de yapılan turistik reklamlar sayesinde, bir kişinin Macar halk oyunları faaliyeti izlemeden ülkesine döndüğü takdirde Macar kültürünün çok önemli bir öğesini göremeyeceği imajı ısrarla yaygın ve etkin bir şekilde belirtilmektedir. Bu başarılı tanıtımdan dolayı sadece Budapeşte’de dört ayrı profesyonel halk oyunları topluluğu periyodik olarak gösteriler yapmakta ve bir bale eseri izlemek için ödenecek miktarın altı katı ederindeki fiyatla satı-

lan biletlere rağmen salonlarını sürekli doldurabilmektedir.

Ülkemizde özellikle büyük şehirlerde yer alan topluluklarda şova yönelen seyirciye görsel doyum sağlayan sanatsal zenginliğe sahip birçok ekip yer almaktadır. Bir yandan gösteri sanatları dalında hak ettiği konumu ile diğer yandan da sosyal bir birim olarak tüm eğitim kurumlarında, halk oyunları en yaygın etkinliklerden birisi olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Son yıllarda giderek değişen ve gelişen halk oyunları toplulukları özellikle sahne sunumunda başarılı bir yapıya kavuşmuştur. Yabancı ülkelerde ülkemizi temsil eden bu topluluklar birçok halk oyunları yarışmalarında dereceye girip birincilik almaktadır. Türkiye de Ulusal ve Uluslar arası olmak üzere Kültür Bakanlığı ve çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından özgün halk oyunları yarışmalarının yanında stilize (düzenlemeli) dalda oldukça fazla sayıda yarışmalar yapılmaktadır. Örneğin Kurum ve kuruluşlar arası, (İlk, Orta, Lise, Üniversite) Okullar arası, Dünya Liselerarası, Dünya Üniversitelerarası ve Karagöz Dünya Halk Oyunları vb.

Yapılan tüm bu faaliyetler ancak yerli basının bölgesel yayınlarında ilgi bulabilmektedir. Bu nedenle bu tür faaliyetler çok sayıdaki katılımcıya rağmen, sınırlı sayıda seyirci kitlesine ulaşabilmektedir. Bu durumun oluşmasında, reklam masraflarından kaçan ve medyanın önemini kavramamış kişilerin bu faaliyetler içinde yer almasının rolü büyüktür. Oysa büyük reklam harcamalarıyla tanıtım yapan profesyonel halk oyunları guruplarının özellikle bu konuya meraklı olan Türk halkının ilgisini çekmeyi kolayca başardıkları ve maddi getirilerinin kat kat arttığı açıkça görülmektedir.

BİLİMSEL ÇALIŞMALAR İÇERİSİNDE GERÇEKLEŞTİRİLEN HALK OYUNLARI FAALİYETLERİ:

“Janos Xantus 1872 yılında müdür olarak atandığı ulusal müzeye kendine ait 2500 parça Doğu Asya etnografik eserlerini bağışlayarak, etnografya departmanı kurdu. Ardından Janos Janko'nun uzman ellerinde gelişip olgunlaşarak gerçek bir müzeye dönüştü. Janko aynı zamanda 1896 yılında Şehir parkında gerçekleştirilen Millennial festivalinde etnografya köyünü kuran kişidir. Bu açık hava müzesi 24 yerleşim biriminin canlandırmasıyla, Stokolm'deki meşhur Skanzen açık hava müzesinden sadece birkaç yıl sonra kurulmuştu. (Sergilenen mobilyalar ve eşyalar, festival binalarının dağılması sırasında müzenin koleksiyon parçaları arasına katılmıştır.) 1947 yılında bağımsız bir müze halini alan Budapeşte Etnografya Müzesi, yüz yılın başında bu alanın en iyilerinden biri arasında sayılmaktaydı. Dünyada halk şarkılarını ilk kez ses kayıt aracıyla kayıt altına alan etnomüzikolog Bela Vikar'ın katkıları da övgüye değerdir.⁴

⁴ Atilla Selmeczi Kovacks&Eva Szacsvay **Folk Culture of the Hungarians**, Budapest, 1997, s. 3.

18. ve 19 yy. da beliren halk oyunları araştırmaları ilk önce sanat, bilim, eğitim ve sosyal hayatı inceleyen bilim adamlarının kendi bilim dallarına ait yöntemleri kullanarak bu konuya yaklaşımlarıyla ortaya çıkmıştır. Macar halk oyunları araştırmaları, bulunduğu sosyo-kültürel çevresi içinde parlak bir görünüm sergileyen karakteristik geleneksel danslarının, yüzyıl boyunca döneminin en modern teknik araçları kullanılarak enstitüsel alan araştırmalarıyla gelişerek günümüze gelmiştir. Bu edinimlerle uzmanlaşan araştırmacılar, bu konu üzerinde teorik ve metodolojik yöntemler yaratarak yeni sistemler oluşturmuşlardır. Macar araştırmacılar bu konu üzerinde çalışan Romanya, Çek Cumhuriyeti, Slovakya, Polonya v.b. diğer Orta Doğu Avrupa ülkeleriyle bilgilerini paylaşmışlardır.⁵

Macar halk oyunları koleksiyonun özünü, otantik ve bilinçli bir şekilde yapılmış halk oyunları kayıtları oluşturur. Macar halk oyunlarına ait bilimsel anlamdaki ilk görsel doküman 1930lu yıllarda, yazılı doküman ise 1843 yılına dayanmaktadır. Daha önceden ses kayıt araçları ile kayıt edilen dans müzikleri ve hareketli resimlerle yapılan dans kayıtları teknolojik nedenlerle aynı anda fakat ayrı ayrı kayıt edilmekteydi. 1967 de 16 mm.lik görüntü kayıtlarıyla dans müziği ilk kez senkronize edilmiştir. Sessiz filmlerle aynı anda kaydedilen ses kayıtları, müziği ve dansı doğru bir şekilde notaya alabilmek için oyunla eşleştirildi. Zaman içerisinde dansların müzikle olan uyumu, süresinin uzunluğu, gelişme evrelerini incelemek amacıyla, orijinal malzemedен yararlanılarak profesyonel dansçıların taklit etmesi suretiyle, geleneksel formu aynen korunacak biçimde, hareket notasyonu yazılmış ve görsel olarak tekrar kaydedilmiştir. Günümüzde de herhangi bir dans aktivitesinde görülen otantik ve özel formlardan oluşan orijinal bir oyun derhal filme alınmaya çalışılmaktadır. Bu danslar hiçbir düzenleme yapılmaksızın doğal haliyle ve doğaçlama formuyla kaydedilmektedir.

Türk Halk oyunları konusunda ilk bilimsel çalışmayı Rıza Tevfik Bölükbaşı'nın **Nevsali-i Afiyet (Sehname-i Tibbi)** adlı dergide 1900 yılında yazmış olduğu "*Raks Hakkında*" adlı yazısında görmekteyiz. Rıza Tevfik Bölükbaşı bu yazısında "Dans" kavramını sosyolojik ve psikolojik irdelemesinin yanı sıra bazı milli oyunlarımızı da özetle inceleyerek tanımlamış kendi deyimleriyle hulaseten ve tahlilen tarif etmişti. İlk görsel doküman ise 1958 yılında Radyo-Film merkezi tarafından yapılan halk oyunları kayıtlarıdır.

Folklor konulu ilk resmi kuruluş olan Milli Folklor Enstitüsü 16 Mayıs 1966 yılında kurularak günümüzde Kültür Bakanlığının bünyesinde Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğu adını almıştır. Halk kültürü ile ilgili her konuda araştırmalar ve derlemeler yapan HAGEM'in arşivinde 2000 yılı itibarıyla 104380 adet yazılı belge, slayt, fotoğraf, mikrofilm, audio ve video bandı kayıtları, etnoğrafik eşya bulunmaktadır. "Yazılı belgeler ve slaytlar ciltli kutularda, fotoğraflar ve negatifler özel muhafazalarında ahşap dolaplarda saklanmaktadır. Kitap

⁵ Bu bilgiler Laszlo Felföldi'nin "*Folk Dance Research In Hungary. An East European Approach*" adlı yazısından faydalanılarak hazırlanmıştır.

ve periyodik yayınlardan oluşan kütüphane ise folklor alanında bir ihtisas kütüphanesi olma özelliğini taşımaktadır. Kütüphanede 1999 yılı sonu itibarıyla 133383 adet kitap bulunmaktadır.”⁶ Bu kurumun altında ayrı bir birim olarak çalışan Halk Müziği ve Halk Oyunları Şubesi ise sınırlı imkanlarla Halk oyunları konusunda bir çok araştırma yaparak bu geniş arşiv içerisinde hacimli bir yer kapsamaktadır. 2000 yılına kadar bu şubenin ürünü olan 20 kitap basılmıştır.

Macaristan’da yapılan bilimsel çalışmalarda, sahada elde edilen her malzemenin en az iki kopyası alındıktan sonra orijinal doküman mümkün olduğunca dokümanlardan saklanmaktadır. Birinci kopya yangın yada deprem gibi doğadan veya insanlardan kaynaklanan felaketlere karşı ana arşivden uzak ayrı bir binada saklanmakta ve sadece sayıca çok olmamak kaydı ile konu uzmanlarının kullanımına açılmaktadır. İkinci kopya ise isteyenlerin kolayca ulaşması amacı ile Budapeşte Etnografya Müzesinde oluşturulan birimde bu konu ile ilgilenen herkese hizmet verebilecek şekilde planlanarak, günümüzdeki en büyük problem olan dokümanın halkla buluşması sağlanmıştır. “Arşivlemede oldukça gelişmiş bir yöntem izleyen Macar Müzik Bilimleri Akademisi bütün bu koşulları gerçekleştirmenin yanı sıra tüm dokümanlarının kopyalarını demir plaklara kaydederek çok dayanıklı demir kasalar içerisinde yer altında saklamak sureti ile, kültürünü savaş, doğal afetler vb. olumsuzluklara karşı sonsuza kadar korumayı hedeflemektedir.”⁷

SONUÇ:

Teknik olarak halk oyunları ve halk müziği kayıtlarında dikkatli hazırlık daima en önde gelir. Bu açıdan dansın fonksiyonlarına mümkün olduğunca konsantre olmak gerekir. Bu durum dansı kolayca notaya almaya izin verir. İncelemek amacıyla, teknik olarak kayıt altına almak, ancak görüşme (röportaj) ile tamamlanır. Konuşmalar, geçmişe ait bilinçsizce hazırlanmış kültür malzemesinin geleneksel müzik ve söz olgularının durumunu, bilgi kullanımını, dansın estetik muhakemesini, ve dilini içermiş olarak kayıt edilmesini sağlar. Bu şekilde dansın durumu ve fonksiyonlarını kapsamlı bir koleksiyon oluşturacak şekilde detaylı bir biçimde ele alır. Böylece, karmaşık bir yapıya sahip olan oyunlarımızın içerisinde kültürel yaklaşım ile veri ilişkisini anlamaya çalışırız. Bu nedenle geleneksel toplumların dans kültürü, etnik gurupların detaylı monografileri araştırılmaya çalışılmaktadır. Mümkün olduğunca çok sayıdaki geleneksel toplumun değişik yaş ve sosyal sınıfa ait dansçıdan oynadığı özgün ve estetik değer taşıyan tüm oyun stilleri kayıt edilmeye çalışılmaktadır. Yapılan araştırmalarda, dansçının zaman içinde kendini izleyen yeni

⁶ Meltem Aksoy, “*Halk Oyunları Araştırma Ve Geliştirme Genel Müdürlüğü*”, **Ege Üniversitesi D.T.M. Konservatuvarı Türk Halk Oyunları Bölümü Lisans Bitirme Tezi**, İzmir, 2000, S.13

⁷ Mehmet Öcal Özbilgin, “*Halk Oyunları Saha Derlemesinde Arşivleme Evresi*”, **Türk Halk Oyunlarının Sahada Derlenmesinde Karşılaşılan Problemler Sempozyumu**, Ankara, Kültür Bakanlığı Yayınları, 2000 s. 160.

jenerasyona oyunun kurallarını ve ne şekilde yapısını aktardığını böylece oyunların sürekli bir şekilde nasıl tekrarlandığını tespit etmekteyiz.

Macar halk oyunları araştırmalarının en önemli başarısı, koleksiyonunda bilgileri toplaması ve Macar dans tarihinin kalıntılarını araştırdığı gibi 20. yy. ait yaygın Macar dans metaryellerini de sürekli kayıt etmesidir. Ulusal dans arşivi (küçük ve kişisel koleksiyonlarında birleşmesiyle) yaklaşık 1000 yerleşim yerinden 15000 dans versiyonu üzerine toplam 170.000 metre film arşivi ile Avrupa gözlemleri içinde önemli bir yer taşır. Bu materyaller Macar ulusunun ve Macaristan'da yaşayan ulusların dans zenginliğini kendine mal edişinin detaylı bir görünümünü verir. Yani sıra Doğu Avrupa insanların danslarının yaygınlığını gösterir.

Macaristan'da yapılan halk oyunları faaliyetlerinin sonucunda, sınıflandırılmış ve basılmış çözüm çalışmaları serisi, kaynak materyal çalışmaları, bölgesel dans türleri monografileri, tarihi ve karşılaştırmalı çalışmalar ve sentezleri yayınlanmıştır. Bu tür bilimsel yayınların sayısı 5 binin üzerindedir, binden fazla dans ve birkaç bin motif yayınlanmıştır. Basılan çalışmalar, tipler, bölgesel diyalektler, tarihi zaman süreçleri, etnik değerler ve Macar halk oyunlarının diğer etnik guruplarla etkileşimi konularını içerir. Basılı eserlerde, dikkat edilen detaylılık derecesi ve incelemelerin tarafsızlığı bu eserlerin değerlerini daha da arttırır. Ancak, bilimsel yöntemlerle analiz edilerek yayımlanan materyaller, bu işleme göre çok daha hızlı bir şekilde toplanmış ve araştırılmış çalışmaların arkasında kalmıştır. Şu ana kadar basılan halk oyunları yayınları toplanan malzemenin sadece yüzde altısını kapsar.

Macar halk oyunları hakkında basılan yazılı eserleri şu başlıklar altında sınıflandırabiliriz.

1) Bölgesel Monografiler; daha küçük özerk bölgelerin malzemeleri, yerleşim yerlerindeki göze çarpan dans kişilikleri, tarihi, tipolojik bakışların tamamlanması gibi popüler kültürün bölgesel parçalarının şu ana kadar verdiği görüntü tanımlamaları.

2) Sentez tasarımlar; Etnoğrafik, kültürel, tarihi ve karşılaştırmalı olarak oyunların tarihsel geçmişi, tipolojik ve bölgesel bakış açısıyla dans zenginlikleri.⁸

“Sosyal bilimlerin yeni bir branşı olan halk oyunlarımızın derlenmesinde bir de ekonomik zorluklar düşünülürse şu ana kadar elde edilen malzemelerin miktarı hiç de azımsanmayacak bir sayıdadır. Bilinen bu araştırmaların yanı sıra kişi ve kurumların şahsi derlemeleri de eklendiğinde bu sayı çok daha fazla olacaktır. Bu nedenle şahsi derlemelerde de ana arşivde uygulanan bir numaralama sistematığı kullanılmalıdır. Bu konu üzerinde çok ağırlıklı ve gerçekçi çalışmalar yapılmasına rağmen genel bir birliğe varılmadığından her kişi ve kurum derlemede kendi alan araştırma tekniğini kullanmakta, böylece de yurt sathında yapılan araştırmaları bir ara-

⁸ G.E.B.İ.B Laszlo Felföldi, *“Metodolgy of Hungarian Dance Research”*, **Structural Approaches of Hungarian Folk Dances**, Published by Hungarian Academy of Science, Budapest, 199

ya toplamak daha zahmetli bir hal almaktadır.”⁹ Halk oyunları malzemeleri Macaristan örneğinin aksine bir merkezde toplanamadığı için bu sayısal çokluk hiçbir zaman kesin olarak belirlenememektedir. Örneğin sadece Ege Üniversitesi Devlet Türk Müziği Konservatuvarı Türk Halk Oyunları Bölümü 20 yıllık bir süre içerisinde, Türkiye’de ve dünyada sahnelenen halk oyunları, klasik bale ve modern danslara ait dokümanlar, halk oyunları yarışmalarına ait dokümanlar, Türkiye’de yapılan alan araştırmalarına ait dokümanlar olmak üzere, yaklaşık 1500 saatlik hareketli görüntü ve yaklaşık 5000 dia ve fotoğrafı Türk kültürü arşivine kazandırmıştır.

Halk oyunları ile ilgili arşiv malzemelerinin CD ve mikrofilm gibi uzun süre kalıcı dayanıklı kayıtlara aktarılması çalışmaları hem Macaristan ulusal arşivinde hem de Türkiye de Kültür Bakanlığının arşivinde bilgisayar ortamında hızla gerçekleştirilmektedir. Kayıt edilen bu bilgiler aynı zamanda internet vasıtasıyla yayınlanarak ilgili her kesime ulaşılabilmesi sevindiricidir.

Son yıllarda halk oyunları konusunda profesyonelce yapılan sanatsal çalışmalar medyanın ilgisini çekmiş ve bu tür faaliyetlerin geniş kitlelere ulaşması sağlanmıştır. Bu durumun sonucu halkımızın sanatsal halk oyunları gösterilerine ilgisi artmış ve girişimciler için yeni bir pazar sahası oluşmuştur. Örneğin Ege Üniversitesi Devlet Türk Müziği Konservatuvarı Türk Halk Oyunları Bölümü’ nün düzenlediği 2001 yılı gösterisi özel bir şirket tarafından satın alınarak profesyonel çekimlerle CD olarak çoğaltılmış yapılan promosyon ve reklamlarla satışa sunulmuştur.

Macaristan’da halk oyunlarını öğretmeye yönelik görüntü kayıtları yayınlanmıştır. Ayrıca bu kayıtlar içinde hareket notasyonunun da bulunduğu yazılı dokümanlarla kitap halinde desteklenmektedir. Dans öğretmeye yönelik yazılı ve görsel dokümanların kombine formu ülkemize de uyarlanmalıdır. Türk halk oyunları arşivinden yararlanılarak oluşturulacak, görsel donelerle desteklenmiş yörelere göre halk oyunları adım motifleri kitabı, günlük yaşamda sosyal faaliyet yada boş zamanları değerlendirme çalışmalarında, yada örgün öğretimde halk oyunları ders öğretmen ve öğrencilerine büyük yarar getirecektir.

Halk oyunlarının sahne sanatı olarak medya aracılığıyla kitleler üzerinde ilgi uyandırabilmesinin temel koşulu, görsel kayıtların sanatsal kalitesidir. Bu nedenle bu tür çekimlerde görüntü yönetmenliği çok önem arz etmektedir. Macaristan da yapılan halk oyunları çekimlerinde sahne üç boyutlu düşünülmektedir. Bu şekle göre organize edilmiş kameralarla, her yönden hem detay hem genel görüntü alınabilecek bir şekilde kayıtlar gerçekleştirilmektedir. Çünkü halk oyunları gösterileri sahne düzeni ve anlatım olarak bir bütünlük arz ederken, yöresel tavır ve kişisel anlatımlarla da bir bireysellik göstermektedir. Bu iki olgunun aynı anda verilmesi çok önemlidir. Örneğin Kuzey Kafkas yöresi erkek oyunlarında tırnak üzerin-

⁹ Mehmet Öcal Özbilgin, “Halk Oyunları Saha Derlemesinde Arşivleme Evresi”, **Türk Halk Oyunlarının Sahada Derlenmesinde Karşılaşılan Problemler Sempozyumu**, Ankara, Kültür Bakanlığı Yayınları,2000 s. 160.

de yürümek, adım yapısının dar hacimli olması ve zorluğundan dolayı ayağın detay çekimlerle belirtilmesi gerekmektedir. Fakat diğer yandan bu adım şeklinin estetik olarak görünebilmesi ancak dansçının dizlerini kırmadan bacaklar gergin ve vücudunun dik, yüzünde rahat bir ifade tavrı vererek oynaması ile mümkün olur. Bu nedenle oyuncunun bütün olarak gösterilmesi çok önemlidir. Bu adımın tüm gurup tarafından yapılması çok daha etkileyici ve zor olacağından dolayı genel görünümde ise oyunun ruhu ve havası yakalanacaktır. İşte bu üç farkı görüntü gerekliliğini dengeli bir şekilde vererek oyunun mesajını mümkün olduğunca seyirciye iletebilmek beceri ve eğitim gerektirmektedir. Aksi takdirde televizyonlarda sıkça rastladığımız oryantal dans eden bir kişinin sadece göğüs, göbük ve kalçalarının detay çekimlerinde olduğu gibi bir durumla karşılaşırız. Oyunlarımız yüzyıllardan beri özünde barındırdığı mesajları sanatsal bir dille nesilden nesile taşımaktadır. Bu tür anlamsız çekimler dansın estetiğini öldürüp beceri gösterisini yok ederek, oyunlarımızın gerçek manasını yitirmesine neden olmaktadır.

Halk oyunlarının uzman kişiler tarafından, medya aracılığıyla doğru ve etkin bir şekilde yayınlanması, bir toplumun kendi benliğini daha iyi anlaması, toplumların birbirini hoşgörü içinde tanınması için en önemli araçlardan birisi olacaktır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

AKSOY, Meltem; *“Halk Oyunları Araştırma Ve Geliştirme Genel Müdürlüğü”*, **Ege Üniversitesi D.T.M. Konservatuarı Türk Halk Oyunları Bölümü Lisans Bitirme Tezi**, İzmir, 2000

BÖLÜKBAŞI, Rıza Tefvik; *‘Raks Hakkında’*, **Nevsal-i Afiyet Sename-i Tıbbi**, İstanbul, 1900

BUCKLAND, Teresa & FELFÖLDI, Laszlo; **Authenticity Whose Tradition**, European Folklore Institute, Budapest, 2002

FELFÖLDI, Laszlo; *“Folk Dance Research In Hungary. An East European Approach”* **Structural Approaches of Hungarian Folk Dances**, Published by Institute for Musicology of the Hungarian Academy of Sciences, Budapest, 1997

FELFÖLDI, Laszlo & GOMBOS, Andras; **Living Human Treasures In Hungary Folk Dance**, European Folklore Institute & Institute for Musicology of the Hungarian Academy of Sciences, Budapest, 2001

FELFÖLDI, Laszlo; *“Metodolgy of Hungarian Dance Research”*, **Structural Approaches of Hungarian Folk Dances**, Published by Institute for Musicology of the Hungarian Academy of Sciences, Budapest, 1997

GÜVENÇ, Bozkurt; **İnsan ve Kültür**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1979

HALMOS, Bela; “*The Tanchaz Movement*”, **Hungarian Heritage**, Budapest, 2000

KOVACKS, Atilla Selmeczi & SZACSVAY, Eva; **Folk Culture of the Hungarians**, Budapest, 1997

ÖZBİLGİN, Mehmet Öcal; “*Halk Oyunları Saha Derlemesinde Arşivleme Evi*”, **Türk Halk Oyunlarının Sahada Derlenmesinde Karşılaşılan Problemler Sempozyumu**, Ankara, Kültür Bakanlığı Yayınları, 2000

SİPOS, Janos **In the Wake of Bartok in Anatolia**, European Folklore Institute, Budapest, 2000

BASIN-YAYIN KURULUŞLARINDA YANLIŞ TÜRKÇE KULLANIMI

Muharrem ÖÇALAN¹

“Kalem olsun eli ol katibi bed-tahririn
Ki fesad-ı rakamı surumuzu şur eyler
Gah bir harf sukutiyle kılır nadiri nar
Gah bir nokta kusuriyle gözü kur eyler.”²

Ünlü divan şairimiz Fuzuli, bu dörtlüğü ile bize 15. yüzyıldan seslenerek, yazıda dikkatli olmamız gerektiğini hatırlatıyor.

İmlada gördüğü ihmalleri dile getiren şairimiz, günümüz Türkçesiyle; “Düğün dernek, ziyafet, şölen manasındaki sur () kelimesini yazarken bir harfi değişik yazması sebebiyle “tuzlu, kekremsi” anlamındaki şur () haline getiren, bir harfi unutmamasıyla ender bulunur, eşine rastlanması zor anlamındaki nadir () kelimesini, ateş anlamındaki nar ()’a çeviren, bir noktayı eksik koyması yüzünden göz () kelimesini, kör () eden kötü yazıcının eli, kalem gibi korusun!” diyor.

Ancak ne yazık ki bu önemli uyarıyı da sözlük yardımıyla anlamak zorundayız. Bu kargış³ tan günümüzdeki yazarlara ne pay düşer bilmem ama, bildiğim bir şey var o da; bu dil duyarsızlığı devam ettiği sürece imlamızın düzelmeyeceğidir. Kendi Gök Kubbemiz’in mimarının söylediği gibi: “Kafamız ne zaman düzelse, imlamız da o zaman düzelecektir.”

Yazı dilimizin son 1300 yılında 13 değişik alfabe kullanmış olmamız, imlamızın yerine oturmuyuşunun temel sebeplerinden biridir. Belki bu kadar sürede bu kadar değişik alfabe kullanmamızın sebep ve sonuçları başka bir yazıda ele alınabilir, tartışılabilir. Ancak biz, bu tebliğimizde **ses bayrağımız** diye nitelediğimiz Türkçe’nin konuşma ve yazı dilindeki yanlış kullanımına, özensiz kullanımına dikkat çekmeye çalışacağız.

¹ Sakarya Üniversitesi Türk Dili Okutmanı

² Akyüz, Kenan, Fuzuli Divanı, Ank. 1990, 18.s.

³ kargış: ilenç, beddua, nefrin, lanetleme, Sadeleştirilmiş ve Genişletilmiş Kamus-ı Turki, Şemseddin Sami, Tercüman yy. 1991, İst..3. Cilt,652.s.

Dilin Özensiz Kullanımının Sebepleri:

Dilin özensiz kullanımının çeşitli sebepleri vardır. Bu sebepleri şöyle sıralamak mümkündür.

- 1- Ana dil sevgisinin ve bilincinin yeteri kadar verilememiş olması.
- 2- Ana dil eğitim ve öğretimindeki eksiklikler.
- 3- Ana dil duyarlılığının toplum tabanına yaygınlaştırıl/a/mamış olması.
- 4- Yabancı dillere duyulan hayranlık ve aşağılık duygusu.
- 5- Örneklerin amaçlara uygunluk taşımaması.
- 6- Argonun yaygınlaşması.

Bu sebepler daha da çoğaltılabilir. Ancak, sonuçlara baktığımızda Türkçe'nin toplumumuzun bütün katmanlarında özensiz kullanıldığını söylemek zorundayız. Anne-babadan, çocuğa; öğrenciden, öğretmene; sokaktaki insandan, devlet yöneticisine; sunucudan, yazar-çizere kadar geniş bir yelpazede dilin doğru kullanımı konusunda eksikliklerimiz var. Bu eksikliklerin temelinde dilin millet hayatındaki önemini kavrayamamışımız yatmaktadır. Buna geniş anlamıyla ana dil bilinci yok-sunluğu diyebiliriz.

Ana dil bilinci:

Dil, bir topluluğu nitelikli bir ulus haline getiren en önemli unsurdur. Dil, sadece bir topluluğu ulus yapmakla da kalmaz. O topluluğun şahsiyetli, onurlu bir ulus olarak varlığını sürdürmesi de diline verdiği ve vereceği öneme bağlıdır. Üzerinde yaşadığımız coğrafya, ölü diller ve onlarla birlikte anıtlara dönüşmüş milletlerin müzesi halindedir.

Bir Çekoslovak bilim adamı “Ana dil dediğin vatandır aslında” diyor. Yahya Kemal de; “Türkçe'nin çekilmediği yer, vatandır!” diyerek dilin millet hayatındaki önemini vurguluyor. Vatanın üzerinde yaşanabilir bir yer olabilmesini dilin varlığına bağlayan bu ifadelerden sonra bir de Atatürk'ün şu sözüne kulak verelim:

“Türk milleti demek, Türk dili demektir. Türk dili, Türk milleti için kutsal bir hazinedir. Çünkü Türk milleti, geçirdiği nihayetsiz felaketler içinde ahlakının, an'anelerinin, hatıralarının, menfaatlerinin kısacası bugün kendi milliyetini yapan her şeyinin dili sayesinde muhafaza olunduğunu görüyor. Türk dili, Türk milletinin kalbidir, zihnidir.”⁴

⁴ Cunbur, Müjgan, Atatürk ve Milli Kültür, Kültür Bakanlığı yy., Ankara 1981, 36.s.

Şimdi bütün bu sözler doğrultusunda birey ve toplum olarak kendimizi bir kez sorgulayalım. Bu kadar önemli olan ana dilimiz Türkçe'nin önemini ne kadar kavramışız, bu önemin gereğine uygun olarak nasıl bir tutum ve tavır içindeyiz?

Ana dil bilinci sevgi ve eğitim işidir. Sevgisiz bilinç kazanılamaz.

Ana dil sevgisi, çocukluk yıllarında verilir. Çocuğun bir birey olarak toplumsallaşma sürecine girdiği ve bir iletişim dizgesi olarak dili kullandığı ilk çevre, ailedir. Çocuğa dil sevgisini ve bilincini ilk olarak anne, baba ve kardeş verir. Bu sebeple, çocuğa öğretilen ilk sözcüklerden itibaren doğru ve güzel Türkçe kullanımına özen gösterilmeli, aile bireyleri de bu konuda çocuğa iyi birer örnek olmalıdır. (Benim bebişim mama yiyoymuş, uyuyoymuş, kakıyoymuş, okuya gidiyoymuş... gibi yanlış söyleşilerle gösterilen sevgi bile farklı etkiler doğurabilir!) Ülkemizdeki eğitim düzeyinin yükselmesine bağlı olarak ailelerimizdeki bu bilincin de artacağına inanıyoruz.

Okul, çocuğun birey olarak en fazla biçimlendiği, eğitim öğretim kurumudur. Bu kurumun çocuk üzerindeki etkisi kalıcıdır. Bu sebeple çocuğa, ana okulundan başlamak üzere her kademede, seviyesine uygun olarak Türkçe'yi doğru ve güzel kullanma becerisi kazandırılmalıdır. Bu becerinin kazandırılması için sadece öğretimin yetmediği bilinmeli, öğretilenlerin uygulamalı bir eğitimle desteklenmesine çalışılmalıdır.

Eğitim-öğretimdeki eksik ve yanlışlar:

a) İlköğretim okullarına konulan İngilizce, çocukların anadilini sevmeye, öğrenme ve kullanma çağında Türkçe'yi kenara itmiş, çocuklarına ana dillerinde düşünme alanlarını daraltmıştır. Bir İngilizce kursunun tanıtımını yapmak üzere hazırlanan şu duyurudaki küstahlığa bakın: "Siz, hala annenizin dilini mi konuşuyorsunuz? We speak English!"

Milliyet yayınlarından çocuklara İngilizce öğretmek üzere hazırlanan kitapta da şöyle bir konuşma bölümü var:

"O da ne?

Bu bir ball değilmi?

....

Tom, Tiny'nin green rengi çok sevdiğini söylüyor..."⁵

Çocuklarımız bir yandan böyle kitapların ve dergilerin, bir yandan televizyon ve filmlerin, bir yandan da bazı anne ve babaların bilinçsiz teşviki ile tam oyun çağla-

⁵ totstv, Milliyet yy. 15 Nisan 1999

rında yarı Türkçe, yarı İngilizce (deyim yerinde Türkilizce) konuşmaya başlamışlardır. (“come on baby”, “ligh erkek”, “herild yani”, “okey!”, “full doluydu”, “Ben ticket alıcam”, “Teacherım homework verdi.”, “Ben şimdi sayıcam siz run yapacaksınız:one, two, three, go”, “oley!”, “bye bye!”, “I love Pokemon!”)

b) Liselerde, özellikle Süper(?)lise ve Anadolu(?) liselerinde İngilizce, Türkçe’den daha imtiyazlıdır ve ne yazık ki buralarda öğretilen İngilizce de Türkçe de çocuğun işine yaramamaktadır.

c) Üniversitelerin çoğunda Hazırlık Sınıfı adı altında maliyeti yüksek, verimi az bir uygulama vardır. Bu süreçten geçen çocuklarımız da İngilizce olarak sunulan bir söyleyişi, dersi takip edebilecek, alanları ile ilgili bir makaleyi okuyup anlayabilecek, çevirecek düzeyde yetiştirilememektedir. Çocuklarımız, başından itibaren ana dilinde düşünmeyi öğrenemedikleri için yabancı dilin mantığını da kavrayamamakta ve buna bağlı olarak yabancı dili de öğrenememektedirler.

Üniversitelerde Türk Dili dersi, ortalamaya katılmayan, zorunlu derslerden sayılmak suretiyle, özellikle sayısal ağırlıklı puanlarla girilen bölümlerde, öğrencilerin bu dersi, lüzumsuz bir ders gibi algılanmasına yol açılmıştır. (Seçmeli ders olarak okutulan Japonca’nın ortalamaya katıldığını ama Türk dilinin ortalamaya katılmadığını hatırlatalım!)

ç) Üniversitelerdeki etkinliklerin adlarında, tanıtımlarında ve sunumlarında yabancı dil tercih edilmekte, duyuru ve tanıtımlarda Türkçe’nin kullanımına aldırış edilmemektedir. Yıl sonu etkinliklerindeki afişler, eğlence duyuruları bu konuda en tipik örneklerdir. (Non stop music, non stop eğlence! Party! Summer Party! Winter Party! Tez yazilir, printer çıktısı alınir, CD’ye kayıt yapilir, sponsırd by...)

Ailede başlayan, okulda geliştirilen ve günlük hayatta ki uygulamalarla anlam kazanan bir dil sevgisi verilmediği sürece dilin özensiz kullanımı kaçınılmaz hale gelecektir.

Ana dil bilinci, toplum tabanına yeteri kadar yaygınlaşmamıştır.

Toplumumuzda “Dil, dilcilerin meselesidir” şeklinde genel ve yanlış bir kanaat hakimdir. Bu kanaat, dilin kurallarının konulması, dil hakkında hükümlerin verilmesi ve dil ile ilgili bilimsel araştırmalara yapılması... gibi konulara özgü olsa kabul edilebilir. Ancak nedense dil konusunda herkesin duyarlı olması gereği ifade edildiği zamanlarda bu tür kanaatler dile getirilmektedir. Oysa her meslek grubunda ki her birey, dili bir iletişim dizgesi olarak kullanmaktadır. Doktoru da, mühendisi de, gazetecisi de, televizyoncusu da dili kullanmaktadır. O halde dil, herkesin meselesidir. Türkçe’nin korunması ve kollanması, sadece dilcilerin üstesinden gelebileceği bir sorun değildir. Türkçe’yi ortak bir dert haline getirmedığımız sürece sorunların azalmasını sağlayamayız. Herkes, kendi alanıyla ilgili olarak ses bayrağı-mıza gereken önemi vermek ve özeni göstermek mecburiyetini hissetmelidir.

Aydın Kime Denmelidir?

Toplumumuzda “aydın” sıfatı, “okumuş” olanlara yakıştırılarak bi iki sözcük aynı kavramın karşılığı gibi ifade edilmektedir. Oysa her okumuş, aydın sayılmamalıdır. Aydın, berrak düşünebilen, mensubu bulunduğu ulusun maddi ve manevi üretim değerlerine sahip; geçmişi tahlil, hali tespit, geleceği tahmin edebilen insanına ait bir sıfattır. Ufku geniş olmayan insanlara bu sıfatın yakıştırılması bu sebeple mümkün değildir. Mesleği ne olursa olsun, Türkçe’yi doğru kullanma gibi bir meselesi olmayan aydın denmesi, Türkçe adına doğru değildir.

Bir milletin hayatiyetinin devam etmesinde o milletin bağrından yetişmiş eğitilmiş insanların önemi büyüktür. Eğer bir millet, sahip olduğu kültürel ve toplumsal değerleri, kendisine özgü güzellikleri, eğittiği insanları vasıtasıyla gelecek nesillere aktaramıyorsa o milletin yaşama şansı zayıftır. Çünkü eğitilmiş insan, toplumun motorudur. Tanzimattan beri toplumdan kopuk aydın tipi toplumu özlenen hedeflere yönelmemiş yeterli gelişmeyi sağlayabilecek işlevi yerine getirememiştir. Konuştuğuyla, yazdığıyla, düşündüğüyle, inandığıyla ve yaşadığıyla mensubu bulunduğu toplumun güzelliklerinden farklı hale gelmek, marifet sayılmıştır. Belki tarihi köklerinin daha eskilere götürebileceğimiz bu aydın tipinin, toplumsal genlerimize işlemiş yönelim yanlışı ne yazık ki günümüzde de devam etmektedir. Bu konuda en belirgin örnek, yabancı dil özentisidir. Yabancı bir dil bilmek elbette ki güzel bir beceridir. Günümüz dünyası dikkate alındığında her eğitilmiş Türk gencinin ve aydın diyebileceğimiz yetişkinin bir değil birkaç dil bilmesi, istenen ve aranan bir niteliktir. Ancak temel mesele, yabancı dil eğitimi ile yabancı dile eğilmek arasındaki tercih doğru yapılamamasıdır.

***Türkçe, aydınlarımızın dilinden çekilmiştir.**

Ülkemizde, yabancı dil hayranlığı son zamanlarda artmıştır. İki kelimedenden birinde yabancı bir kelime kullanan biri, aydın kişi, kültürlü kişi olarak nitelenmeye başlanmıştır. İş başvurularında yabancı dil bilmenin getirileri sebebiyle toplumda yabancı dil öğrenmeye eğilim artmış, buna bağlı olarak aileler, çocuklarına yabancı dil öğretmek için aşırı bir gayretin içine girmişlerdir. Şüphesiz ki bu devirde, bir değil birkaç yabancı dil bilmek gereklidir. Hatta imkan, mekan ve zekamız elveriyorsa birkaç Doğu (Çin, Japon, Rus) birkaç Batı (İngilizce, Almanca, Fransızca) dili öğrenebilmiş nesiller yetiştirmeliyiz. Ama hadim değil, hakim bir vaziyette.

Üstelik bizim serzenişim sadece Batı dillerine teslimiyetçiliğe de değil. Yer yer tebliğimizde dokundurmalarda bulunmamızdan anlaşılmalı ki, esaretin yönü ister doğu, ister batı olsun bizim bakacağımız pencere Türkçe penceresidir. Yabancıyı kullandığımız pek çok kelimenin Türkçe’si vardır veya bulunabilir ama biz zahmet edip de bunları kullanmıyoruz. Örneğin:

dizüstü: labtop
yozlaşma: dejenerasyon
karıştırma,bindirme:remix
derin düşünme:meditasyon
yelveren, estireç:vantilatör
buzlu çay/soğuk çay: ice-tea
süzek:filtre
şişirme haber: asparagas⁶

Türkçe deyince, dil ırkçılarının dediği gibi kimyasal bir işleme arıtılmış, saflaştırılmış bir dil anlaşılmalıdır. Elbette ki dil, iletişim dizgesi olduğu için onu kullanan toplumun, diğer toplumlarla etkileşimine koşut olarak bu toplumların dillerinden alış veriş yapacaktır. Ödünçlemeler yapacaktır. Hatta bu ödünçlerin bazılarını da millileştirecektir. Nitekim dilimizde, Arapça ve Farsça'dan, İngilizce ve Fransızca'dan pek çok kelime vardır. Ancak madem bunlar dilimizde kaldı, madem bunlara zamanında

Karşılıklar bulup Türkçeleriyle değiştiremedik ve dağarcığımıza yerleştirdik, hiç olmazsa bunları doğru dürüst kullanalım.

Örneği:⁷

Hukuğu olmaz, doğrusu hukuku dur.

Gazetelerden küpür değil, kupür kesilir.

Silahşör değil, silahşor dur.

Keman virtüözü değil virtüozu dur.

İnsan çok espritüel değil, spritüel olur.

Fenerbahçenin rakib i değil, rakib i,

Hakem değil, hakem

İstifa değil, istifa

demokrasi değil, demokrasi

⁶ Yabancı Kelimelere Karşılıklar I, II, TDK yy. Ank.

⁷ Örneklerin daha fazlası için bkz: Yalçın Şiar, Doğru Türkçe, Metis yy. 1999,İst.

layık değil, laik...⁸

Türkçe aydınlarımızın dilinden çekilmiştir. Üniversitelerimizde hazırlanan tezler, bildiriler Türkçe açısından yürekler acısı vaziyettedir. Hemen hiçbir tezde harflerle sıralama yapılırken a, b, c, d, e, f... sıralamasından farklı bir durum göremezsiniz. Atatürk'ün Latin abecesini alırken Türkçe'nin binlerce yıllık asli seslerini de ilave etmesi ne yazık ki unutulmuştur. Ç, ş, ğ, gibi sesler bu sıralamada yer alamamaktadır. Bütün eğitim kademelerimizdeki sınavlarda benzer bir hata ısrarla devam ettirilmektedir. Şekil 1, şekil 2... biçimi ise bizim sıfat tamlaması kuralımızı sessiz sedasız kaybetmiştir. Bu sessiz kervana katılan başka tamlamalarımız da artık kanıksadığımız bir hale doğru hızla yol almaktadır. İşte onun içindir ki Ahmet'in Büfesi yerine Büfe Ahmet – hatta Büfe Ahmets - Divan Oteli yerine Hoyel Divan, -... gibi yüzlerce gariplik geldiği halde bu durum kimsenin dikkatini çekmez olmuştur.

Türkçe, kıyı kentlerimizden, tatil beldelerimizden çekilmiştir.

Hemen hemen Türkçe bir konaklama yeri adı kalmamıştır. Apartlı, Ful Pansiyonlu, Starlı, Big'li, Magic'li, Holiday'li...Hotel, Motel, Campinglerle dolmuştur kıyı kentlerimiz.

Tatile gitmeden önce bir Hotel, Motel veya Pansiyon'da yer ayırtmayın rezervasyon yaptırmanız gerekir. Rezerve yerinizi de birkaç kez çek edin. Yoksa yeriniz satılmış olur, siz de ortada kalarak tatilinizi zehir edersiniz.

Sorunsuz bir şekilde tatil yapacağınız beldeye yerleşmişseniz hoteleniz breakfast ve evening meal'ini demonstrationlarını kaçırmayın. Showların ambiansına bayılacaksınız. Dışarıda bir şeyler atıştırmaya niyetlenirseniz, Türkçesi atıştırmalık diye önerilen Fransızca aperatif kelimesinin aparatif/aperatif/apperatif/aperative gibi binbir garip şekle girdiğine bakmadan, rastgele bir yere girebilirsiniz. Girdiğiniz yerde Fransızlar varsa ve onlar sadece alkollü içkiler içiyorlarsa şaşırıp Fransız kalmayın!

Çünkü aperatif, Fransızca'da alkollü içkiler için kullanılır! Yabancı dil bilmiyorsanız Kebhabchi'nin kebabçı olduğunu; Tomato Soup'un bizim domates çorbası, Orangensaft'ın portakal suyu, Mineral Wasser'in maden suyu olduğunu öğrenece-

⁸ Ayrıca şu eserlere bkz: Hepçilingirler, Feyza, Türkçe Of, Aksoy, Ömer Asım, Dil Yanlıları
Banguoğlu, Tahsin, Dil Bahisleri, Kubbealtı Neşriyat İst. 1986
Hacıeminoğlu, Necmeddin, Türkçenin Karanlık Günleri,
Kaplan, Mehmet, Kültür ve Dil, Dergah yy. İst.. 1996
Safa, Peyami, Osmanlıca Türkçe Uydurmaca, Ötüken yy. İst. 1976
Sinanoğlu, Oktay, Bir Nev York Rüyası Bye Bye Türkçe

ğiniz İngilizce, Almanca, Fransızca cep sözlüklerinizi yanınızda bulundurmaya ihmal etmeyin! İsteğinizi gayet saygılı bir biçimde “ne alırsınız?” diye soran “komi”ye de sakın sormayın, yoksa “comic” kalırsınız.

Bu beldelerde binlerce yıllık içeceğimiz yayık airanı, Yayık airanı; şalgam, şalgam; yıfka, yuphka; cacık, chachick; yemiş, yemish; kebabçı, kebabchi; dürümcü, dürümchi şekline dönmüş, yemek listelerinde yerlerini almışlardır.

İş yeri isimlerindeki yabancılaşma seyri ile ilgili pek çok araştırma yapılmıştır.⁹ Bu araştırmalardan birini de biz, Sakarya Üniversitesi öğrencileri ile birlikte Adapazarı ölçeğinde yapmıştık. Depremden önceki iş yerlerine ait yaptığımız bu araştırmada elde ettiğimiz bulgular bizi hem üzmüş hen güldürmüştür. Taradığımız 1438 iş yerinden 576 iş yerinin adı Türkçe’den başka dillere aitti. (%40,06) Depremden sonra birkaç yeni iş yerinin Türkçe isim koyması, bizi Türkçe adına sevindirmişti. (Dürümcü, Sakız Dondurma...) Ne yazık ki bu konuda ki denetimsizlik ve ticari yönelim sakatlığı sevinmemizi yarım bıraktı. Pek çok iş yeri gene yabancı isimler konarak açıldı. Oysa, asrın felaketinden sonra yeniden yapılanan kentimizde, bu yönden de bir yeniden yapılanma gerçekleştirildiler. İş yerlerine Türkçe isim koyanların özendirilmesi önerimize ve yeni açılan iş yerlerine Türkçe isim konulmasına dair 7000 imzalı çağrı dilekçemize de Belediye yetkililerinden bir cevap alamadık.

Bütün ihtimallerimize perde olan felaket, bu naçiz çabamızı da makul gerekçelerle Sakarya’nın eşilen, kazılan, doldurulan, yıkılan, yapılan karmaşıklığı arasında çözümsüzlükler zincirine ekleyip aldı götürdü.

Türkçe, gazete ve dergilerimizden, yazar çizerlerimizin kaleminden çekilmiştir.

İsimleri:

Fazla uzağa gitmenize gerek yok. Evinize yakın bir gazete bayiine gidip gazete ve dergi adlarına bir bakın. Ben öyle yaptım. Bakın bizim gazetecide hangi dergiler var:

Autoshow, Contry Hose, Marrel Ultimate, Spider Man, Mister No, Zeyna, Go Girl, Cosmo Girl, Hey Girl, Show, Medyatik, Prestij, Profesyonel, Klas, Mega, Pokemon, Aksiyon, Tempo, Oscar, Fiesta, Top Secret, Computer Sources, Klips...

Hiç mi Türkçe isimli dergi yok, dersiniz var: Manyak, Lombak, Gıgır, Fırt, Le-

⁹ Bu konuda bkz. 1) Aydoğan, Bedri, Türkçeye Giren Yabancı Sözcükler ve Otel Adları, TD 596, Ağustos 2001, TDK yy. 144-154.s.;2) Öçalın, Muharrem, Sakaryadaki İş Yerlerine Verilen İsimlerde Yabancılaşma Eğilimlerinin Tespiti Hakkında Bir Araştırma ve Düşündürdükleri, 1.Sakarya ve Çevresi Tarih ve Kültür Sempozyumu, Bildiriler, SAÜ yy.,Adap.199, 277-287s.;3)Üstünova, Kerime, Bursa’da Tabela Adları, TD533, Mayıs 1996, 1186-1190.s.;4)Kirman, Mustafa, İş Yeri Adlarında Özenti Saptaması, Güneş Gazetesi, 5 Ocak 1991;5)Alkibay, Sanem, Mağazalarda Yabancı İşletme Adı Kullanımına Yönelik Bir Araştırma, TD,Ekim 1996, 415-421.s.;6)Yaman, Ertuğrul, Ankara’daki İş Yeri İsimleri Üzerine, Milli Kültür, Aralık 1990, 58-61.s.; Gözaydın Nevzat, Türkçe Bilinci ve Karum, TD.,Eylül 2000, 585. sayı, 227-231.s.

man...

Merak, Kardeş, Çocukça, Gonca, Tek, Araştırma, Semerkand gibi diğerlerinden ayrılanlar da olmasaydı çok üzülecektim.

Başlıkları:

“Döviz out, borsa in!”

“Haydi AB’ye!”

Köşe Yazıları:

Yerel ve ulusal gazetelerden birer tane alıp eve döndüm. Önce yerel gazetenin sayfalarını çevirdim. Emekli bir öğretmen ve elli yıllık eğitimci yazar, sarı basın kartı sahibi ağabeyimizin yazısını okumaya başladım:

“...Tüm öğrencilerin iyi, çok iyi öğretmenlerine böylesi vefalı davranmalarını arularım...Yıllardır çok başarılı coğrafya öğretmeniydi. Hizmet yılının otuzuncu yılında böyle bir göreve çağırıldı...Toplantılara hazırlıklı, hazırlayarak gelirdi. Babaları hasta olduğu halde toplantılara katılırdı....Yıllar önce aynı (...) Lisesi’nde birlikte çalıştığı (...)’nu önerimle kurul başkanı yapmıştık...(...) Milli Eğitim Müdürü (...) tarafından kendilerine verilen Sakarya Milli Eğitimi ile ilgili kitabı gece-gündüz çalışarak 196 orta büyüklükte çok güzel bir kitap hazırlıyor... Şu anlayışsızlığa, anlayışa, hoşgörüyü bakınız. Kitabı tamamlıyor. Basımı için Milli Eğitim Müdürü’ne veriyor.”.....hazırlayan” diye adını yazmıyor...”¹⁰

Yazıdaki bu kadar hatada, sadece yazarın değil dizinin de yayımlayanın da suçu var. İmlasını mı, ifadesini mi düzeltmeli insan şaşırıyor.

Kişi, işini daha da iyi yapabilmek için, başkalarının denetimine de açılabilmelidir.. Kutadgu Bilig’deki şu dizeler çağlar ötesinden bize şu öğüdü vermektedir:

“Basutçı kerek erke yaruçılar

Ukuşlug biliglik büğü elçiler.”¹¹

(İnsana, kavrayışlı, bilgili, hikmet sahibi yardımcı ve destekçi yönetici insanlar gereklidir.)

Üniversitemizde Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü var. Bölümümüzde okuyan, ihtiyaç sahibi, okul harçlığını çıkarmak için iş arayan, yetenekli onlarca da öğrencimiz var. Bunlardan birer ikişer öğrenciye gazete ve televizyonlar işe alsalar, en azından yanlışları azalır.

¹⁰ 10 Çelik, Abdullah, Özgürce, Sakarya Yenigün Gazetesi, 9 Aralık 2002, 4.s.

¹¹ Arat, R.R.,Kutadgu Bilig I, Metin, TDK, 1979, 2. Baskı

Ulusal gazeteye geçiyorum.

Köşe yazarlarını okurum genellikle. Bazıları insanı çileden çıkarıyor. Konuştuğu gibi yazmayı “özgünlük” sayıp yazanlar vardır. Sokakta nasıl konuşuyorsa, yazıya da hemen hemen aynı şekilde aktarırlar sözlerini. Kimi sürekli kızgın, sürekli küfürlüdür.

Ve de sadece kendisi okuyormuş gibi yazar küfürleri. Bir de “Bloknot” yazarımız var ki evlere şenlik.

Ünlüler, ünsüzler, uyum kuaralları onun için konmamıştır.

Reklamlar, İlanlar

İstanbul için hazırlanan reklam:

“Ne olacak bu fishing zevkimizin hali?”

“Recreational Town”

Oltayı doğru yere atın

Golf Club

Equestrian&Cançer Club¹²

Spor sayfaları

Aman Yarabbi!

Spor sayfalarımızda futbolcularımız ne üç gol atabilir, ne de pas verebilirler. Zaten takımları rakip takıma yenilmişse, bilin ki hakem üçlüsünün hataları yüzündendir. Ama bazı hakemler, gelmiş geçmiş zamanların en iyisi sıfatını hak etmişlerdir. Bazı futbolculara, topu sektirememesine, çapraz koşmayı bilememesine, hazırlayıcılık yapamamasına, güçsüz olmasına rağmen bir çuval parayı neden verirler bilinmez.

Bilinmez ama ertesi gün aynı durum, tercüme edilmiş haliyle gazetelerin spor sayfalarında yer almak zorundadır. Çünkü spor yazarları, başka türlü yazarlarsa bizim anlayamayacağımız sanısındadırlar. Onlar, üç gol atana hatrick yaptırır, iyi pas vereni assistin kralı yapar. Takım, rakip (Bu şekilde yazılırsa ata binen anlamına gelir!) takıma yenilmişse mutlaka hakem triosunun hatası vardır. Bazı hakemler, tüm zamanların (şaşırmayın bu da yeni çıktı. Yani gelmiş geçmiş, şimdiki ve de gelecek zamanın demek her halde) en popüler hakemi sıfatını hak etmişlerdir.

Dripling yapamayan, diyagonal koşamayan, assist yapamayan, eforsuz adamlar-

¹⁰ Gözaydın, Nevzat, TD, Ağustos 2000, 504. sayı., 202.s

ra da neden bu kadar milyon dolar verilir, bilmiyorum!

Ama olsun derby maçlarının ambiyansı her zaman güzel oluyo! Üstelik bu maçların tele dedikoduları da çok reyting yapıyo!

Hele o kaçan gollerdeki “Wauww!!!” çığlıkları yok mu? Türkçe’de sanki hiç ünlem kalmamış gibi çıkarılan bu kedigiller familyasına ait ünleme çok sinirleniyorum. (Tam kıl oluyorum, sinir oluyorum diyecektim, tebliğ yazdığım aklıma geldi.)

Nefretin sahalardan silinmesi, küfürün sona erdirilmesi çabalarına saygı duyuyorum. Olması gereken ve bize yakışan da her yönüyle temiz, güzellik zevki veren, kardeşlik ve barışa katkı sağlayan bir oyun anlayışıdır. Ancak sevgimize bile “I love you..., I love you...!” şeklinde ifade edişimize ne demeli?

Ya ekonomi sayfaları?İşte birkaç yıl öncesine ait tespitler:

“Türkiye’de short ve long döviz pozisyonu taşıyan oyuncular bu aralar süper dikkatli olmalı. Parite riski alınacak zaman değil.”¹³

“Borsada beklenti satın alan spekülörlerin varlığıyla ilgili enformasyonun dezinformasyon olduğu anlaşılıydı vurgun yemezdik.”

Cevdet Kudret, Kalemin Ucu adlı eserinde “Yazmayı Bilmek” başlığı altında sunları söylüyor:

“Aslında eli yüzü düzgün yazı yazmak, eğitim işidir. Eskiden tercüme odasında, kalemlerde (devlet dairelerinde) memur adayları usta-çırak ilişkisi içinde yetiştirilir; rüştiye ve idadilerde en küçük yanlışa göz yumulmazdı.”

Ya şarkı sözlerimiz? Hepsini yazmama. Hatırlatayım ve sadece kanaatımı söyleyeyim ki hüznün ifadeleri, küfürler bile hemen hepsi şıkıdım şıkıdım vallahi!

Depresyonda olup arkadaşından ayrılıp çok sıkılanımı ararsınız, seni tek geçirim bu alemde (Alem diyo galiba! Fakat sözlerde inceltme imi yazılmamış. Üstelik tek geçmek de bir atçılık terimi.” Diyen mi, I am sorry ne soriy deyip çiftetelli havasında milleti oynatanı mı? Oynatmaya az falan kalmadı. Milletçe oynattık!

“Bu rakamlar içindeki ayrıntılı detaylara bakılacak olursa..., Yoksulluğun en iyi olanaklarını İstanbul gibi bir yerde yaşıyorsunuz.”

Kahroluyorum. Sonra bu seçilmişlerin yemin törenlerini anımsıyorum, hukuku guguk gibi söyleyişleri, laik kelimesini laayık şeklinde söyleyişleri aklıma geliyor gülümsüyorum.

Sunucu konuyu değiştirmek için araya giriyor:

“Dilerseniz şöyle yapalım.” Sonra araya bir tanıtım kuşağı giriyor:

¹³ Neftçi, Salih, Hürriyet Gazetesi, 11 Ağustos 1997

“Cep to cep,...connecting people”

Kimseye Fuzuli gibi kargışta bulmayacağım. Yakarışım binlerce yıldır atalarımızdan bize kadar gelen Türkçe'mizi, en az bize geldiği kadar bir düre daha ebediyete taşımak gibi bir sorumluluğun şuuruna işaret etmek içindir. Umud ediyorum ki bu söyleşi, toplumsal duyarlılığımıza bir nebze katkı sağlar.

Türkçe'nin 703 Yıllık Hikayesi Bile Türkçe'nin Bilim Dalı Olup Olmayacağını İspatlar:

Türk dilinin tarih serüveni, şimdiye kadar pek çok yazıda ve kitapta ele alınarak incelenmiş ve farklı yönleriyle izah edilmeye çalışılmıştır. Bunlardan biri de Bilim, Kültür ve Öğretim Dili Olarak Türkçe adlı eserdir.¹⁴ Bu eserde Ord. Prof. Enver Ziya Karal, Batı Türkçesi'nin tarih seyrini ele alırken; “Osmanlı Türkçesi'nin gelişme aşamaları, İmparatorluk sınırlarının genişlemesine ve daralmasına göre karakter değiştirmiştir.” Demektedir.¹⁵ Tarih olarak hocamızın 1299'dan 1918'e kadar sıraladığı ve izah ettiği bu seyrde şöyle bir tasnif dikkati çekmektedir.

- 1- Türkçenin yabancı dil etkisine karşı direnişi (1299-1453)
- 2- Türkçe üzerinde yabancı dil etkisinin artması (1453-1517)
- 3- Türkçede Arapça ve Farsça etkisinin üstünlüğü (1517-1718)
- 4- Türkçenin önem kazanmaya başlaması (1718-1839)
- 5- Türkçenin bağımsızlığı için çalışmalar (1839-1918)

Bu tasnif ve izah çalışmasının bütün ayrıntılarına katılmamakla birlikte bizim sözbaşında verdiğimiz Fuzuli örneğini 3. sıradaki tarihi süreçte saymak mümkündür.

Fuzuli, Azerbaycan sahasında yetişmiş ve ünü Türkçe'nin konuşulduğu coğrafyanın tamamına yayılmış bir şairimizdir. Türkçe'nin yabancı dil (Arapça ve Farsça) etkisine direnişinin yeterli olmadığı, bu dönemlere ait her örnekte göze çarpmaktadır. Özellikle yazı dilindeki Arap ve Fars diline yöneliş, zamanla Türkçe söyleyişi de etkisi altına almış, şair ve yazarlarımız halk dilindeki basit ve anlaşılır bir deyişi söylemek için bile bir sürü Arapça, Farsça tamlama, ağıdalı bir söyleyişi tercih eder olmuşlardır. “Canı cehenneme uçtu” cümlesinin 17.yy.daki ifadesine bakınız: “bala-yı kuhsar-ı serinde aşyan-saz olan zag-ı cifehar-ı can-ı habisi sigaf-ı tarekinden nişib-gah-ı duzaha pervaz eyledi.” 17.yy. şairi ve yazarlarımızdan Nergisi, Türkçedeki “düşündükçe” kelimesini söylemek için, içinde sadece ettikçe fiilinin

¹⁴ Bilim, Kültür ve Öğretim Dili Olarak Türkçe, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 1994

¹⁵ a.g.e. 30.s.

bulunduğu şu cümleyi kurmayı marifet saymış:”dest-i endişe heyzümpare-i mülahaza ile tahrik-i ateş-dan-ı efkar ettikçe”

Karal Türkçenin Bağımsızlığı İçin Çalışmalar (1839-1918) başlığı altına aldığı 5. ve son bölümde, bir kültür alanı değişikliğinden söz etmektedir. Bu dönem, Tanzimat’la 1. Dünya Savaşı arasındaki dönemi kapsar. Ne yazık ki bu dönemde de istenilen ölçüde bir Türkçe sadeleşmesini göremiyoruz. Arapça ve Farsça kelime ve kavramların kısmi olarak dilden atılmaya çalışılması, Türkçe açısından iyimser düşünmemize yol açsa da bunların yerini, Fransızca başta olmak üzere batı dillerinden kelime ve kavramların alması bu sadeleştirme çabalarını amaçtan uzaklaştırmıştır.

Osmanlı Devletinde ilk kez, 1876 Anayasasınının 18. maddesine; Osmanlı Devletinin resmi dilinin Türkçe olduğu, devlet hizmetlerine gireceklerin Türkçe bilmesi gerektiği hükmü konarak Türkçe’ye öncelik tanınmıştır. Ancak bu sefer de farklı yörelerden gelen insanların farklı lehçe, şive ve ağızlarla konuşmaları yüzünden Türkçe, mecliste bulunan Türklere tercüme yoluyla anlatılmıştır. (Karal:1994, 61.s.)

Ancak bütün bunları, hüküm sürdüğümüz topraklarda bir mensubiyet tanımının yapılması gereğini, bu mensubiyetin ortak değerlerinden biri ve en önemlisi olarak ortak Türkçe ihtiyacını belirginleştiren deneyimler olarak saymak gerekir. Nitekim bu dönemlerde yapılan tartışmaların sonunda, okullardaki Türkçe dersleri artırılmakla kalınmamış, harflerin ıslahı, alfabe değişikliği gibi o zamana kadar çok az sözü edilmiş fikirler de ortaya atılmıştır.¹⁶

Bu dönemlerde başlayan tartışmalar, bir anlamda Türkiye Cumhuriyeti’nin Türkçe’ye ve dile bakışının da fikri temellerini oluşturmuştur. Bu tartışmaların temelleri üzerindeki eğitim çarklarından geçmiş olan M. Kemal Atatürk’ün en önem verdiği konuların başında Türk Dili ve Türk Tarihi’nin yer alması tesadüf değildir. Cumhuriyetin birinci yılında (1924) İstanbul Üniversitesi’ne bağlı Türkiyat Enstitüsü’nün kuruluşuna öncülük etmesi, 1928’deki Harf İnkılabı, 1931’de Türk Tarihi Tetkik Cemiyetini kurması, 1932’de de Türk Dili Tetkik Cemiyeti’ni kurması, onun, 22.000.000 km2’den 770.000. km2’ye niçin sıkıştığımızı iyi tahlil ettiğini gösterir. Bütün bunlar, Türk milletinin ortak paydalarının sağlam olarak inşa edilmesine yönelik şuurlu çabalardır. Bu alanlarda ve özellikle dil sahasında yapılacak derin ve ilmi çalışmalar sayesinde mensubiyet hissi oluşacak, bu his Türklük şuurunun sağlamlaşmasına da vesile olacaktır. Nitekim M. Kemal Atatürk 2.IX.1930 tarihli el yazısında: “Milli his ile dil arasındaki bağ çok kuvvetlidir. Dilin milli ve zengin olması, milli hissin inkişafında başlıca müessirdir. Türk dili, dillerin en zenginlerinden biridir. Yeter ki bu dil, şuurlu işlensin. Ülkesini, yüksek istiklalini korumasını bilen Türk milleti, dilini de yabancı diller boyunduruğundan kurtarmadılar”¹⁷ demektedir.

¹⁶ Daha geniş bilgi için bkz:Tansel, Fevziye Abdullah, Arap Harflerinin İslah ve Değiştirilmesi Hakkında İlk Teşebbüsler ve Neticeleri, Belleten,1953. XVII.C,223-249.s.; Ergin Osman Nuri, Türkiye Maarif Tarihi, I.Ivc.; Levend, Agah Sırrı, Türk Dilinde Gelişme ve Sadeleşme Evreleri, Ank.1972

¹⁷ Inan, Afet, Medeni Bilgiler ve Mustafa Kemal’in Elyazıları, TTK yy.,Ankara 1969

HALK KÜLTÜRÜNDE İLETİŞİM ARAÇLARININ YARATTIĞI DEĞİŞİM VE DÖNÜŞÜM

N.Zeynep ÖZÇÖREKÇİ GÖL

Değişim dönüşümün en etkili aracı medya kelimesi Türkçe sözlükte “iletişim ortamı, iletişim araçlarının tümü” olarak tanımlanmaktadır.

Kitle iletişim olanaklarının artması ile farklı kültürleri tanıma olanaklı hale gelmiş, kültürel alışveriş yaygınlaşmış, eğitim olanakları artarak kültürel yapıda değişikliklere neden olmuş, bu da yaşama biçiminin değişmesine yol açmıştır. Bu değişimde en etkili araç iletişim, iletişim araçları içinde ise televizyon olmuştur. Televizyonun görsel çekiciliği, renkliliği toplumu kısa süre içinde etkisi altına almıştır. Az okuyan bir toplum oluşumuz nedeniyle, yazılı basının etkisi, daha az olmuştur. Kültürel yapımızın oluşmasında sözlü kültür ortamının etkili olduğu bilinen bir gerçektir. Yüzyıllardır sözlü anlatım geleneğinin sürdüğü toplumumuzda dinlemek ve izlemek alışılmış davranış kalıpları olduğundan, televizyonun etkisi bir kat daha artmıştır. Televizyon aynı zamanda çaba harcamadan bilgi sunup eğlendirdiği için kolaycılığa da hizmet etmiş ve en etkili kitle iletişim aracı olmuştur.

Değişen kültürel olguların yerini televizyon kaynaklı yeni değerler almaya başlamıştır. Sosyal yaşam kültürel değerler, ekonomi kısaca insan yaşamı etkilenmiş, bu kaçınılmaz bir sonuç olmuştur. Televizyonun ait olduğu halkın kültürünü işlemek; bu kültürel değerleri tanıtmak, bunlardan olumlu olanlarını pekiştirmek, olumsuzları elimine ederek eğitime katkıda bulunmak gibi önemli bir misyonu vardır. Bu yönü ile toplumun şekillenmesinde başrolde dir.

Ülkemizde, halk televizyon ile ilk olarak 1968 yılında tanışmıştır. Devlet eli ile başlatılan siyah-beyaz yayınlar başlangıçta haftanın belirli saat ve günlerinde yapılırken teknolojik gelişmeler sayesinde kısa bir süre içinde yurt çapında yaygınlık kazanarak yayın saatleri arttırılmış daha sonrada her gün yayın yapılarak, bu yaygınlaşma devam etmiştir. 1980’li yıllardaki ekonomik ve politik gelişmeler iletişim araçlarının yaygınlaşması sonucu bu alan yapılan yatırımlarla, renkli ve çok kanallı televizyon yayıncılığı başlamıştır. Halk çok, renkli ve alternatifli dünyaya adım atmış, çok önemli bir kültürleşme aracı kabul edilen televizyon her evin baş köşesinde yerini almış, dünyayı küçülterek evin içine getirmiştir. Çok kanallı televizyon yayıncılığı ile dünyadaki değişik kültürleri tanıma kolaylaşmış, bu gelişmeler “değişim sürecini” hızlandırmıştır. Büyük kitlelere ulaşabilen görsel iletişim aracı bireylerin ve kitlelerin tüm zamanlarını alarak bağımlılık yaratmış ve yaşamlarını yönlendirmiştir.

Küreselleşen dünyada örgütlenmiş iletişim sistemleri, istedikleri bireyi ve toplu-

mu yaratmak için, tek bilgi kaynağına bağlı, çeşitliliği ve özgünlüğü olmayan standart bir kültür ve insan modeli oluşturma çabalarıyla ticari amaçlı yayın politikası geliştirip bunu daha çok televizyon aracılığı ile tüm dünyaya empoze etmektedir.

Televizyon yayıncılığı dünyada bu alanda eğitilmiş uzman elemanlar aracılığı ile yapılmaktadır. Teknik ekibinden yapımcılarına kadar özel olarak eğitilmekte, üniversitelerde bu konu ile ilgili bölümlerde eğitim verilmektedir. Ancak ülkemizde bu konuda alt yapı çalışmaları tamamlanmadan hazırlık yapılmadan çok kanallı televizyon yayınları başlamıştır. Program sıkıntısı kaçınılmaz hale gelmiş, bu sıkıntı yabancı prodüksiyonlarla kapatılmaya çalışılmıştır. Bu programlar aracılığı ile yoğun bir kültürel yapılarak halk tek bilgi kaynağına bağlı “popüler kültür” dünyasına çekilmeye başladı. “Popüler kültür” ise insanları eski alışkanlıklarından vazgeçirerek kalitesiz olanın kolay erişilenin etkisi altına alarak yaratıcılığın ve üreticiliğin olmadığı yani kendisine ait olmayan bu yeni kültüre alıştırdı. Medyanın gücü ile yabancılaşma yoğun olarak yaşanmaktadır. Bu bağlamda ulusal kültürü oluşturan “halk kültürü” ögesi ayrı bir öneme sahip olmuştur.

Değişim kaçınılmaz bir gerçektir. Ancak; geleneksel yapı içerisindeki kimi öğeler zamanla değişerek yerini başka bir geleneksel öğeye bırakır. Bu değişim doğal bir süreç içerisinde olduğunda toplumun dengesinde bir aksama olmazken, dış etkenlerin zorlaması ile yaşanan kültürel değişimler ise toplumsal aksamalara neden olmaktadır.

Medyanın bölgenin yerel ve özgün değerlerini ülkeye, ülkenin değerlerini dünyaya iletirken, yöresel kültürü ulusala, ulusal kültürü de, uluslararası taşıma gücü vardır. Bu güç çok dikkatli ve özenli davranma zorunluluğunu doğurmaktadır. Televizyonun asıl amacının haber vermek, eğitmek, en son sırada eğlendirmek olduğu yapılan her yayında unutulmaması gereken önemli bir noktadır. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu yayınlarında halk kültürünü konu edinen yayınlara diğer kanallardan daha fazla yer veren resmi bir yayın organıdır. Bu anlayış 1970’li yıllarda yapılan televizyon programlarında halk kültürü ürünlerinden halk müziği ve halk oyunlarını içeren programlara ağırlık verilmiştir. Bu programlarda, halk kültürünün başka bir dalını oluşturan etnografik malzemeler kullanıp, köy yaşamına öykünerek stüdyoda dekor olarak köy görüntülerine yer verilmiştir. Ramazan Bayramlarında ise istisna olarak Karagöz gösterileri ve halk tiyatrosunun bazı dallarına yer verilmektedir. 1980’li yılların başından itibaren türkülerin öykülerinin de anlatıldığı programlara geçilmiş bu programlar, Mansur Kaymak, Can Etili, Özyay Gönüm, Makbule Kaya, Hale Gür gibi sanatçılar tarafından hazırlanarak sunuldu. 1990’lı yıllardan itibaren ise halk kültürü içerikli yayınlara daha da ağırlık verilmiştir. Bu içerikteki yayınlar daha çok kırsal kesime dönük yayın yapan GAP Televizyonunda izleyiciye sunulmuştur. Bu yıllarda, türkülerin yaratıldığı yörelerin kültürlerinin de tanıtıldığı programlar yayın hayatına girdi. Atilla İçli’ nin hazırlayıp sunduğu “Yörelerimiz Türkülerimiz” ile Nuray Yılmaz’ın hazırlayıp sunduğu “Gezelim Görelim” programları bu yayınların en önemli iki örneğini oluşturmaktadır. Uzun yıllar yayın hayatını sürdüren bu iki programın yayını günümüzde de devam

etmektedir. Bu nedenle, geneli örneklemek için bildirimize konu olarak seçilmiştir. Amacımız; bu programların malzeme olarak kullandığı halk kültüründen ne şekilde yararlandığının irdelenerek sonuçlarının bu bilim dalında araştırma yapan kurum kuruluş ve kişilere yansımalarının neler olduğunun saptanmasıdır. Bu aşamada da değerlendirmeler, Kültür Bakanlığı Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü'nün gerçekleştirdiği alan araştırmaları ışığında yapılacaktır. Söz konusu Genel Müdürlük halk kültürü alanında araştırma ve derleme çalışmaları yaparak bunları arşivler, değerlendirir ve yayın hayatına dönüştürür. Bu görevleri yerine getirirken, araştırma evreni olarak, bu alanda çalışma yapan diğer kurum kuruluş ve araştırmacıların kullandığı alanı ortak kullanır. Her yıl planlı olarak düzenlenen Alan Araştırmaları değişik illerde gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmaların bir kısmı, halk oyunları, halk tiyatrosu gibi konular görsel olarak da belgelenmektedir. Kameranın kullanıldığı belgeleme çalışmalarında medyadaki bu iki programın çalışmalara hem olumlu, hem olumsuz etkileri gözlenmiştir.

15 yıl önce yapılan görsel belgeleme çalışmalarında, kaynak kişilerin çoğunluğu televizyona çıkarılma kaygısı ile çalışmayı kabul etmemekte yada güçlükle ikna edilmekteydi. Bu anlayış ise çalışmayı olumsuz etkilemekteydi. Ancak bu iki programın ortak alanda yani kırsal kesimde köylerde yapılması ve kırsalda izlenmesi halkı televizyona alıştırmış ve bu anlayıştan uzaklaşmıştır. Bu anlayış değişikliği çalışmaları olumlu etkilemiş, aynı etki bazı kesimler üzerinde ise olumsuz sonuç vermiştir. 1992 yılının Mart ayında Yozgat ilinde gerçekleştirilen Köy Seyirlik Oyunları Belgesel Video çekim çalışması sırasında üç ayı köy muhtarı tarafından televizyon kanalı olmadığımız için geri çevrildik. Gerekece televizyon olsaydınız bir şeyler yapardık, köylüyü ikna ederdik nacak şimdi neden yorulalım biçiminde oldu. Oysa 10 yıl önce kaynak kişileri ikna etmenin yolu televizyon kanalından olmadığımızı ispatlamaktan geçmekteydi. Bu iki program, kırsal kesimi köyleri kamera-ya alıştırmış, çekingenliği azaltmıştır. Faydacı bir anlayışı yerleştirmesinden dolayı da bilimsel içerikli çalışmalara engel teşkil etmiştir. Ücret talebi, kendini gösterme kaygısıyla yaygın olmayan veya uygulanmayan, gerçek olmayan bilgiler verilerek yanıltma yoluna gidilmesi vereceğimiz örneklerdir.

2001 yılı Nisan ayında gerçekleştirdiğimiz alan araştırmasında Zile'ye bağlı Ormanözü Köyünde kaynak kişiye koç katımı, saya gezme konularında sorduğumuz sorulara, alınan yanıtlar dikkatimizi çekmiştir. Genellikle bu konularda kaynak kişilerin uygulamayı anlatıp, nedenini açıklayamadıklarını görmekteyiz. Oysa bu kaynak kişi nedenlerini, mitolojik bilgilerle açıklamış bu durum bizi şüpheye düşürmüştür. Yapılan denetleme sonunda kaynak kişinin iyi bir televizyon izleyicisi, radyo dinleyicisi olduğu bu bilgilerin kaynağının iletişim araçları olduğu saptanmıştır.

2002 yılı Nisan ayında Kayseri İli Sarioğlan İlçesi Karaözü Beldesinde gerçekleştirdiğimiz araştırma sırasında Nuray Yılmaz sanılıp, olmadığımızı anlatma çabalarımız sonuç vermemiştir. Çalışma tamamlandığında Nuray Yılmaz olduğum ancak onlara yalan söylediğime inanılmaktaydı. Bu araştırmada aynı kaynak kişiler, neden onlar gibi bize daha yakın davranmıyorsunuz? Onlar bize yardım ediyor, öv-

güler sıralıyor siz onlara benzemiyorsunuz şikayetleri ile karşılaşmıştır. Bu kanatlar sağlıklı bir çalışma ortamını oluşturmamızı engellemektedir. Geleneksel yapı içerisinde olmayan, sonradan öykünme yolu ile bireylerce gerçekleştirilen yeteneklerin çekimlerinin yapılması isteği çalışmayı olumsuz yönde etkileyen diğer bir nedendir. Halk bu programlarda gördüklerinin, aynısının yapılması gerektiğine inanarak talepte bulunmaktadır. Özellikle de bu iki programın çekildiği köylerde çalışma gerçekleştirirken bu sıkıntı daha da yoğun yaşanmaktadır.

Genel Müdürlüğümüzce yapılan çalışmalarda, gidilecek il planlandıktan sonra İl Kültür Müdürlüğü ile yazışmalar yapılarak ildeki resmi kurum ve kuruluşlarla irtibat kurularak köy muhtarlıkları da haberdar edilmektedir. Konu önceden anlatıp, daha sonra araştırma ekibi köye gitmektedir. Araştırma ekibi de konu hakkında daha detaylı bilgi vererek hazırlık yapacak zamanı bekleyerek ya aynı gün yada başka gün kararlaştırılarak çekimler gerçekleştirilmektedir. Büyük bu açıklamalarımızda televizyon kanalından olmadığımızı da özellikle vurgulamaktayız. Ancak son yıllarda köye gidildiğinde yine de halka televizyondan geldiğimiz söylenmiş olmaktadır. Yapılan hazırlıklar ise bizim talep ettiğimiz konudan daha çok Atilla İçli ve Nuray Yılmaz'ın hazırladığı programların içeriğine benzer niteliktedir. Bu hazırlıklar halkı gereğinden fazla yormaktadır. Bizim çalışma konumuza girmemesinden dolayı, köylü hayal kırıklığına uğramasın diye çekim yapılmaktadır. Bu durumda konunun uzmanlarının bulunmamasından dolayı detaylı bir araştırma ve derleme çalışması yapılamamakta, görüntüler yüzeysel içerik taşıdığından bilimsel içerikli çalışmalarda kullanılamamaktadır. Bu durum hem zaman kaybına neden olmakta, hem de israfı beraberinde getirmektedir. Asıl konunun çalışılmasına engel teşkil etmektedir.

Diğer bir önemli nokta, bu programlar yayınlandığından siyasi otoriteye mesajları iletebilmektedir. Aynı isteklerin bizlerden talep edilmesi durumunda bunu yapabileme olanağımızın olmadığını yada çok sınırlı olduğunu açıklamamız durumunda tepki almakta, ana malzemeye ulaşmamızı sağlayan kaynak kişilerin bilgi vermemesi ile karşılaşmaktayız. Bunlar çalışmayı olumsuz etkileyen etkenlerdir.

Sonuç olarak; ulusal kimliğin korunabilmesi için halk kültürü içerikli yayınların yapılması bölgeler arasındaki kültürel yapıların birbirlerini tanımalarını ve kaynaşmalarını sağlamak açısından çok önemlidir. Özgün değerlerimizin korunabilmesi için halk kültürü içerikli yayınların yapılması aynı zamanda fonksiyonel bir yaklaşımdır.

Yukarıda saydığımız olumsuz noktalar göz önüne alındığında hangi tedbirlerin alınması gerektiğini de söylememiz gerekmektedir.

Medyanın genel anlamda kültür, özel anlamda geleneksel kültür değişmelerinde etkili olduğu kabul edilerek, bu değişmelere yön verilmesi gerekmektedir. Bunun medya ile yapılması mümkündür. Medya sürekli yeni yabancı unsurları sunduğundan kültürel yapıda çözümlere neden olmaktadır. Bu yön verme için devletin

resmi bir kültür politikası oluşturarak kurum ve kuruluşlar aracılığı ile uygulaması gerekmektedir. TRT uzman kadroların ve halk kültürünün her alanında uzmanlaşmış danışmanlar ile programlar yaparak örnek oluşturmalıdır. Özel kanallardaki halk kültürü içerikli yayınlarda, halk kültürünün olumlu yada olumsuz yönde kullanılması ile ilgili denetim mekanizması geliştirilmeli bu mekanizmanın içinde Radyo Televizyon Üst Kurulu ve Kültür Bakanlığı yer almalıdır.

Küreselleşen dünyada, popüler kültür istilasından kurtulabilmek için en önemli görev Üniversitelere düşmektedir. Halkbilimi alanında eğitim veren bölümler bu bilim dalının medya ile ilişkisini detaylı olarak müfredatlarına alarak incelemelidirler. Bu alanda hizmet verecek nitelikte eleman yetiştirilmelidir.

Medya sektöründe görev alacak olan elemanları yetiştiren iletişim fakültelerinin radyo, televizyon ve sinema konularında eğitim veren bölümler müfredatlarında halk kültürünün ne olduğu ve bu kültürden yararlanarak ortak değerlerin, paylaşımların yoğun olduğu bir iletişim ortamı yaratmanın yolları öğretilerek, ulusal kültürün özgünlüğü korunmalı ve dünya kültür mirasına daha etkin katkıda bulunmalıdır.

Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü ise halk kültürü alanında daha etkin çalışmalar gerçekleştirebilme koşullarını yaratma yollarını aramalıdır.

1. Kadrolarını genişletmeli, bu alanda hizmet veren Folklor Araştırmacılarının özlük haklarında iyileştirme yapılmalıdır. Proje bazında özgür çalışma ortamı sağlanmalıdır.

2. Alanda çalışırken verimi arttırmak için, kaynak kişilere doyurucu ücret ödenebilmesi için bütçesini yeniden yapılandırmalıdır. Ayrıca alana halkı onore etmek için küçük hediyelerin götürülebilmesi içinde ödenek sorununu halletme yolları aramalıdır.

3. Bu çalışmaları yaparken üniversitelerin ilgili bölümleri ile daha etkin bir koordinasyon içinde çalışmalıdır.

4. Uzman kadroların sayısal olarak çoğalması, TRT ve özel televizyon kanallarının yaptığı halk kültürü içerikli programlara etkin danışmanlık yapabilme olanağını yaratmış olacaktır. Bu sistemin kurulabilmesi için, hem medya kuruluşları ile hem de Üniversiteler ile ortak projeler üstünde çalışmalıdır. Bu çalışmaları olanaklı kılacak koordinasyon anlaşmaları yapılmalıdır.

5. Halkın bu çalışmalar sırasında talep ettiği hizmetleri, siyasi otoriteye aktaracak bir yöntem bulunmalı, devletin hizmet organlarına bu istekler raporlar yolu ile aktarılmalı ve dikkate alınmalıdır.

KAYNAKÇA:

1. Güvenç, Bozkurt: Sosyal ve Kültürel Değişme. H.Ü. Yay, Ankara, 1976
2. Bahşıoğlu, Ayşegül: Halk Kültürü Alan Araştırmalarında Medya Faktörü, 6. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi Medya ve Geleneksel Kültür Seksiyon Bildirileri. Kültür Bak. Yay.2931, Ankara, 2002. s 32-42
3. Kaya, Azat: Balıkesir Örneğinde Televizyonun Gelenekler Üzerindeki Etkisine Gençliğin Bakışı , 6. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi Medya ve Geleneksel Kültür Seksiyon Bildirileri. Kültür Bak. Yay.2931, Ankara,2002. s 115-124
4. Kaçar Gitmez, Şengül: Küreselleşen Dünyamızda Medya ve Kültür Folklor Edebiyat, C.3, Sayı 2000/4 s 23-26
5. Er Uğuzman, Tülay: Dördüncü Uluslar arası Dörtdivan Yayla Şenliklerinin Düşündürdükleri – Halk Kültürünü Etkisi Altına Alan Popüler Kültür, Folklor Edebiyat C. 6, 2000/4, s 285-292
6. Cengiz, Serpil Aygün: Folklor, Poplor ve Kitle İletişim Araçları, Folklor/Edebiyat 19.Sayı, 1999/3, s 3-12
7. Özdemir, Nebi: Halkbilim, Kültür bilimi ve Medya, Milli Folklor 7. Cilt S.49 s 87-92
8. Mete, Mehmet: Televizyon Yayınlarının Türk Toplumunu Üzerindeki Etkisi, Atatürk Yüksek Kurumu, Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı, Yay.189, Ankara,1999

İNTERNET ORTAMINDA HALK OYUNLARI ADINA YAPILAN TANITIM ÇALIŞMALARI

Nihal ÖTKEN

Türk Dil Kurumu Medyanın tanımını, bütün iletişim ve yayın organlarının bütününe verilen ad, İletişim ortamı ve kitle iletişim araçlarının tümü olarak tarif etmektedir. Bir başka tarifte; Medya, sözcüğün kökeni itibariyle aracı olan, doğrudan olmayıp etkinlikleri sunma süreç ve biçimleridir denilmektedir. Medya : Latince mediatus (araç, aracı, vasıta). hem iletişim araçlarını, hem de iletişim ortamını anlatır tarzda kullanılmaktadır. Bu tanımlardan yola çıkarak İnternet (international network)başlı başına bir kitle iletişim aracı olarak kabul edilmektedir.

İnternet yayıncılığı dünyada çok geniş bir alana sahip olup özellikle Amerika'da bugün çok önemli bir noktaya ulaşmıştır. Bu açıdan bu bildiride; sanal medya olarak da kabul edilen, bizim için yeni sayılabilecek ancak her alanda karşımıza çıkan bu kitle iletişim aracının önemi ve bu araç ile yapılan halk oyunları tanıtım çalışmalarının Türkiye'de ki kullanımının ne konumda olduğu ele alınmaktadır.

Yapılan araştırmada en önemli yol gösterici yine İnternet'in kendisi olmuştur. İnternet üzerinde web sitesi bulunan hemen hemen tüm halk oyunları dernek, vakıf ve toplulukları ile resmi veya kişisel web sayfaları ele alınarak incelenmiştir.Türkiye için İnternet yayıncılığı alanının yeni olduğunu söylemekle beraber, bugün konusu sadece halk oyunları olan 150 den fazla İnternet sitesinin varlığından bahsetmek mümkündür. Bunun dışında alanı farklı olup da site içinde halk oyunları için ayrılmış bölümleri olan yüzlerce site daha olduğu inceleme sonucunda tespit edilmiştir. Bu da teknolojinin getirdiği yeni buluşlara ve ürünlere uyum sağlama sürecinin hızının giderek arttığını göstermektedir. Radyonun elli milyon kullanıcıya ulaşması için tam 38 yıl geçmesi gerekirken, bu sürenin televizyon için 13 yıla düştüğü, 50 milyon İnternet kullanıcıasına ulaşılmasının ise sadece 4 yıl aldığı yapılan araştırmalar ortaya koymaktadır. Ayrıca İnternet'in, televizyon ve radyodan çok daha önemli bir enformasyon kaynağı olarak kendini kabul ettirdiği, ve İnternet kullanıcılarının yüzde 55'inin sanal dünyada elde edilen bilgilerin tamamının veya büyük bir kısmının doğruluğuna inanmakta olduğu da verilen bilgiler arasındadır.

İnternet hemen hemen tüm iletişim teknolojilerini kapsar bir yapıda ortaya çıkmış ve çok hızlı bir şekilde yayılmıştır. Bugün İnternet kullanımı bütün dünyaya yayılarak, milyonlarca insanın iletişim kurmasını sağlayan en önemli araçlardan biri haline gelmiştir. İletişim; Duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü

yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, komünikasyon olarak tanımlanmaktadır. İletişim, insanlar arasında enformasyon dağılımını ve değişimini sağlar. Toplumun en doğal hakkı olan haber alma ve bilgilenme işlevi, kitle iletişim araçları sayesinde gerçekleşir. İletişim, bilgilendirme dışında duygu ve düşünceleri bildirme, eğitime ve öğretme, bireysel ve dolayısıyla toplumsal gelişim sağlama, eğlendirme, v.b. gibi birçok işlevi yerine getirmektedir. Uluslararası alanda ise, enformasyon gücünü dünyaya ileten, bildiren bir işlevi vardır. Bu da Uluslararası arenada siyasi, ekonomik, toplumsal bir güç kazanmanın en etkili yoludur. Enformasyonu pazarlamanın bir tek yolu vardır; tüm dünyayla iletişim kurmak. Kitle iletişim araçları enformasyon dağılımının da büyük bir rol üstlenmiştir. Özellikle gazete, radyo TV' ve son dönemde İnternet'in enformasyon yaymadaki gücü ve etkinliği tartışılmaz.

1970'li yılların başlarında ABD Savunma Bakanlığınca ülke güvenliğinin tehlikeye girmesi ve herhangi bir nükleer saldırı karşısında Askeri ve akademik bir proje olarak ortaya atılan İnternet ARPAnet (Advanced Research Projects Agency Network) isimli gizli bir projenin ürünüdür. O dönemlerde sadece askeri amaçlı geliştirilen bu proje, daha sonraları üniversiteler başta olmak üzere, devlet kuruluşlarına ve özel şirketlere kadar geniş bir alanda kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde artık, her alanda kullanılmaya başlanan İnternet kişisel kullanımdan, ticari kullanıma geniş bir alan oluşturmuş, hatta müzik yayını, TV yayını vb gibi pek çok faaliyet bilgisayar ekranına aktarılmıştır. İnternet'in etkisi ve kullanımı yaşamın bütün alanlarında kendisini göstermektedir. İnternet, her şeyden önce bir iletişim ve bilgi paylaşım aracı olarak tasarlanmıştır. Dünyanın her tarafındaki milyarlarca insanın iletişimini sağlamak ve gelmiş geçmiş en büyük veri tabanı olmak misyonunu yüklenmiştir. Hatta "Avrupa Birliği, İnternet'in temsil ettiği değişimin, sanayi devriminden daha önemli bir gelişmeyi temsil ettiğini resmi dokümanlarında ilan etmiştir." İnternet'in yaygınlık kazanmasıyla birlikte bağımsız medya da büyük bir olanağa kavuşmuş, düşünceleriyle hemen her alanda pek çok kesim bu olanağı değerlendirme yoluna giderek İnternet üzerinde alternatif iletişim ağları ve site zincirleri oluşturarak seslerini dünyaya daha güçlü duyurabilmeyi amaçlamış ve başarmışlardır. ABD'de yapılan bir araştırmaya göre, Dünyada 2001 yılının ilk yarısı itibarıyla yaklaşık 459 milyon kişinin evinde İnternet bağlantısı bulunduğu belirtilmektedir. Evinden İnternet'e giren 459 milyon kişinin yüzde 40'ını Amerikalılar ve Kanadalılar, yüzde 27'sini Avrupa, Ortadoğu ve Afrika'daki İnternetçiler, yüzde 22'sini Asya-Pasifik ülkelerindeki İnternetçiler, yüzde 4'ünde Latin Amerika ülkelerindeki İnternetçilerin oluşturduğu bilinmektedir.

İnternet bireyi hem etkileyecek hem de bireyin oluşturmak isteyebileceği etkileri aktaracak mekanizmalara sahip olduğu için daha fazla özgünleştiricidir. Çünkü bireysel düzeyde interaktivite olanağı tanıyan ilk kitle iletişim aracıdır. İşte bu sebeptendir ki diğer kitle iletişim araçlarında, kendini tanıtmak adına çok fazla yer bulamamış olan halk oyunları, İnternet ortamında yapılan kişisel ve kurumsal çabalarla bu olanağı sağlama şansına sahip olmuştur. İnternette hazırlanan bu sitelerin halk oyunları tanıtımına etkisi diğer kitle iletişim araçlarından yavaşta olsa

özellikle uluslar arası arenada daha verimli olacaktır. Peki yeni medyada bu verimliliği sağlayan yeni olan şey nedir?

En önemli yenilik birebir iletişim. Bir web sayfasına giren kullanıcı ile birebir ilişki kurulabiliyor ve kullanıcıdan anında geri iletişim alınabiliyor. Bunun yanı sıra Web sitenizi barındıran sunucu çalışır konumda olduğu sürece web'deki sunumlarınız açık ve daima kullanıma hazırdır. Ziyaretçiler gece-gündüz her zaman sitenize girebilir, hatta alış-veriş edebilirler. Siteye yerleştirilen elektronik sayaç sayesinde yapılan yayının kaç kişi tarafından okunduğu kolayca tespit edilebilir. Hatta bu ziyaretçilerin hangi ülkelerden olduğunu ve sitenize ne sıklıkta ziyaret yapıldığını istatistiksel bilgiler şeklinde size sunulabilir. Ayrıca İnternet sitelerinde siteye yerleştirilen mesaj panosu sayesinde okurların eleştirileri, istekleri, düşünceleri v.b konular öğrenilebilir. Yine aynı şekilde konu ile ilgili kamuoyu araştırması yapmak için anket ve forum düzenlemek mümkün olmaktadır. İnternet siteleri sayesinde okurlar, konu hakkındaki düşüncelerini ve eleştirilerini e-mail (elektronik posta) göndererek ya da sitede bulunan mesaj panosu aracılığı ile siteyi hazırlayan kişi ya da kuruluşlara iletebilmektedir. İnternet sayesinde haberlerin görsel, yazılı ve ses olanaklarına sahip, gazete, radyo ve televizyonun bir bileşimi olarak dünyanın her yerine daha az maliyetlerle ulaşması mümkün olmaktadır. Bugün bir televizyon ya da radyo yayınının uydu teknolojisi ile dünyanın her yerine ulaşabilmesi mümkün olmakla birlikte bunun maliyeti hem çok yükseklerde hem de bireysel anlamda yapılabilecek bir sunum değildir. Ayrıca İnternet medyası çok kolay ve masrafsız olarak güncellenebilmektedir. İnternet'in yaygın olarak kullanılmaya başlamasıyla birlikte, bir çok alanda web sitesi açılmıştır. Şu anda milyonlarca kullanıcısı olan sanal ortamda hemen her konuda bilgiye ulaşmak mümkündür. Artık bir çok insan merak ettiği bir konu hakkında araştırma yapmak için kütüphaneye gitmek yerine, veya ilgi duyduğu alanlardaki haberleri ve gelişmeleri izlemek için gazete ve televizyon programlarının ilgili konudan bahsetmesini beklemek yerine, yada televizyon ve radyo gibi iletişim araçlarında beğendiği bir konuyu ancak bir kez izleme şansına sahip olduğundan o konunun tekrar ele alınmasını beklemek yerine bütün bunları kendi istediği kadar ve istediği biçimde elde edebilmek için İnternet'te sörf yapmaktadır.

İnternet temelde kullanıcılara hızlı, güvenilir iletişim ve insan deneyiminin ürünleri olan nesnelere paylaşma olanağı verdiği için tüm disiplin ve meslek grupları gibi halk oyunları ile ilgilenen kişi ve kurumlar da İnternet'i kullanmaktadır. Bunların arasında İlk okul öğrencilerinden, üniversite öğrencilerine, akademisyenlere ve hemen her kesimden meslek sahiplerine kadar geniş bir yelpazeyi İnternet' ortamında bulmak mümkündür. Kuşkusuz İnternet kullanmanın pek çok nedeni vardır. Halk oyunları ile ilgilenen kesimin kullanıcı olarak İnternet'i seçme nedenleri şu şekilde sıralanabilir.

- Halk oyunları çalışmalarının yapıldığı kurum ve kuruluşlar hakkında bilgi edinmek ve iletişim kurmak

- Bilim ve meslek adamları hakkında bilgi edinmek
- Halk oyunları ile ilgili yazılmış makale ve yayınlardan haberdar olmak
- Kendi yöresi ile ilgili veya genel anlamda oyun müziklerini elde etmek
- Yöre oyunlarının çeşitli etkinliklerde yapılmış video kayıtlarını izlemek
- Herhangi bir oyunu öğrenmek amacıyla kayıt edebilmek
- Halk oyunlarında kullanılan enstrümanlar ve onların kullanıcıları hakkında bilgi sahibi olmak
- On Line servisleri kullanarak halk oyunlarına ait kitap, makale, giysi, enstrüman vb gibi ticari ürünler satın almak
- Yabancı ülkelerdeki halk oyunları hakkında bilgi sahibi olmak
- Diğer ülkelerdeki derneklerle veya kişilerle konu ile ilgili iletişim kurmak
- Ulusal ve uluslar arası düzenlenen panel, konferans, seminer ve sempozyum gibi faaliyetlerden haberdar olmak ve bu tür faaliyetleri düzenlemek
- Konferans duyurusu, başvurusu, özet, makale sunmak ve konferans örgütlemek,
- Ulusal ve uluslar arası düzenlenen festival, diğer etkinlikler ve duyurular hakkında bilgi edinmek ve haberdar olmak veya bu tür faaliyetleri düzenlemek
- Halk oyunları konularında haberleşme gruplarına katılıp, gelişmeleri izleyip, görüş alışverişinde bulunmak ve yardım almak,

Halk oyunları adına açılmış sitelerde yapılan incelemeler sonunda, yukarıda bahsedilen bu amaçlardan bazılarının yerine getirildiği görülmektedir. Bunlar; dernek kurum ve kuruluşların tanıtımı, haberleşme, ulusal ve uluslar arası yapılan festival ve benzeri faaliyetler ile, düzenlenen panel ve sempozyum gibi etkinlikler hakkında bilgi edinme ve bunlara ulaşma, ilgili kurum ve kişilerle iletişim kurabilme gibi amaçlardır. Ancak yöre oyunlarını yapılma olanağı olmasına karşın, video kayıt olarak izleyebilme, (birkaç site hariç). veya bir oyunu öğretmek amacıyla animasyon veya video kayıt veya anlatımın henüz yapılmadığı saptanmıştır. Aynı şekilde özellikle oyun müzikleri konusunda birkaç site dışında yapılmış bir çalışma yoktur. Halk oyunları enstrümanları konusunda yapılan çalışmalar ise ya bir tek enstrümanı anlatan bir site halinde yada halk müziği konusunda bilgi veren sitelerin içinde bir alt başlık olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yahoo, Altavista, Arabul. ve arama.com gibi yerli ve yabancı çeşitli arama motorlarında “halk oyunları”, “halk dansları” ve “folklor” anahtar kelimeleri ile yapılan aramalarda elde edilen site sayısı toplam 150 kadardır. Ancak elde edilen sitelerin bazıları henüz yapım aşamasında, bazıları yeniden düzenlenmekte ve bir kısmı da çeşitli sebeplerle açılmadığından üzerinde inceleme yapılabilen site sayısı

86 olarak belirlenmiştir. İnternet ortamında halk oyunları alanına hizmet veren siteleri 5 grupta toplamak mümkündür.

1. Halk oyunları alanında faaliyet gösteren dernek ve vakıf siteleri
2. Üniversitelerin halk oyunları bölümleri ve bu bölümlerden bağımsız halk oyunları toplulukları için hazırlanmış siteler
3. Devlet kurumlarının hazırladıkları siteler
4. Ticari amaçlı hazırlanmış siteler
5. Herhangi bir kurum veya kuruluştan bağımsız hazırlanan kişisel siteler

Birinci grupta incelenen web sayfalarında, siteyi hazırlayan veya hazırlatan kurumların ana amaçları genel olarak şu şekilde karşımıza çıkmaktadır.

1. Derneğin amacı, kuruluşu, idari yapısı hakkında bilgi vermek
2. Bugüne kadar yapılmış etkinlikler ve kazanılmış başarılar hakkında bilgi vermek
3. Oynanan yöre oyunlarını, kostümlerini, oyun hocalarını, müzisyenleri yazılı veya resimli tanıtmak
4. Halk oyunları ile aktif olarak ilgilenmek isteyen kişilere yardımcı olarak dernek üyelik formları ile yeni üyeler kazanmak
5. Halk oyunları eğitim programları ile düzenlenen kurs programları hakkında duyurular yapmak
6. Derneğin varsa dergi vb. yayınları hakkında tanıtım yapmak ve abonelik sağlamak
7. Konu ile ilgili anketler düzenleyerek okuyucu profilini ve isteklerini belirlemek
8. E-mail adresleri ve ziyaretçi defterleri ile görüş almak ve karşılıklı iletişimi sağlamak
9. Ulusal ve uluslar arası alanda düzenlenen etkinlikler hakkında bilgi vermek ve duyurularda bulunmak

İkinci grupta ele alınan, Üniversitelerin halk oyunları bölümleri için hazırlanmış sayfalarda sadece bölümü tanıtıcı bilgiler verilmesi amacı güdülmüştür. Aynı şekilde bu bölümlerden bağımsız olan ancak üniversite öğrencilerinden oluşan ve yine onlara hitap eden üniversite halk oyunları topluluklarının sayfalarında da sadece topluluğu tanıtıcı bilgilere yer verilmesi amaçlanmıştır.

Üçüncü grupta devlet kurumlarının hazırlanmış olduğu sitelerde sadece iki kurumun bu konuya yer ayırdıkları tespit edilmiştir.

1. Kùltür Bakanlığının sitesinde Halk Kùltürü içinde halkoyunları alt başlığında yer alan sayfaların hazırlanmasındaki ana amaç halk oyunlarını tanıtmak

2. Başbakanlık Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü sitesinin halk oyunları ile ilgili amacı ise federasyonlar bölümünde Halk Oyunları Federasyonu tanıtmak ve düzenlenecek halk oyunları yarışmaları hakkında bilgi vermek olarak görölmüştür.

Dördüncü grupta ele alınan ticari sitelerdeki amaç ise pazarladıkları ürünlerin tanıtımını yaparak kazanç sağlamak olarak belirlenmiştir.

Beşinci grupta herhangi bir kurum veya kuruluştan bağımsız hazırlanan kişisel sitelerde ana amaç ise şu şekilde sıralanabilir.

1. Profesyonel veya amatör olarak ilgilendikleri halk oyunları alanında kişisel yaratıcılıklarını ortaya koyarak alana hizmet vermek

2. Halk oyunları alanında genel bilgiler sunmak

3. Kendi yörelerinin tanıtımına katkıda bulunmak

4. Konu ile ilgili diğer kişi ve kuruluşlarla çeşitli sebeplerle iletişim kurmak için kişisel tanıtımlarını yapmak

Yukarıda bahsedilen bütün amaçları İnternet ortamında tanıtım yaparak sağlamaya çalışan bu grupların hedeflerine ulaşabilmek için hazırladıkları sitelerde görölen özelliklerden bahsedelim birazda.

Dernek web sayfalarında tespit edilen ana başlıklar içerik anlamında benzerlikler göstermelerine karşın, tasarım açasından aralarında büyük farklılıklar vardır. Hemen her web sayfasında görölen içerikler; dernek yönetimi hakkında bilgi, geçmişten günümüze yapılan faaliyet ve aktiviteler, kazanılmış başarılar ve ödülleri, dernek programında düzenlenen kurslar ve öğretilen oyunlar hakkında bilgiler, oyun hocaları ve oyuncular hakkında bilgiler, yöre kostümleri ile ilgili bilgiler ve resimler, dernekle iletişim kurabilmek için e-mail ve diğer adresler, dernek hakkındaki izlenimleri öğrenmek için ziyaretçi defteri, sayfanın aılışından bu yana kaç kişinin sayfayı ziyaret ettiğini gösteren elektronik sayaç ve aynı alanda veya değişik alanlarda sizi başka bir web sayfasına yönlendiren linkler hemen her web sayfasında karşımıza çıkan içeriklerdir. Bazı web sayfalarında ziyaretçilerin halk oyunları konusundaki düşüncelerini öğrenmek ve bu konuda bir istatistik yapabilmek için kısa anketler yapılmaktadır. Web sayfalarının bir bölümünde halk oyunları konularında teorik bilgilere ağırlık verilirken bazılarında sadece resimlerle tanıtıma öncelik verilmiştir. Dergi ve benzeri yayınlar varsa, hem geçmiş yıllara ait yayınların tanıtımını hem de yeni sayıların tanıtımını ile birlikte abonelik işlemlerinin de yapılması sunulmaktadır. İncelenen çok az sayıda sitede oyunların izlenme olanağı bulunmaktadır. Yine aynı şekilde çok az sayıda sitede oyun müziklerinin dinlenme olanağı mevcuttur. Ticari amaçlı sitelerde genellikle halk oyunları kostümlerinin satışı yapılmakta bazı sitelerde de enstrüman satışları gerçekteşmektedir. Kimi sayfalarda halk oyunları ve onu ilgilendiren değişik konularda konuşup tartışılabilecek

sohbet odaları vardır. Bu sohbet odalarına giren, o esnada internette olan herkes istediği taktirde kendi fikirlerini beyan eder veya sadece sohbeti izlemekle yetinir. İstendiğinde daha önceki forumlarda konuşulan konularda da geçmiş sayfalara girerek bilgi sahibi olabilir. Dernek, vakıf ve topluluk sitelerinin yarısından fazlası kendi alan adına sahiptir. (www.motifhalkoyunlari.com gibi). Bütün bunların yanında dernekler adına belki de en önemlisi derneğe yeni katılımlar sağlayacak üyelik formlarının bulunduğu bölümlerin olmasıdır.

Üniversitelerin halk oyunları bölümleri için hazırlanmış web sayfalarının içerikleri bölümler ve idari yapı hakkında tanıtıcı bilgi vermek üzere hazırlandığından genellikle az sayıda sayfadan oluşmaktadır. üniversite halk oyunları topluluk sayfaları içinde birkaç örnek dışında aynı şey geçerlidir. Ancak özellikle yurt dışındaki üniversitelerle her alanda iletişim içinde olan bazı üniversite topluluklarının sayfalarında ziyaretçi sayıları dikkat çekici şekilde yüksektir. Birkaç dilde tanıtımı olan tüm web sayfalarının da ziyaretçi sayılarının diğerlerine göre çok daha fazla olduğu görülmektedir. Buda uluslar arası alanda sesini duyurabilmek için izlenen yolun geçerli olduğuna işaret etmektedir.

Bakanlıkların hazırladığı web sayfalarında Kültür Bakanlığının hazırlamış olduğu halk oyunları tanıtım sayfalarının içeriklerinin teorik ağırlıklı olduğu görülmektedir. Oyunlar hakkında tanıtıcı video görüntüleri sadece kısa süreli bir örneklemeden ibarettir. Gençlik ve spor genel müdürlüğünün hazırlamış olduğu sitede ise, Halk oyunları Federasyonunu tanıtıcı sayfalarda halk oyunları ile ilgili tanıtım, yarışmalar ve yarışmalarla ilintili konular boyutunda alt başlıklar halinde sunulmuştur.

Türkiye'nin tanıtımı için hazırlanmış ve özellikle yurt dışındaki kitleyi hedef almış tüm tanıtıcı web sayfalarında değişik halk kültüründen tanıtımlar olduğu halde, halk oyunları alanında herhangi bir çalışmaya ne yazık ki rastlanmamıştır. Yine aynı şekilde Turizm bakanlığı sayfalarında yapılan bütün aramalara rağmen halk oyunları adına "yerel etkinlikler" alt başlığında verilen birkaç festival tarihinden başka hiçbir bilgiye rastlanmamıştır. Oysa günümüzde yurt dışında başka bir ülkeye seyahate çıkacak kişi veya toplulukların araştırmalarını özellikle İnternet üzerinden yaptıkları düşünülürse bu sayfada yapılacak tanıtım çalışmalarının son derece etkili olacağı inancındayım

SONUÇ

Sonuç olarak toplumda bu kadar çok halk oyunları ile ilgilenmiş kişi ve kurum olmasına rağmen halk oyunları bu güne kadar Medyada ne yazık ki yoğun ilgi görmüş bir alan değil. İnternet'in yaygınlaşması ile birlikte, halk oyunları ile ilgilenen kişi ve kurumların kendilerini özgürce ifade edebildikleri bir alana yani İnternet'e taşınması işte bu sebeple çok önemli. sınırsız bir alana süratle yayılabilen, ses, görüntü, yazı gibi bir çok kaynağın birlikte kullanılabilirdiği, karşılıklı iletişimin aracı-

sız birbirine ulaştığı bir ortamla karşı karşıyız ve bu ortam her geçen gün gelişiyor. Bu ortamın bir parçası olabilmek için halk kültürü içinde önemli bir yere sahip olan halk oyunlarının tanıtımı adına yapılan çalışmalar bu anlamda önemlidir. Sonuç olarak bugüne kadar yaşadığımız ortamı belirlemek ve dönüştürmek adına; aslında hep başka birileri, ve başka kurumlar tarafından, sınırlanmış ve belirlenmiş yaşamlarımızda İnternet sayesinde yakalayabildiğimiz özgür ve katılımcı ortamdaki yaralanarak, halk oyunlarının tanıtımına katkıda bulunmak için yapılmış tanıtım çalışmalarını son derece olumlu ve kayda değer bulduğumu belirtmek istiyorum. Kendi alanlarımızda çeşitli amaçlarla kendi yayıncılığımıza soyunduğumuz bu çalışmaların, istendiğinde mutlaka ki eksik ve hatalı yönleri bulunacaktır. Ancak henüz İnternet ortamının devlet bazında dahi öneminin anlaşılabilir olması ve **e-Türkiye** politikasının oluşması için gösterilen bunca çabanın içinde halk oyunları alanında faaliyet gösteren bunca sitenin olması bence göz ardı edilmemesi gereken sevindirici bir gerçektir. Kendi hazırladığımız sitelerde, yayıncılığımızla, sürecin ve ortamın önemli bir belirleyeni olabiliyorsak, ve kendi alanlarımızın yayıncılığında yaratıcılığımızı ortaya koyarak ürettiklerimizi dünya ile paylaşabiliyor ve belirlediğimiz hedeflerimize ulaşabiliyorsak, bu sanal medyada var olabiliyoruz demektir.

KAYNAKLAR

www.dorduncukuvvet.com 2002
www.isguc.org 2002
www.bianet.org 2002
www.tdk.gov.tr 2002
www.bianet.org 2002
www.inet-tr.org.tr 2002
www.medyakronik.com 2002
www.internetgezgini.tubitak.gov.tr 2002

Siteler

Başkent Üniversitesi Halk Oyunları Topluluğu, BÜHOT

<http://www.buhot.baskent.edu.tr>

Bornova Halk Oyunları Bilim ve Kültür Derneği

<http://border.net.sitemynet.com>

**Ege Üniversitesi Devlet Türk Musikisi Konservatuvarı Türk Halk Oyunları
Bölümü**

<http://bornova.ege.edu.tr/~dtmk/turkce/tho.htm>

Hoyat Halk Oyunları Yaygınlaştırma ve Araştırma Topluluğu

<http://hoyat.sitemynet.com>

İnönü Üniversitesi Halk Oyunları Topluluğu

<http://stu.inonu.edu.tr/~halkoyun>

Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik Kulübü

<http://www.motifhalkoyunlari.com>

Ondokuz Mayıs Üniversitesi Halk Oyunları Kulübü

<http://www.omuhoy.8k.com>

Osmangazi Üniversitesi Halk Oyunları Topluluğu

1900-1950 YILLARI ARASINDA TEORİK ve PRATİK OLARAK YAPILAN ÇALIŞMALARIN EDYAYA YANSIMASI

Öğr. Gör. Ferruh ÖZDİNÇER*

Öğr. Gör. Şahin ÜNAL**

Günümüzde halk oyunları ile ilgili teorik ve pratik çalışmaların 1960'lardan sonra önem kazandığı ve ülke düzeyinde artarak sürdüğü düşüncesi alanımızda yaygın olan bir kanı idi. Başka bir deyişle, 1900 yılından başlayarak 1950'lere kadarki dönemde halk oyunları çalışma ve araştırmalarının olmadığı, olsa bile yurt çapında yaygınlaşmadığı ve yazılı medyaya yansımadağı görüşü hüküm sürmekteydi. Bu görüşün doğru olup olmadığını öğrenmek için, o dönemde oluşturulan arşiv, süreli yayın, gazete ve kitap gibi kaynakların incelenmesi gereğini düşündük. Yaptığımız incelemede; dönemin bilim adamlarının, yazarlarının, araştırmacılarının, mahalli kişilerin, kurum ve kuruluşların son derece önemli tespit ve bilimsel çalışmalar yaptıklarını, bu çalışmaların bir kısmının da medya yoluyla halka ulaştırıldığını gördük. Özellikle Cumhuriyet'in ilk yıllarında ülke koşullarına rağmen yapılan çalışmaların bilimsel ve yönlendirici olduğuna tanık olduk.

Bu elli yıllık süreçte ilk yapılan organize çalışmalardan söz etmek istiyoruz. Bildiririz; ilk derleme çalışmaları, ilk filmle tespit, ilk festival ve ilk yazılardan başlayarak, kurum-kuruluş ve yayınlarla halk oyunlarının medyadaki durumunu ortaya koyacaktır.

“Folklor sahasında ilk derlemelerden sayılan, İstanbul Belediye Konservatuvarınca düzenlenen Halk Müziği Derleme gezileri 1926'da yapıldı. Bu derleme gezisinin birincisi; 31 Temmuz 1926'da başlayarak devam edenini Yusuf Ziya Demircioğlu'nun başkanlığında, o zamanki Darülelhan'ın Şark Musikisi Nazariyatı ve Tarihi muallimi Ekrem Besim Bey ve Dürrü Turan Bey'den meydana gelen bir araştırma heyeti gerçekleştirdi. Bu ve bundan sonraki gezilerde halk oyunları, özellikle halk oyunları ve müzikleriyle ilgili derlemeler de bulunmaktadır. Bu gezilerde derlenen ezgiler 1938 yılında 15 defter olarak Ahmet Adnan Saygun tarafından yayımlanmıştır.

...İstanbul Belediye Konservatuvarı'nın Anadolu'ya düzenlediği 4. derleme gezi-

* Öğreticilik Ana San.Dal.Bşk.

** Ege Üniversitesi D.T.M.Konservatuvarı Türk Halk Oyunları Bölümü

si ise doğu illerine yapıldı. Bu seyahatte, Mahmut Ragıp Gazimihal, Abdülkadir İnan, Ferruh Arsunar ve Yusuf Ziya Demircioğlu vardı. Gezi, 15 Ağustos 1929'da başladı. Sinop (buradaki derlemeye M. Şakir Ülkütaşır da katıldı), Trabzon, Rize, Gümüşhane, Bayburt, Erzurum ve Erzincan'da halk müziği ve halk oyunları derlemeleri yapıldı. Ekibin İstanbul'dan birlikte götürdükleri bir sinema operatörü vasıtasıyla Türkiye'de ilk defa halk oyunlarının filmle tespiti gerçekleştirildi.

...Türkiye'de ilk milletlerarası halk oyunları festivali ise, 1935 yılı Eylül ayı başında yapıldı. Beylerbeyi Sarayı'nda düzenlenen ve Balkan ülkeleri halk oyunları topluluklarının iştirak ettiği festivalin ikincisi yine İstanbul'da 1936 yılının Ağustos ayında yapıldı. Birinci festivale, Türk halk oyunları topluluklarının yanı sıra Arnavutluk, Bulgaristan, Romanya ve Yunanistan halk oyunları ekipleri katıldı.

...Halk oyunları konusundaki kitap bütünlüğündeki ilk çalışma ise, 1941'de yayımlanmıştır. Vahit Lütfü Sılcı'nın 1941 yılında *Gizli Türk Dini Oyunları* adlı eseri bir araştırma ürünüdür.

...Türkiye'de halk oyunları konusunda ilk yazı ise 1900 yılında yayınlanmıştır. Dr. Besim Ömer (Paşa) 1900 yılında *Nev-sal-i Afîyet* (Salname-i Tibbi) adlı bir tıp yıllığı çıkarmıştır. Yıllığın 405. sayfasından başlayarak 419. sayfasında son bulan Dr. Rıza Tevfik Bölükbaşı imzasıyla yayınlanan *Raks Memalik-i Osmaniyye'de Raks ve Muhtelif Tarzları* başlığı altında yayınlanan yazı; halk oyunları konusunda yazılan ilk yazı olarak kabul edilir.

Bugün bile çok önemli hususları muhtevi olan bu yazıya iki de resim eklenmiştir. Resmin birisi bir zeybek kılığını, diğeri de çalgıcının iştirakiyle üç köylünün oyun oynarken yapılmış tablodan alınan görüntüyü vermektedir. Rıza Tevfik'in bu yazısı aynen yeni harflerle *Raks Hakkında* adıyla yayınlanmıştır.”¹

Bu yazıda zeybeklerden ve horonlardan bahsedilmekte, oyunların özellikleri ve biçimleri üzerine kısaca değinilmekte, azınlıkların kültürleri ve oyunları bizimkileri karşılaştırmakta ve bazılarının bizden kopya olarak alındığı vurgulanmaktadır.

Alanımızla ilgili yine ilk yazılardan olan ve folklor kelimesine karşılık *Halkiyat* kelimesinin kullanıldığı önemli bir yazı da; Ziya Gökalp'in **Halka Doğru** dergisinin 14. sayısında, 23 Temmuz 1913 de yayımlanan *Halk Medeniyeti-I, Başlangıç* adlı Osmanlıca'dan Türkçeye çevirisidir.

Bir diğer Türkçe çeviri de; Fuat Köprülü'nün **İkdam Gazetesinde**, 6 Şubat 1914 de yayımlanan *Halkiyat "Folk-lore"* başlıklı yazısıdır. Bu yazıda sayın Köprülü, Halkbilimi hakkında genel bilgi verip, diğer ülkelere göre halkbilim çalışmalarının bizde geç kaldığından söz etmektedir.

Yine çok önemli bir yazı da, **Peyam Gazetesinin** edebi ekinde 20 Şubat 1913 de

¹ Hayrettin İVGİN, “Türkiye'de Halk Oyunları Konusunda Yapılan İlk Çalışmalar”, **Türk Folkloru** sayı:86, Eylül 1986 ss. 3-5.

yayımlanan yazıdır. Rıza Tevfik Bölükbaşı'nın *Folklor-Folklore* adlı bu yazısında, folklor kelimesinin kökenine inip, Avrupa'da ve Türkiye'deki anlamı üzerinde durmuştur.

Cumhuriyet döneminde alanımızla ilgili oldukça ciddi çalışmalar olmuştur. Bu çalışmalar en yoğun biçimde 1927 yılında *Halk Bilgisi Derneği* ile başlayıp, 1932 yılında *Türk Ocakları*'nin kapatılıp *Halkevleri*'nin kurulmasıyla ciddi bir biçimde devam etmiştir. Önceleri halk oyunları ile direk çalışmalar olmasa da, sonraları konunun önemine inanan halkevleri ve halkodaları bilimsel çalışmalar yapmışlar ve yayın organlarında bu çalışmalarını yayımlamışlardır.

Bahsedilen kurumlar dışında konuya yer veren başka kuruluşlar da olmuştur. Ancak alanla daha çok yoğunlaşan kurumlara yer vermeyi uygun bulduk.

1924 yılında kurulan **TÜRKİYAT ENSTİTÜSÜ**, folklor ve etnografya çalışmalarının bulunduğu *Türkiyat Mecmuası* adlı enstitü dergisini yayınlamıştır. Enstitünün bir yayın organı olarak çıkan ve dokuz sayısı bulunan *Türkiyat Mecmuası*'nin hemen hemen her cildinde folklor ile ilgili birçok makale yayımlanmıştır.

Diğer önemli bir kurum da **İSTANBUL BELEDİYE KONSERVATUARI**'dır. Temelleri *Darülelhan*'a ulaşan ve adı 1927 yılında İstanbul Belediye Konservatuarı olarak değişen kurum; Anadolu müzik folklorunu yerinde toplama işine ait 4 araştırma gezisi düzenlemiştir. Topladığı malzemeyi *Halk Türküleri* adı altında ve 14 kitap halinde yayımlamıştır.²

Özellikle 4. gezide, halk oyunlarına ve sazlarına ait değerli bilgiler toplanmış ve bu bilgiler M. Ragıp Gazimihal tarafından *Şarkî Anadolu Türkü ve Oyunları* adlı kitabında yayımlanmıştır.

Önemli çalışma ve yayınlar yapan başka bir kurum da, **TÜRK HALK BİLGİSİ DERNEĞİ**'dir. 1927 yılında Ankara'da kurulan derneğin eski adı; *Anadolu Halk Bilgisi Derneği* dir.

“Dernek, ilk hamlede, bir taraftan folklor toplayıcılarına yürüyecekleri yolu göstermek, diğer taraftan da folklor araştırmalarını bilimsel bir şekilde yapmak amacıyla *Halk Bilgisi Toplayıcılarına Rehber* adlı bir kılavuz hazırlayıp, yayımlamıştır... Daha sonraları aylık bir derginin çıkarılmasını düşünen dernek, 1 Kasım 1929 dan itibaren *Halk Bilgisi Haberleri* adlı mecmuayı yayımlamaya başlamıştır. Haberler dergisi bir taraftan derneğin kuruluşundan beri geçen iki yıl içinde bu alanda yapılan çalışmalar sonucunda elde edilen folklor malzemelerini yayınlamak, diğer taraftan yeni araştırmalar için devamlı bir vasıta hazırlamış olmak arzusundan doğan ciddi bir teşebbüs demektir...Haberler dergisi, Türkiye'nin en zengin folklor ve etnografya yayınları koleksiyonudur. Folklorun her dalına değinen ve yüzlerce makaleyi kapsayan bu koleksiyondan 124 sayı çıkmıştır. Dernek, bunun ilk 19 sayısını

² G.b.i.b: M. Şakir ÜLKÜTAŞIR, **Cumhuriyet'le Birlikte Türkiye'de Folklor ve Etnografya Çalışmaları**, Ankara, 1973, ss. 30-36.

yayımlamıştır.”³

II. Meşrutiyet döneminin milliyetçi gençlerini bir çatı altında toplamayı amaçlayan ve 12 Mart 1912 de kurulup, birçok çalışmaya imza atan önemli bir kurum da **TÜRK OCAKLARI**’dır. 1932 yılına kadar ülkemizde birçok folklorik malzemeyi toplayan ve sunan Türk Ocakları, çıkardığı dergilerde ve yazılarında halk bilim konularını ciddi bir şekilde ele almıştır. “Çıkardığı dergiler; *Türk Yurdu*(1912), *Bilgi mecmuası*(1913), *Halka Doğru*(1913), *Türk Sözü*(1914), *Milli Tettebbu’lar Mecmuası*(1915), *Yeni Mecmua*(1917), *Büyük Mecmua*(1919), *Dergah*(1921) başlıcalarıdır.”⁴ Özellikle Selim Sırrı Tarcan’ın Türk Ocakları’nda verdiği konferanslar ve düzenlediği zeybek gösterileri halk oyunları yaygınlaşması açısından son derece önemlidir.⁵

Türk Ocakları’nın kapatılmasından sonra 1932 yılında kurulan ve kapatıldığı 8 Ağustos 1951 tarihine kadar önemli halk bilim çalışmaları yapan bir kurum da **HALKEVLERİ**’dir. 478 halkevi ve 4332 halkodası ile sayısız kitaplık ve yayınlarıyla hizmet veren bu kurumun alanımızla direk ilgili yazılarının başlıcaları şunlardır.

- Elazığ Halkevi Dergisi: Ferruh Arsunar, *Elazığ Türküleri ve Oyunları*, 1936
- Sivas Halkevi Dergisi: Vehbi Cem Aşkun, *Sivas Folkloru*, 1941
- Bergama Halkevi Dergisi: A.Yılmaz, O. Bayatlı, *Bergama’da Milli Oyunlar*
- Gaziantep Halkevi Dergisi: Ömer Özbaş, *İlbeyli Türkmenleri Arasında Folklor Derlemeleri*, 1940. Ömer Asım Aksoy, *Halkevi Konuşmaları*, II.Bölüm, 1939.
- Kars Halkevi Kitapları: *1Erzurum Oyunları-2Kars Oyunları-3Artvin Oyunları*, 1944 yılında Kasım Ülgen tarafından İstanbul’da yayımlanmıştır.⁶

Kuruluşundan başlayıp 1951 yılına kadar faaliyet gösteren halkevlerinde oyunlarımız; öğretilmiş ve ülke çapındaki yıldönümü kutlamalarında, müsamerelerde, panayirlarda sergilenmiş, yaygınlaştırılmaya çalışılmıştır. Yapılan bu etkinliklerin bir çoğu da kendi yayın organlarında yayımlanmıştır.

Eski adı Musiki Muallim Mektebi olan **ANKARA DEVLET KONSERVATUARI** 1936 yılında kurulmuş ve özellikle halk müziği araştırma ve derleme çalışmaları yapmış bir diğer kurumdur. 1937-1952 yılları arasında hemen hemen bütün yurdu kapsayan 9 araştırma gezisi düzenleyen kurum, 10.000 civarında türkü ve oyun havası derleyerek, halk oyunlarına dair bir fotoğraf arşivi oluşturmuştur. Ancak, bu verimli çalışmalara rağmen konservatuar tarafından hiçbir yayın yapılmamıştır.⁷

³ M. Şakir ÜLKÜTAŞIR, **a.g.e.** ss. 37-44.

⁴ Kenan AKÜZ, “Türk Ocakları”, **Bellekten**, c:1, sayı:196, Ankara, 1986, s. 223.

⁵ G.b.i.b: Şerif Baykurt, **Türkiye’de Folklor**, 1. Basım, Ankara, 1976.

⁶ G.b.i.b: M. Şakir ÜLKÜTAŞIR, **a.g.e.**, s. 65.

⁷ G.b.i.b: M. Şakir ÜLKÜTAŞIR, **a.g.e.**, ss. 82-83.

Cumhuriyet döneminde süreli yayın yapan gazetelerin alanımızla ilgili makale ve yazıları açısından büyük bir önemi bulunmaktadır. Özellikle 1927 yılındaki gazetelerdeki halkbilimi ve halk oyunları ile ilgili yazılar o dönemdeki kültür ve sanata verilen önemi yansıtmaktadır. Daha çok folklor ve etnografya konularına yer vermiş gazetelerin çoğunun bölgesel gazeteler olduğunu görmekteyiz.

1927 yılında halkbilimi ve halkoyunları ile ilgili süreli yayınlarıyla dikkat çeken ilk gazete; Zonguldak'da çıkan *BARTIN* gazetesidir. Zamanın halkbilim yazarları olan Mahmut Ragıp Gazimihal, Abdülkadir İnan, M.Şakir Ülkütaşır, Sadi Yaver Ataman, Ahmet Baha ve Vahit Lütfü Salcı'nın hizmet ettiği gazete, oluşturduğu ilk süreli yayınlarıyla alanımızda özel bir yer tutar.

“Bartın'dan başka; Balıkesir'de *TÜRK DİLİ*, Adana'da *TÜRK SÖZÜ* ve *YENİ ADANA*, Konya'da *BABALIK* ve *YENİ KONYA*, Ankara'da *HAKİMİYET-İ MİLLİYE* (sonradan *ULUS*), Muğla'da *HALK*, Afyon'da *SON HABER*, İzmir'de *HİZMET*, Samsun'da *AHALİ*, Çankırı'da *DUYGU*, Edirne'de *TRAKYA POSTASI* adlı mahalli gazeteler”⁸ alanımızla ilgili birçok çalışma ve araştırmayı yayımlamışlardır.

1900-1950 yılları arasındaki süreli yayınları incelediğimizde ise, ağırlıklı olarak 1927 yılından sonraki edebiyat dergilerindeki yazıları görmekteyiz. Uzun süre yayınlanan ve önemli bulduğumuz bu dergi ve makaleleri şöyle sıralayabiliriz:

TÜRK YURDU

“Türk Oyunları”, 1929, sayı:215-216

HALK BİLGİSİ HABERLERİ

“Gaziantep Köyleri ve Barak Oyunları”, 1941, sayı:122

“Gaziantep Oyunları”, 1934, sayı:41

“Erzurum Oyunları”, 1940, sayı:99

FİKİRLER

“Ege Bölgesi Oyunları-I”, Haziran 1946, sayı:314-315

“Ege Bölgesi Oyunları-II”, Temmuz 1946, sayı:316-317

“Ege Bölgesi Oyunları-III”, Eylül 1946, sayı:320-321

“Ege Bölgesi Oyunları-IV”, Ekim 1946, sayı:322-323

⁸ M. Şakir ÜLKÜTAŞIR, **a.g.e.**, s. 101.

ÜLKÜ MİLLİ KÜLTÜR DERGİSİ*

“Milli Oyunlarımızın Müsterek Bir Noktası”, 1941, sayı:3

“Sivas’ın Abdurrahman Halayı”, 1941, sayı:1

“Milli Oyunlarımız”, 1942, sayı:12

“Sivas Oyunlarından Kızık Halayı”, 1942, sayı:12

“Bergama Bengüsü”, 1942, sayı:12

“Sıra Oyunları”, 1948, sayı:16

“Milli Oyunlarımızdan Başbar”, 1942, cilt:2

“Kadın Halayları”, 1948, sayı:20

“Zigoş”, 1947, sayı:31

“Esnaf Oyunları”, 1943, sayı:34

“Kemaliye”, 1944, sayı:56

“Halkevleri’nin Onikinci Yıldönümü”, 1944, sayı:59

“Millet Gücü”, 1943, sayı:47

“Köylü Samahları”, 1944, sayı:60

“Halk Rakslarında Halaylar”, 1941, sayı:98

“Cumhuriyet Devrinde Folklor Çalışmalarına Bir Bakış”, 1946, sayı:123

KÖY POSTASI

“Milli Dansları Toplarken”, 1950, sayı:69

“Halk Dansları”, 1950, sayı:73-74

FOLKLOR POSTASI

“Milli Oyunlarımız”, 1944, sayı:1

“Kuzeydoğu Anadolu Halk Oyunları Kars-I, 1944 sayı:1

“Kaşık Oyunları”, 1945, sayı:11

“Milli Oyunlarımız ve Doğuda Çıkan Bir Yazı”, 1945, sayı:8

“Yüzyıllar Boyunca Zeybekler”, 1946, sayı:13

* Ülkü Milli Kültür Dergisi 1933 yılında *Halkevleri ve Halkodaları Dergisi*, 1941 yılında ise, *Yeni Seri Milli Kültür Dergisi* olarak yayınlanmıştır.

“Yüzyıllar Boyunca Zeybekler”, 1946, sayı:14

“Seğmenler ve Oyunları”, 1946, sayı:16

“Zeybeklerin Soyu”, 1946, sayı:18

TÜRK FOLKLOR ARAŞTIRMALARI

“Milli Oyunlarımız:Erzurum Oyunları”, 1949, sayı:2

“Trabzon ve Rize Oyunları”,1949, sayı:3

“Halk Oyunları Konusunda Biyü-Bicü”, 1949, sayı:3

“Safranbolu’da Seğmenler”, 1949, sayı:3

“Karadeniz Oyunları”, 1949, sayı:5

“Kars Oyunları”, 1950, sayı:7

“Kütahya Düğünlerinde Düz Oyun”, 1950, sayı:12

ŞADIRVAN

“Üçayak Halayı ve Sek Yiğidim Sek”, 1949, sayı:22-23

“Halk Raksının Zaferi”, 1949, sayı:29

Halk oyunları ile ilgili makalelerin bulunduğu dergilerin yanında, alanımıza kaynaklık etmiş ve kılavuz niteliği taşıyan kitaplar da aynı yıllarda okuyucularla buluşmuş, zamanın önde gelen folklorcularının araştırma ve fikirlerini ortaya koymuştur. Özellikle halk oyunları ile ilgili olanları şöyle sıralayabiliriz:

- Mahmut Ragıp Gazimihal, **ŞARKİ ANADOLU TÜRKÜLERİ ve OYUNLARI**, İstanbul, 1929.

- A. Adnan Saygun, **RİZE-ARTVİN ve KARS HAVALİSİ TÜRKÜ, SAZ ve OYUNLARI HAKKINDA BAZI MALUMAT**, İstanbul, 1937.

- Hamit Zübeyr Koşay, **ETNOGRAFYA ve FOLKLOR KILAVUZU**, Ankara, 1939.

- M. Ragıp Gazimihal ve Hulusi Suphi Korsel, **ANKARA BÖLGESİ MUSİKİ FOLKLORU HALK, EZGİ, ÇALGI ve AYAK OYUNLARI HAKKINDA NOTLAR 1**, İstanbul, 1939.

- Vahit Lütfü Salcı, **GİZLİ TÜRK DİNİ OYUNLARI**, İstanbul, 1941.

- Osman Bayatlı, **EGE’DE ZEYBEK OYUNLARI ve HAVALARI**, İzmir, 1943.

- Hamit Zübeyr Koşay, **TÜRKİYE TÜRK DÜĞÜNLERİ ÜZERİNE MUKAYESELİ MALZEME**, Ankara, 1944.

- Kasım Ülgen, **DOĞU ANADOLU OYUNLARI ve HAVALARI-1 Erzurum Oyunları**, İstanbul, 1944.

- Kasım Ülgen, **DOĞU ANADOLU OYUNLARI ve HAVALARI-2 Kars Oyunları**, İstanbul, 1944.

- Kasım Ülgen, **DOĞU ANADOLU OYUNLARI ve HAVALARI-3 Artvin Oyunları**, İstanbul, 1944.

- Ferruh Arsunar, **ANADOLU HALK TÜRKÜLERİNDEN ÖRNEKLER-1**, Ankara, 1947.

- Ferruh Arsunar, **ANADOLU HALK TÜRKÜLERİNDEN ÖRNEKLER-2**, Ankara, 1948.

- Ferruh Arsunar, **ANADOLU HALK TÜRKÜLERİNDEN ÖRNEKLER-3**, Ankara, 1948.

1900-1950 yılları arasındaki halk oyunları etkinliklerine baktığımızda ise, özellikle Cumhuriyet dönemindeki gösteri ve şenliklerin yoğunluğu göze çarpmaktadır. Çeşitli kurumların düzenlediği ve Atatürk'ün huzurunda yapılan gösterilerin yanında uluslararası festivallerin de bulunduğu, yayımlanmış belli başlı halk oyunları etkinliklerini şöyle sıralayabiliriz:

- 26.12.1919 Ankara'da Atatürk'ün karşılanması
- 16.10.1922 Bursa'da Kılıç-Kalkan oyunları
- 06.10.1924 Kars Türk Ocağı'nda Şeyh Şamil oyunu
- 23.08.1925 Kastamonu'da Sepetçioğlu oyunu
- 25.08.1925 İnebolu'da Heyamol oyunu
- 10.10.1925 Manisa'da Zeybek
- 15.10.1925 İzmir Kız Muallim Mektebi'nde Zeybek (Selim Sırrı Tarcan)
- 26.01.1933 Gaziantep'de mahalli oyunlar
- 1933'de Cumhuriyet kutlamalarında Ankara Türk Ocağı ve Halkevleri'nde yapılan halk oyunu gösterileri
- 17.07.1934 Bolu Halkevi gösterileri
- Eylül 1935 İstanbul Beylerbeyi Sarayı Balkan Festivali
- Ağustos 1936 İstanbul Balkan Festivali
- 11.06.1937 Trabzon'da mahalli oyunlar

- 16.11.1937 Elazığ Halkevi'nde Çayda Çıra oyunu
- Ağustos 1943 Ankara Yedek Subay Alayının 1. Yıldönümü şenlikleri
- 1946 Ankara Türk Milli Oyunları Derleme ve Yayma Derneği gösterisi
- 14.10.1949 İtalya Venedik Festivali

1900-1950 yılları arasındaki sürede oluşturulan arşiv, süreli yayın ve kitap gibi ulaşabildiğimiz kaynakları tarayarak elde ettiğimiz sonuca göre, önemli araştırma ve tespitlerin yapıldığı, film, fotoğraf ve plaklarla arşivlerin oluşturulduğu, bunların da çeşitli yayın organları sayesinde; bir kısmının lokal, bir kısmının da ulusal basında yerini aldığı ortaya çıkmıştır.

O yıllarda; özellikle Cumhuriyetin ilk yıllarında yapılan devrimlerle birlikte yapılmış olan bu çalışmalar, ülkenin sosyal, ekonomik ve teknolojik şartlarına rağmen oldukça başarılı geçmiştir. Geleneksel kültürümüzün tanıtımı ve yaygınlaşması açısından büyük önem taşıyan bu çalışmalara medyanın göstermiş olduğu ilgi de oldukça önemli ve sevindiricidir.

KAYNAKÇA

AKÜZ, Kenan; **Bellekten**, c:1, sayı: 196, Ank. 1986.

ALANGU, Tahir; **Türkiye Folkloru El Kitabı**, İst. 1983.

ARSUNAR, Ferruh; **Anadolu Halk Türkülerinden Örnekler 1**, CHP Halkevi Yayınları Milli Kültür Araştırmaları IV Ank. 1947.

ARSUNAR, Ferruh; **Anadolu Halk Türkülerinden Örnekler II**, CHP Halkevi Yayınları Milli Kültür Araştırmaları V Ank. 1948,

ARSUNAR, Ferruh; **Anadolu Halk türkülerinden Örnekler III**, CHP Halkevi Yayınları Milli Kültür Araştırmaları VI Ank. 1947,

AYDIN, Cengiz; **Halk Oyunlarında Toplumsal Yapılanma**, İzmir. 1992.

BAYATLI, Osman; **Ege'de Zeybek Oyunları ve Havaları**, İzmir. 1943.

BAYKURT, Şerif, EVLİYAOĞLU, Sait; **Türk Halk Bilimi**

BAYKURT, Şerif; **Türkiye'de Folklor**, Ank. 1976.

BAYKURT, Şerif; "Halk Oyunlarımızın Son 40 Yılı" **IV. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi Bildirileri**, c:3, Ank. 1992.

BORATAV, P. Naili; **Folklor ve Edebiyat 1**, Ank. 1982.

GAZİMİLHAL, M. Ragıp; **Şarkî Anadolu Türküleri ve Oyunları**, İst. 1929.

GAZİMİHAL, M. Ragıp; KORSEL, H. Suphi; **Ankara Bölgesi Musiki Folkloru Halk Ezgi, Çalgı ve Ayak Oyunları Hakkında Notlar 1**, İst. 1939.

KOŞAY, H. Zübeyr; **Etnografya ve Folklor Kılavuzu**, Ank 1939.

KOŞAY, H. Zübeyr; **Türkiye Türk Dügünleri Üzerine Mukayeseli Malzeme**, Ank. 1944.

ÖRNEK, S. Veyis; **Türk Halk Bilimi**, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları 180, Ank. 1977.

SADAK, Necmettin; **Atatürk Devri Fikir Hayatı II**, Ank. 1992.

SALCI, V. Lütfi; **Gizli Türk Dini Oyunları**, İst. 1941

SAYGUN, A. Adnan; **Rize-Artvin ve Kars Havalisi Türkü Saz ve Oyunları Hakkında Bazı Malümat**, İst. 1937.

ŞENOL, Ahmet; **Halk Oyunları 1948-1992 Yılları Arasındaki Folklor ile İlgili Makaleler**

TAN, Nail; **Atatürk ve Türk Folkloru**, Folklor Araştırmaları Kurumu Yayınları: 7, Ank. 1981.

TAN, Nail; **Folklor, Halk Bilimi- Genel Bilgiler**, İst. 1988.

TUNCER. Hüseyin; **Türk Yurdu Üzerine Bir İnceleme**, Kültür Bakanlığı Yayınları:1214, Ank. 1990.

TÜRK ANSİKLOPEDİSİ, c:XXXII. Arık. 1993.

ÜLGEN. Kasım; **Doğu Anadolu Oyunları ve Havalan 1**, İst., 1944,

ÜLGEN, Kasım; **Doğu Anadolu Oyunları ve Havaları 11**, İst. 1944

ÜLGEN, Kasım; **Doğu Anadolu Oyunları ve Havaları 111**. İst. 1944.

ÜLKÜTAŞIR, M. Şakir, **Cumhuriyetle Birlikte Türkiye’de Folklor ve Etnografya Çalışmaları** Arık. 1973.

MEDYA ETİĞİ

KÜLTÜREL DEĞERLER AÇISINDAN MEDYA AHLÂKI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Hakan Poyraz

“Halk kültürlerinin Medya Açısından Değerlendirilmesi” sempozyumunda, bir felsefeci olarak medya kavramını değerlendirmeye çalışacağım. Şöyle bir önkabulden yola çıkıyorum: Medya medyadır. Medyanın alternatifi yoktur. Alternatif medya, alternatif olduğu medyanın biçimine dönüşmeye mecburdur. Bundan dolayı ve bu manada iletişim diye de bir şey yoktur. Bilakis medyanın tek taraflı bir iletisi vardır. Medyayı algılamamız, medyanın algılattığı bir algılatma biçimidir. Bu algılama biçimini değiştirmedığımız sürece medyaya karşı direnme gücümüz de yoktur. Tartışmaya açmak ve medya etiği açısından değerlendirmek istediğim bu konu, doğrudan sempozyum konusu ile ilgili görülemeyebilir. Fakat tartışma ve sorgulamaların sonuçlarının, halk kültürleri ve medya ilişkisinin daha temelden kavranabilmesi yönünde yardımcı olabileceğini düşünüyorum.

Medyaya bakışımız, daha ilk baştan ahlaki bir bakış olarak görünmekte, onu anlamaya çalışırken, kavramın içerdiği ahlaki boyutla yüzleşmekteyiz:

Medya, deneyim yoluyla doğrudan görmemizin dışında, adeta görme organımız olarak bizde dünyaya ilişkin bir **görüş biçimi** oluşturmaktadır. Etik de tam burada, birbirleriyle ilişkili iki soruyla başlamaktadır: Hem medyanın gösterdiği ile gerçek arasındaki mütakabiliyette hem de onun içinden geçmeyen bir gerçekliğin gerçeklik olup olmadığı sorununda. Birinci soru şöyle yalınlaştırılabilir: Medyanın bize gösterdiği gerçeğin kendisi midir? Gösteren gösterileni, yani medya geçekliği ne derecede temsil etmektedir? İkinci soru: Medyada temsil edilmeyen bir gerçeklik, hala bir gerçeklik olarak varolabilir mi; eğer dünyayı onunla görüyorsak? Bu sorulara cevap bulmaya çalışacağım.

Karşılaştığımız bir çok olumsuz hadise, bizleri ‘ahlâk’ olgusu ile yüzyüze getirmektedir. Bu durum belki de ahlâkın doğasında yatmakta: Ahlâksızlık, bizleri ahlâkın farkına vardırarak bir şekilde ahlâk bilincine ulaştırıyor, diyebiliriz. Cinayetlerin, yolsuzlukların ve alabildiğine şiddetin yer aldığı bir dünyada yaşıyoruz. Bu dünya, kötümser bir bakış açısıyla karmakarışık bir dünya: Fanatizm var, terör var, baskı var, savaş var. İşte biz bu dünyada, ‘ahlâk’ ı arıyoruz. Ahlâkı, yani olması gerekeni... Çünkü ahlâk, *olandan* bahisle *olması gerekenin* alanıdır ve ahlâkî dünya, olması gereken bir dünyadır. Şüphesiz ki ütopyalar, ahlâkî bir dünyaya gönderim-

de bulunurlar fakat olması gerekenden kasıt, ütopyik bir dünya değil, daha yaşanılır bir dünyadır. Ütopiyalar, olması gerekene değil; olması umut edilene, hayal edilene, düşünülene yönelir. Oysa olması gereken, yaşadığımız şu dünyada yapılması gerekendir.

Gazeteler, radyolar ve televizyonlar yani medya, yaşadığımız dünyayı gözlerimizin önüne sermekte hiç kuşkusuz. Deneyim yoluyla, doğrudan öğrenmelerimizin dışındaki bilgi kanalımız onlar: Bize dünyayı aktarıyor ve olup biteni onlarla ve onların vasıtasıyla öğreniyoruz; zaman zaman abartılı ve kimi zaman gerçek dışı öğeler içlerine karışmış bile olsa... O hâlde medya bu yıkıcı ve baskıcı dünya ile bizi karşılaştıran bir organ konumundadır. Ama bizi karşı karşıya getirdiği problemler kadar kendisi de çetrefil bir problem alanıdır. Mesela insanî duyarlılığı yok eden bir yanı var medyanın. Çoğunlukla bir *duyarsızlaştırmaya* neden olabiliyor. Artık kan ve vahşet görüntülerini kanıksayabiliyor ve günlük rutinimizde (kahvaltı yaparken, traş olurken, sohbet ederken vs,) vahşet görüntüleri ve vahşet haberleri ile karşı karşıya geliyor ve bir zaman sonra bu haber ve görüntüleri kanıksayabiliyoruz.

Medyanın bizi yüzleştirdiği bu dünya, medya aracılığıyla globalleşen bir dünyadır. Şurası bir gerçek: İktisadi ve kültürel açıdan, globalleşme olgusunu ve sürecini yaşıyoruz. Dünya, küçük bir köy haline gelmektedir. Globalleşme, kendini dünya kültürlerine tek bir biçimde sunmakta ve globalizmin evrensellik adına, küresel medeniyet teklifi, yerel kültürlerin yaşama alanlarını değiştirmekte, dönüştürmekte ve tek tip bir yaşama biçimi küresel medeniyetin çerçevesi içinde mümkün olmaktadır. Özellikle kitle iletişim araçlarının ve teknolojilerinin gelişmesi, küresel medeniyetin iletişim ağlarını örmektedir. Bu ve benzeri değerlendirmeler, kimi zaman tasvip kimi zaman tenkit olarak oldukça sık yapılmaktadır. Bu sürecin yani globalleşmenin aracı medyadır. Ben burada süreçten çok aracı, globalleşmeyi değil medyayı konuşalım diyorum.

Marsall Mc Luhan'ın, dünyanın global bir köy olduğu ifadesini "Medyayı Anlamak" adlı eserinde dile getirmesi bu bakımdan manidardır. Dünya bir köy olsaydı, halkbilimciler ve folklor incelemecileri için enteresan bir tecrübe olurdu. Düşünün tek bir köyün göreneklerini inceleyerek dünya kadar malzeme toplamış ve kendi bilimsel uğraşı alanınızdaki dünya kadar sorunu haletmiş olurdunuz. Evet bu global köy, muhtarı, ihtiyar heyeti, öğretmeni, imamı, ağası ve marabalarıyla bir köydür ve bu global köyün değerleri ve bu değerlerin taşınma aracı medyadır–yine Mc Luhan'dan- *mesaj aracın kendisidir*. Yani iletişim araçlarının içeriği değil, tekniği, daha doğrusu aracın kendisi daha önemlidir. Bu teknolojilerin insandaki uzantıları nedeniyle dokunma ve işitme duyularımız büyük ölçüde yitirilmiş ve daha önce hiç görülmemiş bir şekilde insan görme duygusuna indirgenmiştir (Avcı,1990:178). Dünyayı medyanın gözüyle görüyoruz derken, kastettiğimiz de budur.

Medyanın hitap ettiği kültür, kitle kültürüdür. Kitle kültürü, çağcıl kültür olarak zaman bilinci, geçmiş ve gelecekte ziyade "şimdi" ye odaklanmış durumdadır. Çünkü, şimdiden yani modusten, modernden beslenir ve böyle bir bilinci format-

lar. İletişim araçları, bu manada, pedagojisi, estetiği ve etiği ile kültürel hayatımızı derinden değiştirmektedir. Şöyle diyelim, kitle kültürünün belirgin yanı, onun tüketim kültürü olmasıdır ve tüketene hitap eder veya tüketime sunulur.

Bu sempozyum konusu olan kültür ise gelenekten besleniyor. Geleneğin damarlarında dolaşımda olan mazidir. Gelenek maziden beslenir. Gelenek, hem geçmiştir; hem de bu geçmişin 'şimdi'deki halidir. Kültürün sürekliliği ve yeni yaratıcı hamleler yapma imkanını da, onun gelenekle kurduğu bağı sayesinde devam eder. Gelenek ve gelenekteki devamlılık, kültürel akışın takip ettiği süreklilik mânâsına gelir.

Geleneksel kültür ve kitle kültürü, ikisi birarada ve kendisi olarak (otantik biçimiyle) yaşamaya devam edebilir mi? Bu epeyce güç görünüyor. Gerçi, gelenek iletişim araçlarında kendini bir biçimde varedebilir ama bu varoluş geleneğin kendisi midir? Masal ve halk öyküleri, halk kültürüne ait eserler, modern kitle iletişim araçlarında yer alabilir ama gelenekteki işlevselliği ve anlatıcı, icracı ve dinleyenin birebir yakınlığı gelenekte varolduğu biçimiyle hiç bir zaman olmayacaktır (Oskay, 20, Avcı, 1990:132)

Bu problem, burada eni-konu tartışılacak umut ediyorum. Benim burada tartışmak istediğim, medya etiğidir.

Etik ve ahlak arasında bir ayırım yapmak istiyorum: Ahlâk bir bireyin, bir halkın, bir toplumsal sınıfın, bir çağın bilinçli yaşamına hâkim olan inanç ve tasarımlar topluluğudur. Ahlâk olgusal ve tarihsel olarak yaşanan bir şey olmasına karşılık, etik, bu olgunun kendisine yönelik araştırma, ahlak fenomeni üzerine düşünme demektir. Etik, herhangi bir türden ahlak geliştirmekten ziyade, ahlâki bağınların niteliği üzerinde genel bir görüş elde etmek ister (Delius, 1990:312; Poyraz, 1996). Medya etiği dediğimizde, ahlâk tabirinden genelde anlaşılın yani etimolojisinin¹ de gösterdiği töre, gelenek ve alışkanlık değil, daha çok ikincisi olacaktır: Medya ahlakı üzerine bir çözümleme...

Medya ahlâkının kendinde temelleneceği 'ahlâk', nasıl bir ahlâktır?

Medya ahlâkı, hem toplumsal-törel ahlâk, hem de meslek ahlâkı bağlamında düşünülebilir. Meslek ahlâkı olarak medya ahlâkı, medyanın nasıl bir sektör olduğu ve çalışanlarının ne türden mesleki-etik formasyona sahip olması gerektiğiyle alakalıdır. Medya ahlâkı, bir meslek ahlâkı olarak, o mesleğin genel ilkelerin ve prensiplerinin kaynağı şeklinde anlaşılmaktadır. Şüphesiz her mesleğin kendine özgü ilkeleri bulunmaktadır. Böylece herhangi bir meslek mensubunun o meslek ile ilgili uygulamaları, meslek ahlâkı çerçevesinde değerlendirilir. Tıp, hukuk, eğitim ve bilim sahasında olduğu gibi. Gerçekte ise "Bilim ahlâkı, spor ahlâkı, biyo-

¹ Çok anlamlı bir terim olarak karşımıza çıkan ahlâk, latince *moral*, ve Grekçe *etik* kavramlarının karşılığıdır. Moral ya da etik, ahlâk ile paralel etimolojiye sahiptir. *Etik*, karakter ve alışkanlık anlamına gelen *ethos*' tan türetilmiştir. Nitekim Aristoteles, etik' i bu manada karakter ilmi olarak vasıflandırır (*Aristoteles, Nikomakhos*: 1103, b.27). Latince *moral* kelimesi, yine âdet, alışkanlık, karakter anlamına gelen *mos* (çoğulu *mores*) tan türetilir (*Sahakian, 1974:6*).

etik, medya ahlâkı gibi birbirinden bağımsız, ayrı ayrı ahlâklar var değildir. Bunlar ve benzeri diğerleri, bir ve aynı ahlâkın türlü alanlarda, bu alanların özelliklerine göre çeşitli uygulamalar bulmasıyla aldığı ayrı nitelermelerdir. Buna göre ‘medya ahlâkı’nın kendi temelini bulacağı, genel anlamda ahlâktan ilkin söz edilmelidir” (Soykan, 1998:197).

Bir Yanlış Algılama Örneği Olarak Medya;

(Kavramın Anlamına Yolculuk)

Gökyüzünden yere düşen kola şişesi, yerliler tarafından Tanrıların kendilerine gönderdiği bir mesaj olarak idrak edilince, boş bir meşrubat şişesi olmaktan başka hiç bir özelliği olmayan herhangi bir nesne, kutsal bir anlam kazanmıştır. Gerçekte bu nesne, o civarda uçuş yapan bir pilotun, kolasını içtikten sonra yere attığı boş bir şişedir. “Tanrılar Çıldırılmış Olmalı” adını taşıyan Hollywood filmi, nesnenin nasıl simgeleştirildiğinin ve içinin nasıl anlamla doldurulduğunun ironik anlatımıdır. Bu sinema eserinde, zihinsel düzeylerimiz açısından ‘ilkel’ ile ‘modern’ farkına bir vurgu yapılıyor görünse de, kanaatimizce günümüzün modern insanı da, içi boş şişeleri anlamla doldurmada en az ilkeller kadar maharetlidir. Medya kavramı, içi böylesine anlamla doldurulan bir kavram görünümündedir. Nasıl ki bir kola şişesi, kabile üyelerinin hayatının doğal seyrini değiştirip onları daha önce hiç yaşamadıkları bir serüvene sürüklemişse, medya da hayatımızın anlamını değiştirip, bu hayatı farklı bir serüvene doğru sürüklemekte gibidir.

İmajın bilgi açısından ne derece güvenilir olduğunu, görüntülerin gerçek olmadığını söyleyen Platon’a inat medya öyle bir dünya imajı sunar ki, insanın aklına Platon’un ünlü mağara metaforu gelmektedir. Platon bu benzetmeyi *Devlet* (7. kitap, 514a vd) adlı kitabında yapmaktadır ve nasıl bir tesadüfse, medyanın da yönetimle ve iktidarla bir biçimde ilişkisi bulunmaktadır.

Modern çağın, en gelişmiş teknolojileriyle donatılmış mağaralarında, sürekli akan *görüntüye* eşlik ederek, çağımıza tanıklık yapmaktayız. “Bu görüntüler gerçek değil, gerçeğin monitöre aksettirilmiş hayalleridir” diyen bir Platon’umuz olmasa da...

Kitapçı raflarında ‘İletişim’ başlığı altında, televizyon camı, ya da bilgisayar ekranının ‘sanal gerçekliği’ hakkında bir çok eserin neşredildiğini ve medya hakkındaki malumatımızın da medyadan kaynaklandığını bir düşünürsek, ‘medya’ kavramı etrafında aslında zihinsel bir ‘gösteri’ yapıldığına şahit olur gibiyizdir. Gösteri kelimesinin altını, göstermek anlamında çizmek gerekir. Gerçekte medya bize neyi göstermektedir. Gerçeği mi, gerçeğin yansımalarını mı, gerçeğin çarpıtılmış biçimlerini mi? Neyi gösterirse göstere, gerçek olan onun gösterdiği şeyi, onun gözüyle görmemizdir. Kendisiyle gördüğümüz ve adeta görme biçimimiz olan medyayı kendisinin dışından görebilme imkanımız var mıdır? Varsa bile o bizim üzerimizde bir denetim kurmaya kaktığında mukabil olarak onun üzerinde nasıl bir denetim mümkündür? İşte bu durum, medyayı oluşturan güç karşısında, bu gücün doğru ya da yanlış yönlendirmelerde bulunup bulunmadığı sorusunu çıkartır. Hobbes’un *Le-*

viathan'da söylediği cümle ile 'doğru' ya da 'yanlış' nesnenin değil, dilin vasıflarıdır; dilin olmadığı yerde ne 'doğru' ne de 'yanlış' vardır (Leviathan, 37). O hâlde medyayı bir 'dil' olarak düşünüp, bu dilin sentaktik ve semantik analizi yoluyla, 'doğru' lar ve 'yanlış' ları tespit edebilir miyiz?

İzleyiciler medyadan gelen mesajı tam bir CÜMLE gibi algırlarlar. Önemli olan da medyadaki *ilk* cümledir. Bu ilk cümle, medyatik hafızada depolanır ve metnin bütünü bu ilk cümle çerçevesinde idrak edilir. Bu ilk cümlenin vurgusu, masum bir kimseyi sanık, bir caniyi masum gösterebilecek bir kullanım gücüne sahiptir. Böylece, bilgiyi araç olarak kullanan güç, medyanın etkileyici gücü ile kitleleri yönlendirebilir. Medyaya güvenilirlik ve izlenilirlik kazandıran da bu kavrama tarzıdır. Fakat bu kavrama tarzı, aşırı bir şekilde zorlandığında, -metnin aşırı yorumunda olduğu gibi- medyanın güvenilirliği ve izlenirliği azalmaktadır.

Bu anlamda yayının bütününe bir *gameri* bulunmaktadır. Bu cümle sentaktik yönden, kendisini oluşturan öğelerle bağıntılı ve tutarlı olmalıdır. Eğer cümlenin öğelerinden her hangi birinde 'yanlışlık' varsa, cümlenin tümü yanlış olarak algılanır, ya da en azından cümlenin doğruluğundan kuşku duyulur. Örneğin izledikleri bir filmde 'gerçek dışı' bir öge bulan izleyiciler, filmin bütününe '*gerçek dışı*' olarak görme eğilimindedir (Arslan, 1993:35-7).

O zaman az önce sorduğumuz soruyu daha başka bir şekilde sorabiliriz: Dünyadan bizi haberdar eden ve hadiseleri kendisi ile gördüğümüz ve neredeyse, 'doğru'nun da 'yanlış'ın da belirleyicisi durumuna geçen medya karşısında tekil bireyler olarak, 'doğruluk' ve 'yanlışlık' hakkında sağlam ve güvenilir bir kritere sahip miyiz? Bu kavramlar hakkında zihinlerde bir netlik, bir billurluk var mıdır? Ya da en azından bize doğru olarak sunulan yanlış cümleler karşısında ona güvenmesek bile ne kadar direnme gücümüz vardır ve ne kadar inisiyatif kullanabilmekteyiz? Siyasal-toplumsal kanaatlerimizi etkileyerek değiştiren, etik değerlere ve estetik beğenilerimize varıncaya kadar yaşama biçimimizi şekillendirmede söz sahibi olmak isteyen medyanın bizi bu denli etkilemeye ve yönlendirmeye ısrarı nedendir? Medya kelimesi, işaret ettiği kavram hakkında bize ne söylemektedir? Bu kavramın delâlet ettiği şey ya da durum ile bunların bütününe dilsel ifadesi olan kelime arasında ne türden bir ilişki bulunmaktadır? Sorular uzatılabilir: Bu denemenin amacı yukarıdaki soruların çizdiği sınırlar içinde, yukarıdaki örneğimizde olduğu gibi içini 'doğru' ya da 'yanlış' bir değerle doldurduğumuz 'medya' kavramının anlamını tartışmaktır.

Diğer bir çok tanımlanmamış kavram gibi Medya da tanımlayıcı dil içerisinde değil, etkileyici, yönlendirici, tavır ve tutum değiştirici dil içerisinde algılanmakta ve nesnel duruma ilişkin oryantasyonumuzun yönü kolayca değişebilmektedir. Söz konusu durum kanaatimizce, medyanın aslı anlamının yerine, medyaya atfettiğimiz "değer" den kaynaklanmaktadır. Medyanın aslı yapısı ne olursa olsun, medya denildiğinde medya bu "değer" ilişkisinden dolayı kavramsal muğlaklığa düşmektedir.

İlkönce kavram bizim tarafımızdan üretilmemiştir ve ithal (ödünç) bir kavramdır. Her üretmediğimiz ve ödünç aldığımız kavram gibi medya da kendi tarihsel ve kültürel muhtevasıyla karşımıza çıkar. Kendini üreten kültür veya kültürlerin bu muhtevada belirgin bir payı olması olağandır çünkü kavram, kendi tarihsel arka plânıyla bir anlam kazanmıştır (ve belki de hâlâ kazanmaya devam etmektedir: Medya konusunda üretilen kuramsal açıklamalar ve üzerine olan tartışmalar bu kavramın anlamını doldurma ya da zenginleştirme çabalarından başka ne olabilir ki?) Kendi kültürel muhtevasının dışı yansımasıyla kimi yan anlamlar kazanmış bir kavram, başka bir dile, (kültüre) kazanmış olduğu yan anlamlarıyla birlikte taşınır. Zira bir kavramı, onu kültürel fenomenlerinden yalıtarak ithal etmek pek de mümkün değildir. Bir kavram, muhtevasını boşaltılıp, sadece gösteren ama bir şey söylemeyen söz dizimleri olarak olduğu gibi aktarılırsa, isim (ya da kavramın adı) üzerindeki muğlak tartışmaların dışında, aslında o kavram hakkında konuşmuyorsunuzdur.

Söz konusu durum, medyanın böyle bir ödünç ve hatta işgalci bir kavram olusundan kaynaklanmaktadır. ‘İşgalci’ terimini hem meşgul ediş açısından müşkülâtına binaen, hem de istilâ anlamında kullanılmaktadır. Türkçe’nin aşırı ithalci bir dil oluşu, Kılıçbay’ın da işaret ettiği gibi, dilimizi ilkel diller seviyesine yaklaştırmaktadır (Kılıçbay, 1993). Fakat bu nâkis durum, Türk dilinin sentaktik ve semantik yapısının kelime bükümü yapamayan eklemeli bir dil oluşundan değil, bilim, sanat ve teknoloji üretemeyen ya da bunları üretmede yetersiz kalan insan durumumuzdan kaynaklanmaktadır.

Kavramın, sosyoloji literatüründeki ‘kitle iletişim araçları’nın bileşenlerini ifade eden anlamının yaygın olarak kullanılmasının tarihi ülkemiz açısından oldukça yenidir. Kitle iletişimindeki araçların iletişim teknolojisinin süratle gelişmesi karşısında sadece basın-yayın gibi birleşik bir isimin kafi gelmemesi ve medyanın dil açısından oldukça ekonomik bir tabir olması bu yeni kelimenin kullanımını hızla yaygınlaştırmıştır.

Türk Dil Kurumunun yabancı kelimelere Türkçe karşılık bulma faaliyeti doğrultusunda *medya* için teklif edilen deyim “iletişim araçları” veya “iletişim ortamı”dır. (Latince; *Mass*: kitle, *medya*=ortam) Medyanın etimolojik tahlilinde, *media*, *medium* gibi terimlerin, İngiliz ve Fransız dillerindeki zengin akraba terimlerle ilişkisi konusunda Kılıçbay (1993) aracı olmak durumundaki medya’nın araç olma (bir siyasal organizasyonun ya da sermaye çevresinin) durumu işaret eder. Bu makalede, medyanın aracı yerine araç olma durumunu tercih etmesini Kılıçbay, tıpkı aydın kavramında olduğu gibi- kendine irşâd edici bir misyonu yüklemesine bağlamaktadır. Aracı değil araç; aktarıcı değil aktaran olduğu içindir ki, neyin aktarılacağı ve ne için araç olunacağına plânını , medyayı üreten çevreler, tüketici adına yapmaktadır. Bu irşâd edici misyon, medyatik ürünleri pazarlama ve tüketicinin tercihlerini etkileme amacıyla, aracı olma dili yerine, imaj ve reklamlarla güçlendirilmiş yönlendirme dilini tercih etmiştir. Sonuçta, kavramın işaret ettiği anlam farklı bir yöne sapmıştır Böylece medya insanlara malumat iletmek yerine, arkada duran sermaye

ve politik çıkar çevrelerinin ürettiği malzemenin arzedildiği bir pazar konumuna geçmiştir. Bu üretimde her zaman gerçeğe aykırılık bulunmuyor olsa da, tercihleri etkileme bir yönlendirme olacağından, yönlendirmenin tabiatı ve amacı gereği, etik bir ilkenin gözardı edilmesi sözkonusudur. Bu gerçek, yalnızca ülkemiz için değil, bütün dünya medyaları için de geçerlidir (Bkz, Chomsky, 1993). Eğer bu pazarda, geleneksel kültür bir ürün özelliği taşıyorsa, tüketim kültürünün pazarlama ve ambalajlama tekniği ile kendisi olamadan bir varoluş tarzına sahiptir elbet...

Medya, artık “gündemi kendisinin belirlediği” bir kavram, daha doğru bir ifade ile, bu kavramın delalet ettiği nesnel durum olarak belirdiğinden, kavramsal çerçevede bilginin konusu olmak durumdadır. Bilgiye ulaşma süratimizi en az zamana indiren medya, bir bilgi kaynağı değil, belki, kaynaktan gelen bilgiyi aktarandır. Fakat neredeyse, bilinç kategorimiz olmak ve bizatihi bilginin kendisi ve hatta bilginin ötesine geçerek inanç olmak istemektedir.

Bilgi düzeyinde değil, algı düzeyinde olsa bile medyanın etkileri hakkında bir takım izlenimlerimiz vardır. En azından medyanın gücünü ve onun yönlendirmesini hem kendi kişisel yaşantımızda ve hem de sosyal hayatta hissetmekteyiz. Muğlaklık ve bulanıklık işte bu noktada başlamaktadır. Zira, algımızdaki izlenimlerin, psikolojik yaşantılarımızdaki farklı tesirlerinden dolayı, medyaya atfettiğimiz anlam boyutu da farklılıklar göstermektedir. Medya, nedense bize aslı yapısı içinde değil, kavramsal bir şema içerisinde sunulmakta ve bizden bu kavramsal şemanın (her ne olursa olsun) kabulü beklenmektedir. Şöyle ki;

Medyanın asıl fonksiyonu, insanlara bilgi (malumat, enformasyon) iletmeye yöneliktir ve bu iletimi sağlayan ortamdır. Bu anlamda, “işitsel, görsel öğelerin ayrı ayrı ya da birlikte olarak kullanıldığı iletişim alanının bütünü” (Soykan, 1998:206) olan medya bir iletimde bulunur fakat bu iletim işdeşlik ekiyle yapılmış “iletişim” sesleri ile hecelense de tek yönlüdür. Gerçi iletişim biliminde, iletişimi mümkün kılan üç öge; ileten, ileti ve alıcı olsa da, kitle kültürün hakim olduğu ortamlarda iletişimin tek yönlü olduğunu söylemek zor değildir. Bu yön ileti, üretim ve gönderim odaklarından alıcıya doğrudur. Alıcınınileticiye göndereceği kendi tepkisel ileti bile 900’lü telefonlarda olduğu gibi, yine ileticinin yararına ve yönlendiriciliğindedir. Medya odakları, sistemi öylesine kurmuşlardır ki, günün her saati ileti bombardımanına maruz “alıcı kitle” ne yapsa bu sisteme hizmet etmek durumundadır. Kısaca aslında iletişim diye bir şey yoktur. İletişimin tek yönlülüğü medya ahlâkının iletenler açısından ele alınmasını da bu nedenle gerekli kılmaktadır (Soykan, 1998:206). Bu iletişimde medya, hitap ettiği kitlenin sesi olarak hem ileten, hem de iletilen rolünü üstlenmektedir. Böyle bir durumda medya adına ve medya için “kişiyi yönlendirme ve tercihlerimizi etkileyerek değiştirme” etkinliğini, “insanlara gerçek durum ve olaylar hakkında bilgi iletmek ve haber almak hakları” şeklinde sunan medya gücü, bizlere şunları sezdirmektedir:

Medya dünyayı ayaklarınızın altına sermektedir. Dünya medya aracılığıyla artık küçük bir köydür. Kumandanızdaki sihirli düğmeye basarsınız ve size gizli kapılar

açılır. Koltuğunuza yerleşerek, hiç bir bilet ve konaklama masrafına girmeden şöyle bir dünya turu yapabilir ve hatta fezadan dünyayı temaşa etme zevkine erişebilirsiniz. Düşünün bir dünya turu size ne kadar dolara mal olabilir. Astronomi ve mühendislik bilgisi ile mücehhez değme astronotların uzun yıllar süren eğitiminden sonra, bir düzine testten geçirilenler arasında ancak üç-beş tanesine nasip olan ve bir ülke bütçesine denk bu uzay seyahatiniz için herhangi bir ücret sizden istenmemektedir. Üstelik bütün bunları evinizde, rahat koltuklarınızda yapıyor olacaksınız. Sadece ve sadece uzaktan kumandanızın düğmelerine dokunarak. Böylece dünya sanatı, edebiyatı, sporu ve olayları hakkında uzaktan kumandanız size rehber, TV'niz mürşidiniz olacaktır.

Fakat asıl gerçek çizilen hoş manzaradan daha farklı olabilir. *Schumacher, Akli Karışıklar İçin Kılavuz* adlı eserinde yaşadığı bir hadiseyi nakleder: Eski SSCB'de Leningrad sokaklarında dolaşırken, yön tayini için haritaya bakar ve haritada gösterilmeyen bir kilise ile karşılaşır. Bu tarihi kilisenin niçin haritada yer almadığını gezi rehberine sorduğunda, devletin resmi dini ateizm olduğu için, müzeleştirilmeyenlerin dışında herhangi bir ibadet yerinin haritada gösterilmediğini öğrenir (Schumacher, 1992:21). Haritalar gerçekte varolan toprak parçasının temsilidir. Dilimiz de bu manada haritalara benzemektedir. Wittgenstein'ci anlamıyla olgunun resmi. Kilise bir olgu durumu da olsa, bir değer hükmü taşımadığı için dile getirilemez 'yasak'tır ve bir nevi olgunun temsili olan haritada yer almamıştır. Eğer biz de verilmiş haritalarla medya sokaklarında dolaşıyorsak, haritada gösterilmeyen kiliselerle karşılaşabiliriz veya Kaptanın sevgilisi için çizdiği 'Senyorita'nın Adasını' boşuna ararız.²

Gutenberg'in matbaayı icadından asırlar evvel Çinliler, matbaa tekniklerini biliyor ve kullanıyorlardı. Hatta T'ang hanedanlığı sırasında (618-917) *Ti pao* adında resmî bir gazete dahi basılmıştı (bkz, Jeanneney, 1998:24). Çinlilerin eğlence aracı olan 'barut', yüzyıllar sonra nasıl ateşli bir silaha dönüşmüşse, matbaa da, bilgiyi geniş kitlelere yayan bir araç olarak, o araca sahip olanların elinde, baruttan daha etkili bir güce dönüşmüştür. Bu sebeple Gutenberg'in 1438' de yapmış olduğu ve kamuoyu tarihinin köşe taşlarını oluşturan bu 'araç', bilginin yayılması ve geniş kitlelere taşınması açısından en az yazının icadı kadar önemli bir işlev görmüştür.

Endüstri ve sanayi çağının başlamasıyla eşzamanlı olarak matbaa, kısa zamanda kendisine dayalı basın-yayın endüstrisini de oluşturmuştu. Aradan geçen birkaç yüzyıllık zaman zarfı içinde insanoğlu, kitle iletişim araçlarının baş döndürücü bir hızla gelişimine, kamuoyu oluşturmada yazılı basının yanında teknolojik icat ve keşiflerin ürünleri olan radyo, televizyon, video ve bilgisayarın da katılmasıyla medyanın nasıl doğduğuna, basın yayın endüstrisinin nasıl bir bilgi iktidar ve güç odağı

² Ortaçağda İtalyan gemicileri, uzun deniz yolculukları için hazırladıkları deniz yolları haritalarında, sevgililerin anısına gerçekte varolmayan adalar yerleştirmekte ve bu adalar da 'Senyorita'nın Adası' olarak adlandırılmakta

haline geldiğine şahit oldu.

Foucault'un neredeyse klişeleşmiş tabiriyle, "bilgi iktidardır". Eski Mısır'daki bilgin- rahip gurubu, kendilerini cahil halk tabakasına üstün kılan tabiat olayları hakkındaki malumatlarını (astronomi bilgileri, ay tutulması ve Nil nehrinin taşması vs) nasıl dünyevi iktidarlarına uhrevi bir mesnet olarak vesile yapmışlarsa, aynı şekilde bir çok iktidar, bilgiyi kendilerinin meşruiyeti için kullanmışlardır. Medya ile birlikte, bilginin yayılması ve paylaşılması, iktidarın da paylaşılması anlamına gelecektir. Ya da tam tersi olacak; bilgiyi taşıyan bu 'araç' iktidarı da taşıyacak ve bu araca sahip olan iktidara da sahip olacaktır. İktidar, bu araç kendine yöneldiğinde dayanakları sarsılacağından bir şekilde ona sahip olmak ister. Medya da varolmak için güçlü bir iktidarı herhalde istemez ve karşılıklı bir güç dengesi oluştururlar.

İktidar ile araç arasındaki ilişkiyi kendi tarih ve toplum felsefesi açısından çözümlenmeye Marx'a göre üretim biçimleri ile üretim ilişkileri arasındaki çatışma, sınıf çatışmasını doğurmaktadır. Üretim biçimleri kendi yapısına uygun üretim aracı meydana getirir ve bu üretim aracına sahip olma (mülkiyet) ise üretim ilişkilerini... Sanayi çağının bu düşünürü, 'bilgi' (enformasyon) ve onun üretim-aktarım aracı olan medyanın nasıl bir mülkiyet ilişkisi tesis edeceği konusunda ne derdi bilemiyoruz ama sermaye-iktidar ve medya arasında birbirlerini besleyen ve oluşturan bir bağın varlığını en azından hissedebiliyoruz.

Biliyoruz ki bir çok iktidar, bilgiyi kendilerinin meşruiyeti için kullanmışlardır. Medya ile birlikte, bilginin yayılması ve paylaşılması, iktidarın da paylaşılması anlamına gelecektir. Ya da tam tersi olacak; bilgiyi taşıyan bu 'araç' iktidarı da taşıyacak ve bu araca sahip olan iktidara da sahip olacaktır. İktidar, bu aracı kendi lehinde kullanmak, bir şekilde ona sahip olmak ister. Medya da bağımsızlığı açısından, tesir edemeyeceği kadar güçlü iktidarı istemez ve karşılıklı bir güç dengesi oluştururlar. Burada paradoksal bir durum meydana gelir. Gerçekte medya ancak demokratik bir ortamda kendine hareket serbestisi bulabilir. Bunun için demokrasinin, çoğulculuk ve çok renklilik anlamında, medyanın adeta ön şartı olduğunu söylemek, yanlış olmasa gerektir. Bununla birlikte, demokratik ortamdan beslenen medya kendi öz denetimini oluşturamaz ve birey entelektüel öz savunma bilincini geliştiremez ise, medyanın arkasında duran üretici-yönlendirici gurup, kendini medya aracılığı ile *medyokratik* bir güce dönüştürebilir.

Medya Gerçeği adlı kitabında Chomsky, 'medyanın demokratikleştirilmesi' kavramını, medya bağımsızlığına indirilmiş bir darbe olarak görmektedir. Chomsky'e göre medyanın demokratikleştirilmesi, paradoksal bir durum olarak medyanın bağımsızlığı için bir darbedir. Çok uluslu dev şirketler, bu tür demokratik katılım yerine toplum üzerinde kendi denetimlerini sürdürmek isteyeceklerinden dolayı bu böyledir. Bu açıdan demokratik toplumların yurttaşları, daha anlamlı bir demokrasinin temelini atmak üzere, bir entelektüel öz savunma geliştirmedikçe (Chomsky, 1993:10-3) bu tür manüplasyon ve denetimlerden kendilerini koruyamazlar.

Hobbes'un *Leviathan* adlı eserinin kapak resminde toplum, bir yığın normal boydan oluşmuş dev bir insan biçiminde resmedilir. Ama bu gerçeğin insanbiçimci bir çarpıtmacasıdır (Toynbee, 1978:45). Tevrat'taki bir canavarın adından esinlenerek "Herkesin herkesle savaşmasını engellemek" için mutlak bir güç olarak gördüğü devleti Hobbes böyle düşünüyordu. Belki az önce yukarıda karikatürize manzara oldukça aşırı ifadeler olabilir görülebilir ama sanki medya, "herkesin herkesle savaşmasından" beslenmekte 'homo homini lupus' un Arena'sı olmaktadır. Eğer gerçekten buna ilişkin bir hissin bile mevcudiyeti söz konusu ise, ortada ahlâkî bir boşluk vardır ve medyanın etiği daha çok tartışılacak demektir.

KAYNAKLAR:

- ARISTOTELES, *The Nicomachean Ethics*, Clarendon Pres, Oxford, 1951
- ARSLAN, C.H (1993) 'Medya-Siyaset İlişkisi İçin "Bir Siyasi Analiz" Örneği' *Türkiye Günlüğü*, Sayı:24
- AVCI, N (1990) *Enformatik Cehalet*, Rehber Yay. Ankara
- CHOMSKY, N (1993) *Medya Gerçeği*, Çev: Abdullah Yılmaz, Tüzmamanlar yay. İstanbul
- DELIUS, H (1990) Etik, *Günümüzde Felsefe Disiplinleri* (Çev) Doğan Özlem, Ara yay. İstanbul
- HOBBS, T (1993) *Leviathan*, Çev:Semih Lim, Yapı-Kredi Yay., İstanbul
- HOSPERS, J (1967) *Readings in Introduction Philosophical Analysis*, Prenc Hall, Inc, London.
- JEANNENEY, J.N (1998) *Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi*, Çev. Esra Atuk, Yapı Kredi Yay. İstanbul
- KILIÇBAY, M.A.(1993): Medium Size Media, *Türkiye Günlüğü*, Sayı:24
- MARX, K, *1844 Felsefe Yazıları*, Çev. Murat Belge, V yayınları, 1986
- OSKAY, Ü (trh.siz) *Çağdaş Fantazya*, Der Yay. İstanbul
- PLATON, (1982) *Devlet*, Çev. S.Eyüboğlu, A.Cimcoz, Remzi Kitabevi, İstanbul
- POYRAZ, H (1994) Reklam Tanrısının Kucağında Görüntüler, *Türk Yurdu*, sayı.82
- POYRAZ, H (1996) *Dil ve Ahlak Vadi* yay. Ankara
- ROMANET, I (2000) *Medyanın Zorbalığı*, Çev. A. Derman, Om Yay. İstanbul
- SAHAKIAN, W.S (1975) *Ethics:An Intoduction to Theories and Problems*, Barnes&Noble Books, New York

SCHUMACHER, E.F (1992): *Aklı Karışıklar İçin Kılavuz*, Çev: Mustafa Özel, İz yay. İstanbul

SOYKAN, Ö.N (1998) “Medya Ahlâkının Felsefî Temelleri” *Araştırmalar I*, Küyere yay. İstanbul

TOYNBEE, A (1978) *Tarih Bilinci*, (Çeviri) Bateş Yay. İstanbul

TUNALI, İ (1976) *Marksist Estetik*, Altın Kitaplar. İstanbul

HALK KÜLTÜRÜNÜN KORUNMASINDA MEDYANIN ROLÜ

İsmail TAŞDEMİR

Kültür, sadece sanat ve edebiyat alanlarını değil, yaşam biçimlerini, temel hak ve özgürlükleri, değer sistemlerini, gelenek ve inançları kapsar. Kültür değerlerimizin anılması, yaşatılması, yaşanması unutulmuş olan değerlerin tekrar yaşanır hale getirilmesi, ortaya çıkarılmamış olanların ortaya çıkarılması uluslar arası saygınlığımızın sağlanması açısından önem taşımaktadır.

Kültürel farklılıkların, demokratik bir ortam içinde temel hak ve özgürlükler çerçevesinde, birlikte ve barış içinde yaşaması ulusal bütünlüğün sağlanabilmesi için ön koşuldur.

UNESCO'nun 1998 Stockholm toplantısında yayınlanan dokümanda, küreselleşme karşısında tehdit altında olan yerel ve bölgesel kültürlerin, savunma amacıyla kendi gelişmelerini engelleyici unsurlardan uzak olması gerekliliğinden bahsedilmektedir. Ancak ulusal kültürlerin küreselleşme karşısında korunarak geliştirilmesiyle ve farklı ulusal kültürlerin evrensel bir uyum içinde uluslar arası arenada birlikte yaşamalarıyla saygın bir ülke imajı yaratılması sağlanabilmektedir.

Medyanın 4. büyük güç olduğu bir ülkede , medyanın halk kültürlerine yeterli derecede yer vermesi, bu değerlerin toplum bilincinde de yer etmesini sağlayacaktır. Bilgi toplumunun oluşturulması ve buna herkesin katılımının sağlanmasında, ulus duygusunun ve kültürel demokrasinin geliştirilmesinde medyanın önemi büyüktür.

Yapılan araştırmaların, kültür varlıklarının , kültür anlaşmalarının duyurulması medyanın görevidir. Medyanın halk kültürlerine eğilmesi, toplum için önemli gazetecilerin ve yazarların toplumda yaratacağı bilinç, bu değerlere verilen önemi arttıracaktır. Bununla birlikte, medya mensuplarına halk kültürü dernekleri tarafından verilen ödüllerle, ulusal ve uluslar arası açıdan kültürel koruyuculuk bağlamında teşvik sağlanmaktadır.

Halk kültürlerinin demokratik bir zeminde korunması ve geliştirilmesi ve bu sayede de ulusal kültürün uluslar arası alanda varlığını koruyabilmesi, medyanın üzerine yüklenmiş olan bu misyonunu sürdürmesine bağlıdır.

MEDYANIN HALK KÜLTÜRÜ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Yrd. Doç. Dr. E. Ahmet TERZİOĞLU*

İnsanların ilgi ve tavırları geniş ölçüde içinde yaşadıkları sosyal hayatla alâkalıdır. Günümüzde dünya artık küçülmüş, sosyal ve ekonomik faaliyetler değişik kültür ve medeniyetleri birbirleriyle yüzleştirmiş ve kaynaştırmıştır. Bu işlemler çoğunlukla medya sayesinde olmuştur. Bu etkileşim kültürel manâda da mecburiyet halini almıştır.

Bilindiği gibi, medyayı tüm yazılı ve elektronik basın yani kitaplar, dergiler, gazeteler, sinemalar, tiyatro, radyo ve televizyon oluşturmaktadır hem de farkında olmadan hayatımız boyunca bizleri etkileyen önemli bir kitle iletişim aracı olarak. Bu araçlar çok çeşitli konudaki enformasyonla insanlar üzerinde etkili olabilmektedir. Bilgi edinmek ve özellikle de boş zamanları değerlendirmek üzere kitle iletişim araçlarına yönelen insanlar, yoğun bir yönlendirme ile karşı karşıya kalabilmektedirler. Eğitim, kültür, coğrafya, ekonomik durum veya diğer faktörlerin etkisiyle çoğu kere alternatifsiz bir rekreatif araç olan kitle iletişim araçları insanlar üzerindeki etkisini daha da arttırabilmektedir. Ayrıca ilgi çekiciliği sayesinde de zayıf davranış özelliği gösteren insanları etkilemesi, bu etkinin kalıcı olması, aktiviteyi takip kolaylığı gibi özellikleri de cazip gelmektedir.

Günümüz dünyasında medyanın etki alanı dışında kalan hiçbir aynımız kalmamıştır. Medya hayatımızın her yanına sinsice sokulmuş, onu olumlu ve olumsuz olarak etkisi altına almıştır. İzleyiciler veya okuyucular çoğunlukla da bunun farkına varamamaktadırlar. Medya bir yanıyla da kültür değişmelerinin öncülüğünü yapmaktadır. Çoğu zaman yerel yada milli kültürün yani halk kültürünün üzerine abanan küresel kültür, milli kimliklerin zayıflamasına yada kültürel çatışmaların fitilini ateşlemeye sebep olmaktadır. Global sermayenin yönetiminde olan küresel medya da kendi ticari amaçlarını gerçekleştirmek ve daha çok para kazanmak amacıyla temel ahlâki ilkeleri de yozlaştırmakta, yerine göre hiçbir kuralı da tanımamaktadır. Şunu da itiraf etmek gerekir ki ülkemizdeki medya kuruluşlarının bir kısmı bu emperyal medyanın ya doğrudan uzantısı yada onun gönüllü temsilciliğine soyunmaktadır. Böyle olunca da kültürel değerlerimizi ve halk kültürümüzü olumsuz yönde etkilemektedir. Bu saldırgan kültürel tutum karşısında milli kültürümüzü savunma gayretleri de zayıflamaktadır.

Yine medya, günü kurtarma çizgisinin ötesine çok taşamamaktadır. Medya, ticari anlayışına hapsolmuş, faydalı yada faydasızlık karşısında kanunsal tedbirler ye-

* Erzincan Eğitim Fakültesi Beden Eğitimi ve Spor Bölüm Başkanı

terliliğini kaybetmiştir. Medya sahiplerinin kültürel birikimler konusunda kendi kültürümüzü ne kadar gerçek yararlarıyla ortaya koyabildikleri konusu da tartışma götürür cinstendir. Ayrıca medyada görünenler değil, görüntünün arkasındakilerin kültürel potansiyellerinin de yükseltilmesi gerekir. Milli kültür standart olarak ifade edilmesi gereken en hassas konudur.

Buna kişilerin siyasal bakış açıları engel olmamalıdır. Anadolu her metrekaresinde farklı bir kültür ögesi taşıırken bunu ortaya çıkaran farklı milletler, farklı dinler ve farklı kültürler şeklinde sentezlenmemeli, farklı coğrafyanın önemi de göz önünde bulundurulmalıdır. Coğrafyanın önemi hiçe sayıldığı zaman yük milletlere, dinlere mal edilmeye çalışılır ve ülkesel bütünlüğümüzün, kültürel bütünlüğümüzün yerini mozaik kültürler iddiası alır. Medya öncelikle içinden yaşadığımız ülkenin coğrafyasını algılayabilmeli. Köprüye ihtiyaç duyulan bir ırmağın, bir dağın iki yamacının farklı farklı kültürler geliştirmesini coğrafyanın mecburiyetleri ortaya çıkarmaktadır. Bunlar yanlış algılanıp, yanlış sunulmaktadır. Bunlar yanlış algılanıp, yanlış sunulmaktadır. Bunların son derece geniş perspektiflerle analiz edilmesi ve gerçek kültürün medyada değerlendirilmesine ihtiyaç vardır. Standartları yerine oturmuş yabancı kültürler karşısında ancak böyle durabiliriz.

Milli kültürümüz üzerinde çok az sayıda çalışma yapıldığı ve genel bütçeden bu alana çok az pay ayrıldığı, bu payın günden güne daha da azaldığı bütçelerin tetkikinden anlaşılabilir. Bu arada kültürel alanda bazı özel çabaların varlığını da inkâr etmemek gerekir. Ne var ki medyaya yansıyan halk kültürümüzle ilgili bazı görüntüler yarar yerine zarar vermektedir. Anadolu'da çeşitli kavim ve medeniyetlerin tarihte hüküm sürdüğü bir gerçektir. Biz Türklerin bu kültür ve medeniyetlerin yok edilmesi yönünde bir çabamızın olmadığını aksine onları kendi kültür potamıza katarak bugünkü kültürel değerlerimiz arasında kendi kültür damgamızla yaşatmaya çalıştığımızı dost düşman herkesin kabullendiği bir gerçektir.

Halk kültürümüzün özellikle folklorik değerlerimizin arasına sinmiş, adeta kendi malımız olmuş bir kısım unsurların kendi kültürümüzden soyutlanarak öne çıkarılması ve medyanın etkin gücü de kullanılarak gösterime sunulması bağışlanır bir şey değildir. Milli kültürümüz adına şunu da eklemek gerekir ki bugün görsel medyada halk kültürü adına yapılan yayınların yeterli araştırma yapılmadan gösterime sunulması milli folklorumuz üzerinde olumsuz etkiler yapmaktadır. Bu tür yayınların daha derin ve dakik incelemeler ve araştırmalar sonunda gösterime sunulması milli kültürümüz üzerinde olumlu etkiler bırakacaktır. Ayrıca milli birlik ve bütünlüğümüzün bir garantisi olan milli kültürümüz her türlü zararlı medyatik etkilerden korunmalıdır. Aksi halde zararını milletçe pek pahalıya öderiz.

Peki, bir ülkenin kültürünün başka bir ülkeye taşınmasının iki ülke açısından önemi nedir? Ülkeler varlıklarını devam ettirmek, nüfuz sahaları genişletmek, kendi refah seviyelerini yükseltmek ve onlara yaşanabilir bir hayat garantisi vermek kavgasını yapmaktadır. Bunu yapmak için her ülkenin iki önemli kategoride ön plana çıkması gerekir. Birisi ekonomi, diğeri kültür. Kültür transferlerinin ülke-

lerin birbirleriyle dostluk münasebetlerinin geliştirilmesi amacı vardır. Bizim kanaatimizde ise kültürel zenginliklerin devletin gücüyle ifadesi yatmaktadır. Mesele Japonya'daki Samuray kültürü dürüstlüğü, mukavemetli oluşu v.b. ifade ederken, bunu bizdeki karşıtı doğuda dadaş, gaggoş, batıda efedir. Bu folklor örneği yaşayan kuşak ile geçmiş, geriye doğru yüzlerce kuşak arasında bir zincirin halkaları gibi birbirine bağlanarak bir coğrafya üzerinde yaşayan insan topluluğunu millet yapıyor ve bu insan topluluğu bu değerleri paylaştıkça yaşadığı toprak ve coğrafya kutsal oluyor, kendisi millet oluyor.

O zaman bu soyut tutkalı bir başka kültürün taarruzuna maruz bırakırsak, bir başka kültürün baskısına boyun eğsek yani bu tutkalı parçalarsak bunun sonucu ne olur? Bunun sonucunda kültür dejenerasyonu olur. Yaşayan kuşak hem kendisinden önceki kuşaklara olan bağına atmış olur, hem de kendi çağdaşlarıyla olan irtibatını kesmiş olur. Dolayısıyla, millet kavramı kalkar, bağımsız insan toplulukları haline gelir. O halde; hem dış kültür taarruzlarının durdurulması hem de yatay bağların kuvvetlendirilmesi (bölgeler, şehirlerarası) açısından kendi folklorik değerlerimizin (halk hikayelerinden, bir çini vazonun üzerindeki işlemeye kadar) kendi bünyemizde sağlam temeller üzerinde beslenmesi yani kurumsallaştırılması gerekir. İkinci önemli husus, bütün kitle iletişim araçlarını içine alan medyatik vasıtalar kullanılarak tanıtımın sınır ötesi boyutlara ulaştırılması lazımdır.

Burada birinci maddenin gerçekleştirilmesi devletin ve üniversitelerin sorumluluğu altındadır. (Devlet Konservatuarları, müzeler, fuarlar, panayırklar v.b.) Yerel yönetimler de buna destek vermelidir.

İkinci soruya cevap vermek birincisi kadar maalesef kolay değildir. Çünkü, dijital çağda medyatik organlar bildiğimiz klasik medya organları gazete, mecmua, radyo ve televizyon gücünün sınırlarını parçalamış ve dünya internet aracılığı ile ülkeler sınırlarını kaldırıp atmış, globalleşme kavramı sanal dünya adı altında sınır kalmamıştır. Dolayısıyla 19. asırdaki misyonerlik faaliyetleri ve yabancı okullar aracılığı ile bugüne göre çok ilkel şartlarda başlayan kültür taşımacılığı hamallık seviyesinde kalmış, radyo ile başlayıp televizyonla geçiş dönemi yaşayan medyatik sıçrama bugün uydu yayıncılığı ve internet aracılığı ile doruğa çıkmıştır.

Bugün istatistiki olarak Türkiye'de kaç internet cafe yada kaç tiyatro salonu vardır? Yada soruyu şöyle soralım, Amerikan aile ve kilise kültürünü reklam eden kaç Amerikan filmi insanlarımız tarafından bir günde onlarca televizyon kanalı V.C.D. , D.V.D. , internet aracılığıyla izlenmekte yine aynı insanlar acaba aynı süre içerisinde kendi kültürümüzü anlatan kaç film izlemektedirler? Maalesef itiraf edelim ki bu sorunun cevabı mütevazı bir alışveriş merkezinin tabelalarından yada bir öğlen paydosunda kent merkezindeki büfelere hücum eden insanların karınlarını doyurma şeklinden görebiliriz. (light kuruyemişçisi, dallas kuaförü v.s.)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yasama, yürütme ve yargıdan sonra en önemli kuvvet olarak görülen medyanın toplumları bilgilendirme ve yönlendirmedeki rolü büyüktür. Bunun için de ulusal yada uluslar arası alanda halk kültürleriyle uğraşan yetkililerin öncelikli problemlerinden biri de medyadır. Bu anlayışla halk kültürlerinin tanıtımında medyaya çok fazla iş düşmektedir. Fakat medyanın öncelikle para kazanmayı amaç edinme düşüncesi halk kültürüne fazla yer verilmemesine sebep olmakta dolayısıyla da medyanın halkı bilinçlendirme konusunda halk kültürü fazla gündeme gelmemektedir.

Medyanın kültür değişimleri üzerindeki olumsuz etkisini göz önüne alırsak ve bir kültür taşıyıcısı olduğunu kabul edersek o zaman kültür emperyalizminin de geçerli aracı olduğu ortaya çıkar. Medyanın bu tartışmasız etkileme gücü özellikle milli kültür üzerindeki tahribatında görülmektedir. Ayrıca ülkemizde yasal boşluklardan istifade eden yabancı kültürlerin kendi kültürel değerlerimizi tahribe yönelik veya onları unutturma gibi bir tutum içinde olmaları bu olumsuz etkileri daha da artırmaktadır. Bu açıdan halk kültürüyle uğraşan araştırmacı ve uzmanların yapmış oldukları çalışmalara çok daha sorumluluklar getirerek medya ile olan bağı da geliştirmek mecburiyeti unutulmamalıdır. Bu yaklaşım içerisinde halk kültürlerinin tanıtım ve geliştirilmesinde medyanın öncülük etme ve yönlendirmede etkin olabilmesi için fonksiyonunu yerine getirmeye teşvik edilmesi yada mecbur tutulması gerekir.

Kültürel ilişkiler aracılığıyla yapılan propoganda en az rahatsız edici olmalıdır. Çünkü, kültürel ilişkiler bir dostluk ilişkisi gibi görünürler, ön yargısız izlenirler. Bu açıdan da bu yöntemin kullanılması daha kolaydır ve dikkatli olmak gerekir. Dünyada medya tekel olduğu için emperyal emellerini güdüp, milli kültürleri görmezden gelenlerle ve emperyal kültürü empoze etme gayreti içinde olanlarla, gelişmiş ve mükemmelliğe kadar ulaşmış yöresel kültürleri bozup ya da yok etmeye çalışan misyonerlerin propoganda faaliyeti içinde olmalarına engel olunmalıdır. Medyanın da buna taşıyıcı olarak katkı yapmaması gerekir.

Anadolu kültürünü iyi sentezlemeyen, lokallikten ulusallığa yükseltilmeyen kültürümüzün bazen eksik, bazen de yanlış gösteriminden dolayı istenmeyen sonuçlara sebep olduğu bunun için de uzmanlar denetiminde halka ve dünyaya sunulması çalışmaları yapılmalıdır. Bunun için de medyadan yeterince faydalanılmalı ve medya da örnek olmanın bilincinde ve sorumluluğunda olmalıdır.

FAYDALANILAN KAYNAKLAR:

- 1- Gazi Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, Cilt 1, Sayı 3, Temmuz 1996,
- 2- Gazi Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, Cilt 2, Sayı 2, Nisan 1997,
- 3- Türkiye'nin Meseleleri I Kültür Marifet Yayınları, İstanbul 1992.
- 4- İktisadi Kalkınmanın Kültür Temelleri, Yenilik Basımevi, İstanbul, 1994

ULUSLARARASI MEDYADA HALK KÜLTÜRÜNE GÖSTERİLEN İLGİNİN AZALMA NEDENLERİ

Gamze TÜFEKÇİ*

Halk Kültürüne dair tüm ürünlerin, iletişim araçlarının gelişimiyle birlikte ve bu gelişimin süratiyle doğru orantılı olarak, bazı ülkelerde hızla, bazılarında ise daha ağır bir seyir takip ederek azalmaya, bazen de yok olmaya yüz tutması folklorun en hazin yanıdır.

Türk Halk Kültürü'nün gerek gelişmiş ve gerekse az gelişmiş ülkelerin halk kültürlerine oranla şanslı olduğunu söylemek mümkündür.

Bunun nedenleri ise, geleneklere bağlılık ve geciken teknolojinin yanısıra, Balkanlar'dan Çin Seddi'ne uzanan ve yıllar süren Türk hakimiyeti ile en önemli neden olan bu hakimiyetin hep bağımsız kalmış olmasıdır. Yani Türk kültürü, Sovyetler zamanında Rusya'da yaşanan ve rejimin getirdiği "halkların ortak kültürü" gibi bir folklorik cinayeti yaşamamış veya tüm İngiliz sömürgelerinde görülen ve bağımsızlıklarını kazandıkları halde özümsemiği için vazgeçilemeyen başka kültürleri ve onların adetlerini uygulamak zorunda bırakılmamıştır.

Bu gün Malezya, Singapur ve Hong Kong gibi ülkelere gittiğinizde İngiltere'de olduğunuz, ancak etrafınızda İngilizler yerine Malaylar veya Çinliler dolaşıyor hissinde kapılırsınız. Çünkü gündelik hayat; polo sahaları, soldan trafik, beş çayları, hatta sokakta gayda çalanlar gibi Britanya kültürünün örnekleriyle doludur. Malay veya Çin kültürüne dair örnekler ancak geceleri gösteri yapılan turistik mekanlarda, gündüzleri de kumaşçılarla masaj salonlarında rastlamak mümkündür.

Rastlayacağınız bir diğer otantik ürün ise yemekler olup, İngiliz yemek kültürünün olmayışının bunda etken olduğu gerçeği unutulmamalıdır.

Avrupa'nın gelişmiş ülkeleri ile folklorik geçmişleri pek taze olan Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada'da ise halk kültürüne dair ürünler, ancak özel günlerde arşivlerden çıkarılarak gösteri mahiyetinde sunulmaktadır.

Bütün bu örnekleri halk içindeki yaşanılabilirlik ve ilgi açısından da ele aldığımızı belirtmekte yarar vardır. Aksi taktirde bu ülkelerde yapılan bilimsel çalışmaların değerini görmezden gelmiş oluruz. Avrupa ve Amerika'da folklorlara verilen değer bilimsel açıdan örnek teşkil edecek düzeyde olup, tanıştığımız birçok folklorcu ve

* I.T.Ü. T.M.D.Konservatuvarı Öğretim Görevlisi

etnomüzikoloğun Türk Halk Kültürü'nü bizler kadar iyi bildiklerine tanık olmuş ve verdikleri değerden daima gurur duymuşuzdur.

Ancak konumuz medya olduğundan ve son yıllarda tüm dünyada okunup izlenmeme kaygısı, bu kurumu yalnız halkın talepleri doğrultusunda yayın yapmaya zorladığından, halkı baz alma mecburiyeti gündeme gelmektedir.

Halk kültürüne ait ürünler, içinde barındırdığı tüm sosyolojik unsurlarla birlikte, gerek bir ulusun manevi dünyasını aksettirmesi ve gerekse bu ürünlerin yüzyılların birikiminden kaynaklanan çok özel kalitesi nedeniyle, ancak bir entellektüelin kavrayabileceği boyutta bir klasiktir.

Bunu biraz açarsak bu çok özel kalitenin nedenlerini daha iyi anlamamız mümkün olacaktır.

Yılların birikimi, bazı ürünlerin kalitesini arttıran en önemli unsurlardan biridir. Klasikleşen tüm maddi ve manevi ürünlerin uzun yıllar neticesinde kıymetinin arttığına dair örnekleri farklı konularda da görmek mümkündür. Örneğin tüm kıymetli içkiler yıllanmış olanlardır; tüm klasik müzik ürünleri bestecilerinin yaşarken göremediği itibara ileriki yıllarda sahip olmuşlardır. Aynı örneği edebiyat, plastik sanatlar ve resim i.in de vermek mümkündür.

Ancak Halk Kültürü'nün bunlara ek olarak, ait olduğu toplumun yaşayış biçimini, duygu ve düşüncelerini, tarihini, gelenek ve görenekleriyle inanç biçimlerini içeren ürünlerden oluşması ile anonim olmanın beraberinde getirdiği “bireye değil, topluma ait olma” üstünlüğü vardır. Bu kişisel değil, toplumsal bir klasiktir, dolayısıyla daha da değerlidir.

Netice itibarıyla bu ürünlerin, kesinlikle diğer klasik sanatlarla aynı kategoride yer almaları gerekir. Zaten dış basın ve medyayı incelediğimizde bunun böyle olduğunu görmekteyiz.

Örneğin ülkemizde dekoder sistemiyle yayın yapan “Digitürk” de yer alan “Mezzo” adlı Fransız kanal, tamamen kültür ve sanat içerikli olup; klasik müzik, opera, modern dans, bale, caz gibi ürünlerin yanısıra etnik dans ve müzik programlarına yer vermektedir. Yayın politikasını “popüler olmayan ciddi sanat ürünleri” olarak belirleyen bu kanalda halk kültürünün önemli birer parçası olan “halk müziği ve dansları” her gün en az bir programla da olsa yer almaktadır.

Günümüzde, tüm klasik sanatların gerek Türk ve gerekse dünya milletleri arasındaki ilgi oranlarının ise hemen hemen aynı düzeyde olduğu söylenebilir.

Müzik baz alınarak ülkemizdeki duruma bakıldığında bugün gelinen noktanın, tarih içinde yer alan olayların bir sonucu olduğu kanısına varılması mümkündür.

Cumhuriyet sonrası geliştirilen kültür politikaları neticesinde memleketimizin değerli sanatkarları, “Batı müzikçileri” ve “Türk müzikçiler” olarak ikiye ayrılmış, batı müziği mensupları, “Çağdaşlaşma” adına dev bir Halk ve Osmanlı kültürünü

hiçe sayarak küçük görme gafletine düşmüş, dünyada eşi benzeri görülmemiş bir skandal yaratarak bir millete kendi müziğini dinlemeyi yasaklayıp, yok etmeye çalışmıştır.

Türk müziği mensupları ise “Bize ait olmayan sanat eserlerinin milli kültür politikamıza ters düştüğü ve bu ürünlerin bizi yabancılaştırarak kendi değerlerimizden uzaklaştıracağı” gibi yanlış bir düşüncenin sonuçları doğrultusunda komik bir tezle, insanlığın yüz akı olan dünya klasiklerini reddetme yolunu seçmiştir.

Bu kadarla da kalmayıp Türk Müziği mensupları kendi aralarında “Sanat Müzikçileri” ve “Halk Müzikçiler” olarak ikiye ayrılmış, türlerin alt yapılarını oluşturan siyasi görüş biçimleri de istismar edilerek biri diğerini köylü müziği ve saray müziği olarak adlandırmış ve yeni bir kültürel kaos oluşturulmuştur.

Bütün bu kavgalar neticesinde Türk halkı, kendisinden beklenen ilgiyi ne halk kültürüne ne de batı sanatına göstermeyip de “Arabesk” olarak adlandırılan ve bizden olmadığı gibi kalitesi de tartışılan bir tuzağa düşmüş, ortaya çıkan kavram kargaşasıyla birlikte bu türün temsilcilerine “Halk Müziği Sanatçısı” unvanları, sırf Arabesk üslupla okudukları için farklı bir şekle bürünen 100 yıllık türküler sayesinde “yılın en iyi arabesk şarkıcısı” ödülleri dahi verilmeye başlanmıştır. /Kral TV Müzik Ödülleri – 1998, Cansever; En İyi Arabesk Şarkıcı – Cemalım Cemalım türküsüyle)

Günümüz Türk medyasında karşımıza çıkan manzara ise şudur:

Klasik Türk Müziği’ne ait örnekler, eski arşiv bantlarında kalmış, bu müziğin günümüzde ki temsilcileri ki, çoğu Konservatuarlarda bu yöne eğitim görenlerden oluşmaktadır, bu türün yegane yayıncısı olarak bildiğimiz TRT kurumunun “halkın arzuları doğrultusunda kabullendiği yayın politikası” neticesinde, halkın en çok izlediği medya malzemesi olan televizyon, Fantezi ve Arabesk müzik şarkıcılarından arta kalan zamanlarda ve “popüler şarkıları repertuarlarına almak” kaydıyla çıkabilmektedirler.

Bu kurumda yer alan halk müziği mensuplarının da şikayetleri aynı yönde olmakla birlikte Halk Müziği’nin belki de daha geniş bir perspektife sahip olması nedeniyle, yok olma tehlikesinin daha az olduğunu söylemek mümkün olacaktır.

Memleketimizde opera, bale, klasik müzik ve caz dinleyenlerin sayısının az olması ise tüm dünya için geçerli olan nedenlerle aynıdır. Dünyadaki aydın bakışında görülen değişim ve günümüz insanının gittikçe zorlaşan hayat şartlarının yarattığı tek düze ve sıkıcı yaşam biçimi nedeniyle düşünmeyi gerektiren her şeyden süratle uzaklaşmak istemesi.

Dünya genelinde ise, tüm bu sanat ürünleri ve başlangıçta da belirttiğimiz gibi bu türe dahil edebileceğimiz halk kültürüne dair ürünler entelektüel kesimin ilgi alanındadır. Memleketimizde sanıldığı aksine klasikler dünyada da hak ettiği ilgiyi görmemekte, Thames Nehri kıyısında balık tutan İngiliz, Shakespeare’i bir

Türk aydını kadar yakından tanımamaktadır. Bugün Avrupa ve Amerika'da da bu kültür yalnız aydın kesim tarafından izlenmektedir.

Operayı ele alırsak, 1970'lerin sonunda ABD başta olmak üzere tüm dünyada "saçma ve masraflı, dolayısıyla gereksiz bir sanat" olduğuna dair bir söylem furyası neticesinde, ünlü N.Y. Metropolitan Operası iflasın eşiğine gelmiş, ünlü bir operasever olarak bilinen film yönetmeni Franco Zeffirelli, film yıldızı Danny Kaye ve devrin N.Y. Belediye Başkanı gibi şahısların çok özel çabalarıyla güçlüklerle kurtarılmıştır. (Buradaki tek istisnayı İtalya teşkil etmekte olup, bu kültürün bu ülkede, entelektüel kesimin dışına taşıp adeta halk kültürünün bir ürünü haline büründüğü söylenebilir.)

Daha sonraki yıllarda Placido Domingo, Luciano Pavarotti ve Jose Carreras gibi üç ünlü tenor, Dünya Futbol Şampiyonası gibi halka hitap eden özel organizasyonlar vesile edilerek bir araya getirilmiş, medyatik ve popüler bir ortam yaratılıp, sevilen aryalardan oluşan repertuarlar hazırlanarak operaya olan ilgi arttırılmaya çalışılmış ve başarılı da olunmuştur.

Tekrar başa dönersek, ilk başta gerçek halk müziği ile operanın ortaklığı garip görünse de aslında aynı kesime hitap ettiklerine dair çok ciddi kanıtlar sunulabilir. İddiamız şudur ki; her ikisi de hakiki aydının fark edebileceği ortak özelliklere sahip ürünlerdir.

Aydın, beğenisini kaliteyle oranlayabilen, düşünmeyi ve izlerken biraz da yorulmayı tercih eden kişidir. O, içi dolu, alt yapısı olan ve içinde zerafet ve hassasiyet taşıyan eserlerle ilgilecektir. Halk kültürünün değeriyle, bir ulusun yadigarı olmaktan öte kalitesini fark ederken, klasik dünya sanatının keyfini çıkartabilen gerçek sanatseverdir.

Bu grup içinde tanıdığım birçok kişinin Muharrem Ertaş'la Placido Domingo'yu aynı heyecanla dinlediğine şahit olmuşumdur. Tanıdığım bir işadamı ki, öğrenimini ve hayatının büyük bir kısmını Almanya'da geçirmiştir, en büyük zevkinin otantik aşık müziği ve senfonik müzik olduğunu, Türkiye'ye döndüğünde çevresinin, dinlediği otantik müzikle alay edip, Beethoven senfonilerini de sıkıcı buldukları için özel bir oda yaptırap her iki türü de yalnız başına dinlediğini anlatmıştı.

Burada memleketimize özgü, gelişmiş ülkelerde rastlandığını düşünmediğimiz, bambaşka bir sosyolojik gerçekle karşılaşmaktayız.

Türkiye'de zamanla içinde bulunulan topluluğun yaşam biçimi haline getirdiği mecburiyetler olmuştur. Örneğin piyano veya gitar çalmak daima bağlama veya tambur çalmaktan, bale yapmak halk oyunları oynamaktan daha elit bir seçenektir.

Eğer çağdaşsanız bunları yaparsınız. İyice incelendiğinde çocuklarına piyano çaldıran ailelerin çoğunun, aslında hiç klasik müzik konserine gitmemiş olduklarını görmemiz mümkündür. Aynı zamanda onlar bağlama çalmayı ikinci sınıf gördükleri halde TV'lerde Arabesk şarkıcıların özel hayatlarını takip etmekte hiçbir sa-

kınca görmeyenlerdir.

Bu tuhaf katastrofi arasında bir ikinci grup görürüz ki, klasik müzik veya bale severleri snobizmle suçlayıp alay dahi edebilirler. Dünyaca kabul görmüş ciddi sanatlarla ilgilenip alaya maruz kalmak ise şaşırtıcı olup insana nedenlerinin tıbbi perspektiften incelenmesini gerektirir bir hadise olduğunu düşündürür.

Üçüncü grup ise demin sözü edilen gerçek aydınlardır ki, bu grubu oluşturanların sosyo ekonomik ve psikolojik durumlarına bakıldığında, hemen tamamının kimlik problemi olmayan, mesleki tatmine ulaşmış, kişilikleri açısından hassas ve nazik, insana ve dolayısıyla tüm uluslara saygılı bireyler oldukları görülecektir.

Günümüzde medya, dünyanın her yerinde farklı oranlarda olmakla birlikte, halkın tercihleri doğrultusunda yayın yapmayı yeğleyen, sanatsal ve kültürel olaylara dahi, mümkün olduğunca popüler bir bakış açısıyla yaklaşmayı doğru bulan bir görüntü arz etmektedir. Yayını satış kaygısı, gerek yazılı ve gerekse görsel basın için en önemli unsurdur. Şüphesiz entelektüel boyutta yayın yapan medya kuruluşları yok değildir. Ancak satış ve izlenme oranlarına bakıldığında bunların diğer yayın organlarıyla aynı durumda olmayıp, çok daha dar bir kitleye hitap ettikleri görülecektir. Bu nedenle medyanın ilgi grafiğini halkın talepleriyle doğru orantılı olarak addetmek mümkündür.

Dünya genelinde halkın ortak ilgi alanları ve bunların nedenlerine bakıldığında daha net bir sonuç elde etmemiz mümkün olacaktır.

Günümüz insanının, başta hayat şartlarının doğurduğu ekonomik sıkıntılar olmak üzere birçok başka nedenlerle, özellikle renkli ve varlıklı hayatlara öykünmesi, yalnız halk kültürüne değil, tüm kültür ürünlerine sekte vurarak magazin dünyasının öne çıkmasına neden olmuştur.

Bugün Türk medyasınca tercih edilen magazin kültürü, dünyanın en saygın medya kuruluşlarına sahip olduğu bilinen İngiltere’de dahi kabul görmekte, geleceğine bağlılıklarıyla tanınan İngiliz halkı, kraliyet skandallarını herhangi bir kültürel bahisten daha çok merak etmektedirler.

ABD’de Prens Charles ve Lady Diana hadisesi siyasi haberlerin öncelikli olduğu CNN International kanalında, Irak-ABD gerginliğinden daha geniş bir yer tutmuş, Lady Diana’nın kaza sonucu ölümünden sonra aylarca bu konuda yapılan açık oturumlarla kimin haklı olduğu, ölümün kaza mı yoksa cinayet mi olduğu, Prens Charles’ın Camilla Bowles ile evlenip evlenmeyeceği tartışılmış, kraliyet muhabirleriyle özel görüşmeler yapılmıştır. (Bu perspektiften bakıldığında, ülkemizdeki medyatik kişilerin özel hayatlarıyla ilgili açık oturumlar henüz düzenlenmediği için mutlu olmamız gerekir diye düşünüyorum.)

28 Ekim 2002 tarihli, dünya basınının önde gelen gazeteleri olan “The Sunday Times, International Herald Tribune, USA Today gazetelerinin halk kültürüne ayırdığı oranı incelediğimizde; 18 sayfadan müteşekkil “International Herald Tri-

bune” gazetesinin Dünyadan Haberler, teknoloji, iş dünyası, özel yorumlar, 4 sayfalık spor yanısıra brıç ve bulmaca içerikli baskısının bir sanat sayfasının dahi olmadığını görüyoruz. Yalnız, dünyadan haberlerin verildiği 3. sayfada Irak’ta 15 Ekim 2002’de yapılan referandum kastedilerek “Saddam’s Kindness:arisky thactic”, “Saddam’ın nezaketi:riskli bir taktik” başlıklı haberin yanında, otantik bir ekibin sahne gösterisinden çekilmiş bir resim, altında “Bağdat’ta Pazar günü başkanlık portresi altında yurtsever çizgide dans eden bir topluluk” yazısıyla verilmiş olup, anlaşılacağı gibi sadece siyasi bir haberi renklendirmek amacıyla sunulmuştu.

Aynı tarihe ait USA Today gazetesi, 10 sayfalık haber bölümünde Amerika ve Dünyadan Haberler, Teknoloji ve İş Dünyası’nın yanısıra bir sayfanın tamamını havaş durumuna ayırmış, gazeteyle birlikte satılan 10 sayfalık spor ekinin 8. sayfasında, pop şarkıcısı Britney Spears’in aşk hayatından bahsedilmiş ancak kültür ve sanata dair en küçük bir habere rastlanmamıştır.

Bir de bunların tümünden farklı olarak, Dünya Haberleri, Spor, Kültür, Haber Yorum, Para, İş Dünyası, Seyahat, Çizgi Romanlar, İş Arayanlar ve Ev konularını içeren 10 ayrı gazetenin bir arada satıldığı “The Sunday Times” gazetesi var ki, 87 sayfalık Özel Kültür eki nedeniyle konumuzu en çok ilgilendiren günlük gazetenin bu olması gerektiğini düşünüyorum.

Gazetenin kültür ekinin ilk iki sayfası Oskar’lı film yıldızı Gwyneth Paltrow!a ayrılmış 3. ve 4. sayfalar ki sanat başlığıyla verilmiş, İngiliz ressam Gainsborough’un hayat hikayesi ile ilgili. Sonraki sayfalarda sırasıyla haftanın filmleri yer alıyor. Pop başlıklı sayfada David Gray konuk oluyor. Radyo ve TV haberlerinin ardından tiyatro gündeme gelerek o hafta İngiltere’de oynanan oyunların konularının anlatıldığı iki sayfalık bir bölüm, peşi sıra dans başlığıyla gösterimde olan dans gruplarının kritiği veriliyor. 18 ve 19. sayfalarda klasik, pop ve caz dallarında yeni çıkan CD’ler tanıtılıyor. Tek sayfalık Opera bahsinin yarısı Opera North’un sergilediği Der Rosenkavalier’e ayrılırken öbür yarısında Kraliyet Operası’nın gösterimde olan La Cenerantola afişine ve bilet fiyatlarına yer veriliyor. Ardından sırayla haftanın sanat panoraması, DVD ve Videolar, 7 sayfalık film, pop konseri, bale ve opera ilanları (öyle çok ve çeşitliler ki hemen orada olmak istiyorsanız) 16 sayfa yer tutan kitap bölümü, 6 sayfalık internet haberleri, kritikleriyle birlikte 29 sayfa yer tutan TV Guide ve son sayfadaki sinema ve tiyatro rehberi ile gazete son buluyor.

Görüldüğü gibi İngiltere’nin en çok okunan ve 87 sayfalık özel bir kültür eki bulunan gazetesinde dahi halk kültürüne ait ne bir makale ne de bir haber bulmak mümkün olmuyor.

Neticede sayın katılımcılar, bizler memleketimiz medyası açısından fazlaca endişeliyiz. Aslında dünya adına üzölmek daha doğru bir tercih olacaktır. Halk kültürü bir çok memlekette yok olduğundan, olaya “Yaşamayan hiçbir şey, yaşayan kadar ilgi görmez” prensibiyle bakıldığında daha sakin bir bakış açısıyla yaklaşmanın uygun olacağı kanaatini taşımaktaydı. Bugün geleneklerini devam ettiren Ja-

ponya’da (ki Tokyo şehrinde her gece üç ayrı senfonik konser bulabilirsiniz), halk kültürünün eğitim ve öğretimine dair bir konservatuarın olmayıp, bunun tek örneğine sahip olmakla övünmek bizim hakkımızdır diye düşünüyorum.

Memleketimizde yapılması gereken tek şey konservatuarların kuruluş amaçlarının tekrar gözden geçirilerek bu kurumları sağlıklı yaşatmanın yollarını bulabilmek, halk kültürü gibi “ne kadar eskiyse o kadar değerli” olarak tanımlayabileceğimiz bir emaneti “çağdaşlaşma” gibi sınırları yıllardır belirlenemeyen bir kavrama kurban etmemek olacaktır.

Aynı konservatuarlar akademik kimlikleriyle TRT gibi kurumları, hiç değilse televizyonun bir kanalını, gerçekten sanat yayını yapar hale getirmeleri için uyarabilirdi, hatta yol gösterebilirdi.

Ben kendi adıma, halk kültürü mensuplarının gerçek görevlerinin bu olduğuna inanıyor, türkülerimin arabesk şarkıcılarına ödül kazandırdığı, halk oyunlarının karakteristiğini kaybederek itibar gördüğü bir memlekette bu işi yapmaktan mutlu olamıyor, aynı zamanda dünyadan da haberdar olunması gerektiğine dikkat çekmek istiyorum. Çünkü ülkemiz halk kültürünün, “dünyayı takip etmediği için, batının 100 sene önce bulup çoktan aştığı şeyleri yeniden keşfettiğini sanan heveskarlara” kurban edildiğini düşünüyorum.

Hepinize teşekkür ediyor, saygılarımı arz ederim.

BATI ÜLKELERİNDE HALK KÜLTÜRÜ VE MEDYA İLİŞKİSİ VE BİR ÖRNEK: KANADA DRUMMONDVILLE FESTİVALİ

Sabahattin TÜRKÖGLÜ

Bu konuda genel bir gözlemimi dile getirmek istiyorum; Dünyanın neresinde olursa olsun Halk Kültürü'nün sergilendiği etkinliklerde, medyanın olaya yaklaşımı, halkın ilgisiyle genellikle paralel yürümektedir. Bu sonucun ortaya çıkmasında elbette başka faktörler de vardır. Bu faktörlerin başında ülke insanların çağdaş yaşam konusunda ileri bir seviyede olması ve halk kültürü ürünlerinin, kişilerin bakış açıları itibariyle bulunduğu nostaljik noktanın rolü gelir. Bir kişinin çocukluğunda oynadığı bir oyun veya işittiği bir türkü sergilenirken gösterdiği reaksiyon ile bu süreci hiç yaşamamış daha genç birinin reaksiyonu elbette farklı olmaktadır. Buna göre birinci guruba giren insanlar, yani gençliğinde ve çocukluğunda gerçek folklorik ortamı yaşamış kişiler, tekrar aynı duyguları yaşarken, bunun daha çok kendilerine zevk veren yönünü düşünürken, ikinci guruptakiler yani o süreci yaşamamış olanlar ilgi duyuyorlarsa bu türden değerlerin kaybolup gitmemesi ve korunması gerektiği konusunda daha çok gayret sarf etmektedirler.

Bu ölçüler Doğu Ülkeleriyle, Batı Ülkeleri arasında farklılık göstermektedir. Toplumun ilgisi genellikle medyanın ilgisini beraberinde getirdiğinden ülkeler bazında tradisyonlara çok bağlı olan veya tradisyonlarıyla güncel yaşamlarını iç içe yaşayan Doğu ve Uzak Doğu toplumlarında Medya ilgisinin daha fazla olduğu gözlenmektedir.

Bununla beraber yaptığımız incelemelerde Batı Ülkeleri'nin bazılarında da medya ilgisinin yoğun ve etkili olduğu görülmüştür. Bu ülkelerin neden diğerlerinden farklı olduğu konusunda şu gözlemlerimi dile getirmek istiyorum. Buna göre; şayet söz konusu ülke,

- 1- Hayvancılık ve tarımla ilgili olarak çoğunluğu köylü olan bir nüfusa sahip ise;
- 2- Çağdaş kalkınmada, diğer ülkelere göre geri kalmış, diğer ifadeyle sanayileşmede hala eski geleneksel modelleri uyguluyorsa;
- 3- Din faktörü yoğun bir geleneksel yaşam içindeyse;
- 4- Ülke insanları kısmen veya tümüyle başka bir yerden göç ederek gelmişse durum farklı olabilmektedir.

Bu örneklere başka bazıları eklenebilir.

Ülkeler yukarıdaki özellikleri taşıyorsa elbette Medyanın ilgisi toplumun ilgisiyle aynı paralelde yürümektedir.

Başka bölgelerden veya ülkelerden göç ederek gelmiş toplumlar hangi çağdaşlık seviyesinde olurlarsa olsunlar özellikle geldikleri bölge veya ülkenin halk kültürü değerlerine diğer uluslara göre daha fazla değer vermektedirler. Kaldı ki bu Uluslar yıllar hatta yüzyıllar öncesi getirdikleri folklorik değerleri belki öz yurtlarındaki seviyeden daha çok koruma altında tutmaktadırlar. Bu durum doğal olarak TV ve basın yayın organlarına da aynı paralelde yansıtılmaktadır.

Bu ülkelerden biri Kanada'dır. Şahsen katıldığım onlarca folklorik aktivite içerisinde Kanada'da özellikle Drummondville'deki kadar bilinçli ve medya ilgisinin çok olduğu başka bir festival görmedim.

Her şeyden önce yukarıda sözünü ettiğim "halkın ilgisi" nin burada da bir ölçüt olduğunu gözlemledim. Çok büyük bir katılım vardı. Günlerce devam eden bu folklorik festivalde, bazı günler çeşitli aktiviteleri izlemek için gelenlerin sayısının kırk bini aştığını, organize edenler övünerek anlatıyorlardı. Böyle oluca devletin katkısı ve ilgisi de farklı oluyordu. Açılış Kültür Bakanı yaptı ve aynı akşam kendi adına resepsiyon verdi. Aslında Bakan seviyesinde yapılan bu tür etkinliklere medya'nın ilgisinin yoğun olması elbette doğaldır. Fakat Drummondville'de medya, her yerdedi.

Her şeyden önce şunu belirtmeliyim ki festivalde sadece halk dansları teması işlenmiyordu; sahne sanatı haline dönüştürülen tüm gelenek, görenekler, halk tiyatrosu, kukla vb. gibi daha önceden her ülkeden alınan bilgilerle sunulan çeşitli efsane ve inançlar sergileniyordu. Festival kasabasının başka bir alanında el sanatları uygulama ve satışları, halk yemekleri yapımı ve satışı yapıyordu. Bunlar günlerce devam etti.

On binlerce insanın her gün dolup taşıdığı, bu gerçekten çok renkli organizasyon ve sunumlar elbette medya için bulunmaz kaynak oluşturuyordu. Bu sözün üzerinde durmak istiyorum. Etkinlik medya için, özellikle kültürel program hazırlayan TV kanalları ve dergiler için kaynak değeri taşıyorsa ilgi de o derece artmaktadır.

Kaldı ki söz konusu ettiğimiz bu festivalde TV ve Radyo kanalları birbirleriyle yarışırca aynı anda farklı mekanlarda düzenlenen gösterileri sürekli kaydediyorlardı. Bunca yıldır süregelen bu festivallerin sonucunda eminim ki ellerinde muhteşem bir arşiv oluşmuştur.

Yaşlılar, Huzur evleri sakinleri için büyük bir salonda sürekli ve değişken gösteriler programın ilk on dakikasında gösterisi yapılan ülke veya bölge folkloru hakkında gazeteciler ve TV kanallarının sorularına cevaplar veriliyordu.

Kafe benzeri bir başka mekanda ise daha çok gençlere dönük bir uygulama yapılıyor. Programdaki ülkenin dansları sunulduktan sonra, isteyen gençler veya ye-

tişkinlere o ülkenin veya yörenin dansları öğretiliyor ve bu uygulama TV tarafından kaydediliyordu.

Aynı durumlar gastronomik gösterilerde ve el sanatları üretiminde görülebiliyordu.

Şahsen yaklaşık beş ayrı noktada Türk folklorunun çeşitli dalları hakkında bilgi vermek üzere bir nevi mini konferans için sahneye çıktım. Bunlardan biri Türkiye’de evlenme gelenekleri bir diğeri ise halk kıyafetleri konusunda idi. Medya’nın ve halkın en çok ilgisini çeken ise Türkiye’deki Hıdrellez olayı ve efsanesinin sahnede canlandırılmasıydı. Dev mankenlerle Hızır ve İlyas tiplerini sunularak yaklaşık yarım saat seyircilere bu efsane’nin kökeni ve Hıdrellez uygulamaları hakkında bilgi sunuldu. Medyanın ilgisi korkunçtu.

TÜRK MEDYASININ HALK İNANIŞLARINA BAKIŞI

Mustafa Ünal*

Bu bildiri de ülkemizde var olan bir takım inanış ve uygulamalara karşı Türk yazılı, sözlü ve görsel yayın kurumlarının bakışını ortaya koyup, bunu, dinleri kendine has bir yöntemle ele alan ve din bilimlerinde ayrı bir yere sahip olan Dinler Tarihi disiplinine göre değerlendirmeye çalışacağız.

Tebliğ konumuza girmeden önce, “halk inancı” kavramı üzerine kısa bir açıklama yapmamız gerekmektedir:

Evrensel dinlerden her hangi birini kabul etmiş olan milletlerde, kabul edilen dinin bildirdiklerinden başka bir takım inanç ve uygulamalar bulunur ki, biz bunlara Halk inançları diyoruz. Halk inançları her ortamda yaşarlar, şekil değiştirirler, ama anlamını yitirmeden yeni adlar altında, kabul edilmiş olan *Resmî* (ya da *Kitabî*) dinler içinde varlıklarını sürdürürler. Halk inançlarına sistematik olarak *Halk Dini* adını verebiliriz, çünkü söz konusu topluluk, kabul etmiş olduğu evrensel dini, kendi anlayış ve yorumlama yeteneği ile yeniden şekillendirip kendi kültürel dünyası ile yaşamaktadır. Bununla birlikte, evrensel dinlerden birini kabul etmiş bütün ülkelerde Halk Dini deyimi, kurumsallığını ispat etmiş olan Evrensel dinin etkinliğine alternatif olması kaygısı ve de toplumsal düzenin korunması düşüncesinden dolayı, popüler anlamda kullanılmamaktadır. Biz burada dinsel anlam içeren motif ve figürlerle ilgili olarak Halk inançları ve Halk dini kavramlarını kullanacağız.

Ülkemizde ve bütün dünyada tartışılırken Halk dini ile ilgili olmasından ötürü, *Resmî* (ya da *Kitabî*) din kavramını da Dinler Tarihi bakış açısına göre kısaca açıklamamız yerinde olacaktır:

Resmî/Kitabî Din, kurucuları ya da peygamberlerinin kutsal kitapta belirledikleri, daha sonra da şartlara göre reformcular tarafından ortaya konulan hüküm derecesindeki emir ve yasakların kurumsallaşmış formların tümüne denir. Bu tanıma göre, Yahudiliğin almış olduğu son şekil, Hıristiyanlığın Pavlos tarafından belirlendiği şekli ve daha sonraları konsiller sonucunda aldığı şekil, Buddizmin Budda Sakyamuni tarafından belirlendiği ve sonra da konsillerde aldığı şekil, *Resmî/Kitabî* Din olarak değerlendirilir.

İslamî anlayışa göre “*Resmî İslam*”, Müslümanlarca kesin doğru olarak inanılan vahye ve Hz. Peygamberin sünnetine uygun düşen inanç ve uygulamalardır. Ancak, bu iki temel kaynak içinde, hakkında hüküm bulunmayan konuların, “ule-

* Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Öğretim Üyesi.

ma” ya da “müctehid” tarafından tartışıldıktan sonra “şer’idir” fetvası verilen inanç ve uygulamalar (*icma*) da “resmî” sıfatı ile değerlendirilebilir. Bu noktada, *Hulefa-i raşidin* döneminden sonra İslam devletlerinde ortaya çıkan farklı görüş ve uygulamaları “Şer’î”, “İslamî” ve “Dini” gibi mühürlerle resmîleştiren halifelerin uygulamaları, daha fazla siyasî, askerî ve otorite özelliği taşımasından dolayı, biz bu tür konuları göz ardı edeceğimizi belirtmemizde yarar görüyoruz (ilgili örnekler, doğudan batıya bütün İslam imparatorluklarında bol bol görülür). Bütün bunlara karşılık, Kur’an ve hadislerde bahsedilmeyen ve ulema tarafından hakkında “şer’idir” hükmü verilmeyen inanç ve uygulamalar “cahilî” olarak kabul edilmektedir.

Bu tanımlamalardan sonra şimdi de Halk Dini ile Resmi dinin etkileşimine yol açan durumlara temas edelim:

Evrensel dinler, ortaya çıktığı coğrafya ve topluluk dışına çıkma yeteneğindeki dinler olup, başka ırktan insanların söz konusu sisteme geçmesine izin verirler, yani, proselitisttirler. Bu bağlamda, başka dinsel ve kültürel sistemlerden “evrensel” dinlere geçme sürecine girmiş toplulukların “geleneksel” kültürel unsurlarından bir kısmını da kendi bünyesine kabul etme karakterini taşırlar.

Genel anlamda halk dini, temel çerçevesini Kitabî din ile oluşturarak sınırlarını ulusun veya kültürel bölgenin kökleşmiş olduğu, halkın uzun tarihî süreci içerisinde meydana getirdiği dinî ortamına kadar dayanan inanç ve uygulamalardır. Resmî din ise, bütün emir ve yasakların tanrı veya tanrılara ya da din kurucularına dayandığı kurallardır.¹

Halk inanışları, tespit edildikleri toplulukların ilksel kültür özelliklerini taşırlar. Bunların evrensel dinlerdeki gibi sistemli olarak yayılma amacı olmadığından ötürü, çok büyük bir reforma uğramadıkları sürece, bir bütün olarak kendi çevresinin dışına çıkmazlar. Ancak bu, “geleneksel” unsurların başka din “ortamı”na girmeyeceği anlamına gelmez.

Halk dininin kaynakları, kesin olarak belli değil iken, Resmî/Kitabî dinin kurucusu-peygamberi, kutsal kitap gibi kaynakları vardır.

Bu bağlamda, içine kelam, fıkıh ve hadis konularının girdiği *resmî dinin* ilahiyat formunun dışında, insanların din adına inandığı, düşündüğü, söylediği ve yaptığı şeylerin tümüne biz *halk inancı* diyoruz.

Ülkemizde halk dini, hem günlük ibadetlerini düzenli olarak yerine getiren, hem de düzensiz ya da pek nadir yapan, ama kendini “Müslüman” olarak tanımlayan insanların inanç ve uygulamalarını ihtiva etmektedir. Burada, insanların günlük hayatında sergiledikleri inanç ve uygulamaların, iman edilen dinin resmî öğretilerine uysa da uymasa da, genel Dinler Tarihi araştırma yöntemlerine göre, “dinî” olarak nitelendirildiğini belirtmemizde yarar vardır.² Çünkü Dinler tarihçileri

¹ P. H. Vriehof, *Official and Popular Religion, Analysis of Theme for Religious Studies*, New York, 1979, s.1.

² U. Bianchi, *History of Religions*, Leiden, 1975, s. 5-9.

için “halk dini” deyimi, aşağılayıcı, küçük düşürücü bir deyim olmayıp, tasvir edici bir adlandırmadır, yani, Dinler Tarihinde resmî din nasıl tasvir ediliyorsa, halk dini de aynı yöntem üzere tasvir edilir, hakkında “doğrudur”, “yanlıştır”, “haktır”, “batıldır” gibi hükümlerde bulunulmaz ve içindeki inanç ve pratikler “dini” olarak nitelendirilir.³

Bu kısa girişten sonra, şimdi de tebliğ konumuzla ilgili olarak, Türk Halk İnanıcı hakkında kısaca söz edelim.

Türk Halk İnanıcı ve Türk Medyası

Budizm, Zerdüştlük, Nasturî Hıristiyanlık, Yahudilik, Manilik ve İslam gibi evrensel veya bölgesel dinleri kabul etmiş olmakla birlikte bazılarının kendi geleneksel dinlerinde devam etmiş olan Türkler, uzun bir deneme döneminden sonra, “koruyucu” gücünü fırsat bilerek, İslamiyeti kabul edince, Kuran’ın kesinlikle inanılması ve yapılmasını emrettiği farzları, istenildiği şekilde yerine getirmeye gayret göstermişlerdir. Ancak bunun yanında, diğer uygulamaları, özüne bağlı kalarak farklı bir biçimde yorumlamışlardır.⁴ Yani, hakkında kesin hükmün bulunmadığı ya da esnekliğin veya ruhsatın bulunduğu konuları, kendi anlayış ve yorumlarına göre uygulayıp kendilerine özgü bir “İslam” oluşturmuşlardır. İşte bu noktada Türk halk dininin başladığını söyleyebiliriz.

Günümüze kadar ulaşan Türk Halk inançları zaman zaman Türk medyasında gündeme getirilip etkili bir biçimde tartışmalara neden olmaktadır. Bu tartışmaların “olumlu” mu, yoksa “olumsuz” mu etki bıraktığı biçimindeki bir soruya bir dinler tarihçisi bakış açısından verebileceğimiz cevap, elbette ki “olumsuz” etki bıraktığı şeklinde olacaktır. Çünkü, yukarıda da işaret ettiğimiz üzere, İslam dini de “evrensel” din özelliğinde olup, kendisine ihtida eden toplulukların, “geleneksel” elemanlarını hazmetme durumundadır.

Şimdi de günümüz Türk basın yayın organlarında tartışılan konuları tasnif edecek olursak, bunlar başlıca şu şekilde olduğu görülür:

1-Giriş/Geçiş Törenleri (Erkek çocukların sünnet edilmesi ve sünnet düğünü, evlilik törenleri): Bu konular Türk medyasında sadece haber formatında olup diyanet yetkililerinin açıklamaları suretinde yer almaktadır. Diyanet’in açıklamaları da bu rit ve ritüellerin yapılması gerektiği ama israf derecesinde kutlama yapılması şeklindedir.

2- Tabiatla ilgili Törenler (yaygın olmamakla birlikte tarımla uğraşan kesimler tarafından kutlanan hasat ve bağ bozumu şenlikleri, hayvanların döllenmeye baş-

³ Bianchi, s. 180-181.

⁴ Ünver Günay, Harun Güngör, *Başlangıçtan Günümüze Türklerin Dini Tarihi*, Ankara, 1997, s. 169-218.

lamasını simgeleyen Saya Şenlikleri, Hıdrellez ve Nevruz gibi bahar şenlikleri). Son yıllara kadar bu konularla ilgili pek fazla yayın yapılmazken, özellikle Nevruz şölenlerinin devletin yarı resmî kutlamalar programına almasından sonra haber nitelikli olarak Türk medyasında sıkça yer almaya başlamıştır. Daha önceleri Diyanet yetkililerinin Nevruz hakkındaki açıklamaları “Bunun İslam ile ilgisi yoktur” şeklinde haber edilirken, Güney Doğudaki malum olaylardan sonra, devletin yönlendirmesi ile Diyanet yetkilileri de Nevruz’un “insanları birleştirici, kaynaştırıcı bir sevinç günü olduğu” şeklinde açıklamalar yapmaya başlamış ve bu da Türk medyasında böylece haber edilmeye başlamıştır.

3- Resmî din formlarında olmayıp dinî törenlerde görülen muayyen uygulamalar (mevlit ve ilahî okumak, zikir çekmek). Zaman zaman değişik olaylar sonucunda gündeme gelen bu konular, Diyanet ve İlahiyatçılar tarafından fazla aşırıya kaçmadan yapılması “bid’atı hasene” cinsinden işler olarak tavsiye edilmiş; ancak çok marjinal tiplerin mevlit ve ilahî okumaların Kur’an ve hadislerde bulunmadığından dolayı yapılmaması gereken “bid’at” şeklindeki açıklamalar zaman zaman, özellikle de Yaşar Nuri Öztürk tarafından gündeme getirilmektedir. Dinci gazetelerde bu konular aynı paralelde, yani bir kısmı yapılması güzel, bir kısmı da yapılmaması yönünde yayınlar yapmaktadırlar.

4- Tarikat ve Şeyhlik Geleneği. Bu konu da çok fazla eleştirilerek medyada söz konusu edilmektedir.

5- Ramazan Orucu ve Teravih Namazı. Son yıllara kadar üzerinde tartışma yapılmayan bu fenomen hakkında bir takım tartışmalar yapılmaya başlamış ve medya da bunlara yer vermiştir, vermektedir. Orucun farzı konusunda fikhî hususlar hariç olmak üzere pek fazla tartışma yapılmamaktadır, ama Ramazan ayı boyunca kılınan Teravih namazının kaç rekat kılınacağı şeklinde rekat sayısı hakkında özellikle de Yaşar Nuri Öztürk tarafından gazete ve televizyonlarda sansasyonel tartışmalar yapılmaktadır. Muhafazakar nitelikli gazete ve televizyonlar bu konuya Diyanet’in günümüze kadar gelenekselleşmiş hükmü ve uygulaması doğrultusunda temas etmektedirler.

6- Namaz. Bu konuda Diyanet’in Kur’an ve Hadisler doğrultusunda uygulana gelen yerleşmiş hükmü geçerli olmakla birlikte, Namazların sayısı ve sünnet kısımlarının farklı olduğu biçiminde Yaşar Nuri Öztürk gibi ekzantrik ilahiyatçılar açıklamalarda bulunmaktadır.

7- Muska ve Büyü. Bu konudaki halk içinde var olan inanç ve uygulamalar hakkında Diyanet ve medya aynı tavrı sergilemekle birlikte, medyanın değişik kanadı olaylarla ilgili programlarında daha sansasyonel tavrı sergilemektedirler. Ancak bunu yaparlarken de bazen çelişkili bilgi vermektedirler. Örneğin, önceden Show TV, şimdi de Star TV’de Ana Haber ve Ateş Hattı programlarında Reha Muhtar, tespit ettikleri bu türden olayları sansasyonel bir tarzda sunup eleştirmektedir. Örnek olay şöyle: Ankara Kızılay’da muska yazarak, büyü hazırlayarak ve medyumluk yaparak gelir sağlayan bir imam gizli kamerayla iş yerinde görüntülenmiş ve gö-

rüntülerle birlikte Reha Muhtar “yazıklar olsun sizin gibi meczuplara! Sizin gibiler yüce dinimizi lekelemektesiniz. ... Sayın izleyiciler, Yüce dinimiz büyüü ve büyü-cüleri lanetlemiştir.” gibi sözlerle haklı olarak halkı uyarır iken, başka bir zaman yine büyücülük yapan başka birisini tespit etmişler. Bu kimse, öncekinden farklı olarak dinî kimlikli bir şahıs değil. Bu sefer Reha Muhtar, bu kimse için “sevgili izleyiciler! Böyle şarlatanlara prim vermeyin. Adam hem Kur’an okumasını bilmiyor hem de büyü yapıyor!...” gibi sözler sarf etmiştir. ... Sanki Kur’an okumasını ve Arapça bilen herkes büyü yapıyor!! Reha Muhtar’ın programlarında uzman olarak davet ettiği Bekir Hazar da aynı tutumu sergilemektedir.

8- Kurban Bayramı. Son yıllarda üzerinde en fazla tartışılan bir konudur Kurban fenomeni. Bu konuda Medya ikiye ayrılmaktadır. Star, Sabah ve Doğan grubu yayın organları Kurban olgusunu gelenekselleşmiş yapısından farklı olarak tartışma konusu yaparken, sağ ve dinî tandanslı yayın organları geleneksel İslamî uygulamayı savunmaktadırlar.

9- Ölüm ile ilgili İnanç ve Uygulamalar, mezar ziyaretleri, cenaze törenleri. Türk medyasında belki de en fazla tartışılan inanç konularının başında gelmektedir. Bu konuda resmi öğretinin temsilcisi olan Diyanet’in tavrı Hadislerde anlatılan cenaze törenlerinin (cesedin yıkanması, kefenlenmesi, cenaze namazı kılınması ve cesedin defnedilmesi) tavsiye edilmesi şeklinde olup bu konuda hemen hemen bütün medya hem fikirdir. Buna karşılık tartışılan konular, bu uygulamalara halkın eklemiş olduğu bir takım geleneksel inanç ve uygulamalardır. Bunlar ise, nekromantik inanç ve uygulamalar, Dini bayram ve diğer günlerde ölü yakınlarının mezara gidip, Kur’an’dan bölümler okumaları, mezarı sulamaları, mezarı öpmeleri, değişik yerlerdeki malum türbelere bahtın açılması, işinde eğitiminde başarılı olma, çocuk sahibi olma, hastalıklardan kurtulma gibi değişik dileklerin yerine gelmesi amaçlarıyla ziyaret edilmesi ve bu ziyaret esnasında kurban kesilmesi, dualar okunması, türbe veya çevresine çaput bağlanması, oralardan bir takım nesnelere alınması, malum türbede bir müddet yatılması, vs.

Bu tür inanç ve uygulamalar zaman zaman Türk yayın organlarında eleştirel tarzda haber konusu yapılmaktadır. Örneğin 2001 yılının Ramazan Ayının ikinci gününde Star Gazetesi, Oruç Baba Türbesinde toplanan kalabalığın bir fotoğrafını tam sayfa yayınlayıp üzerine “İşte Yaşar Nuri’yi Kahreden Tablo” diyerek sunmuştur. Benzer manzaralar Posta, Hürriyet, Zaman ve Akit gibi gazetelerde de değişik üsluplarla eleştirilmektedir. Türkiye ve Ortadoğu gazeteleri bunlardan farklı olarak bu gibi uygulamaları Türk dini kültürünün zenginliği olarak sunmaktadır.

Fenomenolojik Değerlendirme

Buraya kadar genel hatlarıyla verilen olgular hakkında Resmî Öğretinin elbette ki “olumlu” veya “olumsuz” bir hükmü bulunmaktadır. Resmî öğretinin temsil-

cileri konumundaki Diyanet ile akademik durumdaki bir takım İlahiyatçılar, bu konular hakkında Kitap, Sünnet ve İcma çerçevesinde şekillenmiş olan geleneksel kalıp hüküm, rit ve ritüelleri tavsiye etmek suretiyle görüş belirtmektedirler.

Bu konular hakkında medyanın bakışı ise, yukarıda da işaret etmeye çalıştığımız üzere, Sol tandanslı, Sağ tandanslı ve Dinî tandanslı olsun çok ilginç gelecektir ama Diyanet'in bakışı ile büyük oranda paralellik arz ettiği, farklılığın sadece sunuluş biçiminin sansasyonel formatta olduğu gözlemlenmektedir.

Her dinde olduğu gibi İslam'ın da kendine ait ölçüleri vardır. Ülkemizde resmi öğretinin temsilcisi konumunda olan Diyanet ve bazı ilahiyatçıların görüş ve yorumlarını programlarında konu yapan Türk medyasının tavrı, Din Fenomenolojisi ve Halk bilimi disiplinleri açısından eksik ve yanlıştır. Çünkü Türkiye'de evrensel dinlerden birisi olan İslam dini yaşanmaktadır. Dolayısıyla da "evrensel" dinin özelliklerini bilerek bu tür yayınlar yapılmalıdır. Yukarıda da işaret edildiği gibi, evrensel dinler yayıldıkları alan içinde karşılaştıkları bir takım yerel inanç ve uygulamaları kendi içinde hazmetme yeteneğindedir. Böyle olmasa, evrensel özelliğini kazanamazlardı. Ancak evrensel dinlerin yayılma sürecinde karşılaştıkları yerel inançların hemen hemen tümü, ilk zamanlar "batıl", "hurafe", "yanlış", "paganik" ve "hakikat dışı" gibi nitelendirmelere maruz kalmış ve bunlar yok edilmeye çalışılmıştır. Fakat ilerleyen zaman içerisinde yerel inançların büyük bir kısmı evrensel dinin özellikleriyle kaynaştırılıp yeni bir şekil oluşturulmuştur. Bundan dolayıdır ki, aynı dinin her ülkede farklı algılanış ve uygulanış biçimi vardır. Bu durum bütün evrensel dinlerin yaşadığı bir durumdur.⁵

Bu bilgiler ışığında Türk halk inancı aşağıdaki gibi değerlendirilmelidir. Biz bunu değerlendirirken, yukarıda sıraladığımız tartışma konularından sadece Ölü ve ölümlle ilgili inanç ve uygulamalar ile kurban olgusunu bir bildiri ve makalenin sınırları içerisinde değerlendirmeye çalışacağız.

Bu konularla ilgili olarak aşağıda da görüleceği üzere, bir dinler tarihçisi bakış açısından kısaca şunları söyleyebiliriz: Türkiye'de ve hatta başka Türk halkları arasında bu iki fenomenle ilgili gözlemlenen inanç ve uygulamaların temel İslam inanç ve uygulamalarına ters düşmediği, bilakis İslam'ın ruhsat verdiği ölçülerde sergilendiği, dolayısıyla Resmî İslam ile yan yana bir birine ters düşmeyecek bir biçimde yaşayabileceğini, bunun için de Diyanet'in bu yönde tavır sergilemesinin her hangi bir karmaşa çıkartmayacağını söyleyebiliriz.

⁵ J. A. Huisman, "Christianity and Germanic Religion", *Official and Popular Religion*, ... s. 55-70; Mireli Seyidov, *Azerbaycan Halkının Soy Kökünü Düşünürken*, 1989, Baki, s. 343, 348, 353. D. M. Dunlop, "The Khazars", *The World History of the Jewish People*, 10, ed. C. Roth, London, 1966, s. 325-326; V. Minorsky, "Khazars and the Turks in the Akam al-Marjan", *BSOAS*, 9/1, London, 1973, s. 141-150; Şaban Kuzgun, *Hazar ve Karay Türkleri*, Ankara, 1985, s. 30, 33; Muharrem Akoğlu, *Cahiliyye Dönemi Arap Kültürü'nün Mezheplerin Doğuşuna Etkisi*, E. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Kayseri, 1995, s. 1-2, 29-33, 49-52

1- Ölüm ve ölü gömme ile ilgili inanç ve uygulamalar: Günümüzde Diyanet ve medya tarafından sıkça tartışılan ve çoğunlukla “İslam Dışındır”, “Batıldır”, “Hurafedir”, “Şirk” şeklinde nitelendirilen ölüm ve ölü gömme ile ilgili Türk halk inanç ve uygulamaları “geleneksel” dönemde olduğu gibi, İslamî tarihin hemen hemen her döneminde çok yaygın bir biçimde görülür. Bunlar ise, bir takım hayvan, bitki ve nesnelere durumlarından çıkarılan ölüm belirtileri inancı ve uygulamaları ve bu belirtilerden sakınma, ölüm anı ile ilgili inanç ve uygulamalar, ölüm sonrası nekromantik inanç ve uygulamalar ve son olarak anma günleri ile ilgili inanç ve uygulamalar biçiminde sınıflandırılabilir. Ölüm belirtilerinden sadece rüya olgusu, İslamî bir karakter arz ederken, hayvan, bitki ve başka nesnelere ses, hareket ve durumlarından muhtemel ölümün geleceğini çıkarsamak, geleneksel dönem Türk inanç ve uygulamalarındandır. Şimdi bunları sırasıyla tartışabiliriz.

a) Türkler, İslam’da tavsiye edilmemesine rağmen, bir takım evcil veya yabancı hayvan ve kuşların hareketlerini, seslerini, uçuş şekillerini (köpeğin sürekli bir şekilde acı acı havlaması, baykuşun pencereye ya da bacaya tünemesi ve orada ötmesi, vs.); rüyada görülen bitki, hayvan ve nesnelere durumlarını (olgunlaşmamış meyve yemek, doru ata binmek, azı dişin kırılması, yılan sokulmak, at kuyruğu kesmek gibi); bazı özel bitkilerle ilgili bir takım halleri; hasta bir kimsede oluşan tecrübe kabiliyetinden bir takım fiziki ve psikolojik değişimleri (hastanın imam istemesi, uzaktaki akrabaları görmek istemesi, hırıldaması vs.); astrolojik oluşumlarla ilgili (yıldız kayması) ve nekromantik bir takım uygulamaları (kara büyünün yapılması, Kibleye karşı işlemek, cesedin taşındığı tabutun sarsılması, bir kimsenin öldüğü bölgede evin süpürülmesi ve oradan su içmek, evliya mezarına kötü davranmak) ölümün habercisi olarak kabul edilmişlerdir.

Hayatın her anında karşılaşabilecek bu türden olaylar karşısında, insanların günlük hayatlarında psikolojik olarak uyumlu olabilmeleri için, bazı korunmalar bulup uygulamaları kaçınılmaz bir gerçektir. İşte bu doğrultuda, Türkler yukarıdaki olaylar sonucunda inanılan, muhtemel “ölüm”den korunmak için bir takım kaçınmalar ve davranışlar sergilemektedirler. Hayvan veya kuşlarla ilgili söz konusu olaylardan birisiyle karşılaşan kişi, muhtemel ölümü savmak için öncelikle o hayvanı o bölgeden uzaklaştırır, lanetler, sarımsak keser veya öldürür. İnsanların, cenaze evinden Azrail’i uzaklaştırmak için yaptığı nekromantik anlamdaki yedi evde su kaplarının boşaltılıp ters çevrilmesi, yemek kaplarının boşaltılması, uyuyanların uyandırılması, ölü yatağının kaldırılması gibi uygulamalarda buldukları da görülür, ancak genel korunma ve kaçınma anlamında, kişi, en yakında bulunan her hangi bir evliya kabrini ziyaret eder duasını yapar “sadaka” dağıtır, kurban keser.

Bir takım hayvanların uğursuz sayılması, Türk kültüründe bulunan unsurlardandır. Yazılı kaynaklardan *Eski Türk Yazutları*’nda bulunan, adı bilinmeyen Budist bir Türk tarafından Gök Türk dilinde yazılan *İrk Bitig*’de, bazı hayvan ve kuşların hareketleri, sesleri, uçuş şekilleri duruma göre “iyi” ve “kötü” olarak tasvir edil-

mektedir.⁶ Bunun yanında, Cüveynî'nin bildirdiğine göre, Uygur Türkleri de at kiş-nemesini, deve böğürmesini, kurdun ve köpeğin ulumasını, yırtıcı kuşların ötmesini, öküzlerin alışılmamış ses çıkarmasını kişisel veya toplumsal felaketin habercisi olarak kabul etmişler ve bu durumlar karşısında, buldukları yeri değiştirmişler, göç etmişlerdir.⁷ Ayrıca, bazı hayvan ve kuşlar değişik Türk mitolojilerinde ölüm habercisi olarak görülür. Örneğin, Altay ve Sibiryta mitolojilerinde, sadece insan ve hayvanda bulunan ruhun ara sıra vücudu terk edip dağları ve ormanları dolaştığı ve dönüşte asıl bedene değil de başka birine doğru gelirse o kişinin ölebileceği, ve ruhun yönünün ancak *köspökçü* denilen mistik kişiler veya köpek tarafından bilinebileceği, köpeğin bu durum karşısında, havlayarak o ikinci kişiyi ikaz edebildiği anlatılmaktadır.⁸ Yakut, Sibiryta ve Hitay Türklerinin mitlerinde tilki, hakanlara tanrısal ilham getiren bir özelliğiyle birlikte bir takım hareketler sergileyerek ölümü haber veren bir hayvan figürü olarak motiflendirilir.⁹ Yakut mitolojisinde Kartal, cehennem meleği *Buura Dohsun*'un kalbinin bir parçasından meydana gelmiş olup, Kahraman *Er-Sogotoh* kartalın şerrinden insanları korumak için *Buura Dohsun* ile savaşır. Bu motife binaen Yakutlar tarafından bu yırtıcı kuş, ölümcül kuş olarak telakki edilir.¹⁰ Kartalın aynı özelliği Manas destanında da görülür.¹¹

Görüldüğü gibi, hem İslam öncesinde hem de günümüzde, hayvanların davranışlarından ölümü haber alma geleneği, Türkler arasında yaygın olarak görülmektedir. Bu örnekler çoğaltılabilir ama günümüzde bilinenlerin tamamını İslam öncesiyle temellendirmek mümkün değildir. Bununla birlikte, benzer motifler günümüzde daha geniş bir biçimde görülmektedir. Kaçınma ve korunma açısından, geçmişte ne tür rit veya ritüellerin yapıldığı tarafımızdan bilinmemesine rağmen, bizim için burada önemli olan, İslamî dönemde, kökü İslam öncesi Geleneksel döneme dayanan "belirtiler"den kaçınmak ve korunmak için, evliya kabirlerini ziyaret, sadaka vermek, dua etmek gibi bir takım İslamî rit ve ritüellerin sergilenmesidir, yani bu fenomenin, söz konusu rit ve ritüellerin yapılmasıyla islamileştirilmesidir.

b- Ölüm akabinde yapılan uygulamalardan, Hz. Peygamber'in hadislerinde yapılmasını tavsiyesine göre ölünün *gasli*, *kamis*, *izar* ve *lifafe* denilen üç parça kefen ile kefenlenmesi, cenaze namazının kılınması ve defnedilmesi¹² normatif dinin tezahürü olarak değerlendirilirken, ölümün meydana geldiği odanın pencerelerinin bazı yerde açılması bazı yerlerde de kapatılması, ölü yatağının ortadan kaldırılması, cesedin başka odaya taşınması, tütsü yapılması, çenesinin kapatılması, cesedin üzerine makas, bıçak gibi eşyanın koyulması, cesedin muayyen yerlerden getirilen

⁶ H. N. Orkun, *Eski Türk Yazıtları*, Ankara, 1987, s. 263-285.

⁷ Ala-ad-Din Ata Malik Juvaini, *The History of the World Conqueror*, by J. A. Boyle, Manchester, 1968, vol. 1, s. 61, 231 vd.

⁸ B. Ögel, *Türk Mitolojisi*, Ankara, 1971, s. 481.

⁹ Ögel, s. 50, 560.

¹⁰ Ögel, s. 106.

¹¹ Ögel, s. 546-547.

¹² Buhari, 2, "Kitabu'l Cenaiz", s. 250.

su ile yıkanması gibi uygulamalar da halk dini sınıfında değerlendirilir.

• Ölünün defnedilmesinden hemen sonra, ölü evinde taziyeler kabul edilir. Bunun yanında, ölünün ilk Cuması, haftası, kırkı, elli ikisi, kara bayramı, yılı gibi anma günleri idrak edilir. Bu gibi anma günleri İslam kaynaklarında belirlenmemiş, sadece gerektiğinde Yasin Suresini okumak tavsiye edilmiştir. Buna karşılık, bu törenlerin kökenini Türklerin geleneksel inançlarında görürüz: İslam öncesi geleneksel dönemde idrak edilen üçüncü, yedinci, dokuzuncu günleri ve yıldönümü gibi defin sonrası ölüyü anma geleneği, İslam'ın kabulünden sonra da uzun kültürel değişim sürecinde değişikliğe uğrayarak, ve de bir takım İslamî değerler kazanarak yeniden adlandırılmalarla İlk Cuması, haftası ya da yedisi, kırkı, elli ikisi, ilk bayramı ve yıldönümü adları altında, Kur'an okunması, dua edilmesi, dinî vaazlar verilmesi, mevlid ve ilahiler okunması biçiminde islamileştirilerek devam ettirilmektedir ki, bu da (her ne kadar normatif İslam kaynaklarında belirtilmemişse de), mahalli halk dindarlığının bir parçasını oluşturur.

Halk dininin özelliğini taşıyan bu anma günlerinde görülen uygulamalardan iki şey dikkati özellikle çeker ki, bunlar da halk dininin ayrı birer parçasını bizlere takdim eder: *Ağıt ve yemek ziyafeti*.

Ölüm olayı ile birlikte, aileler günümüzde (genel olarak İslamî dönemde) hemen doğaçlama ağıt söylemeye başlarlar. Bunu yaparken de, saçlarını başlarını yolarlar, ağır biçimde ağlarlar-bağırırılar. Hz. Peygamber ölümlerinin ardından aşırı olmamak kaydıyla ağlanmasına ruhsat vermiş, daha sonradan şekillenen Resmî İslam da aynı yolu takip etmiştir. Bu ruhsata sığınarak, Türklerin, geleneksel adetlerini İslamî dönemde de sürdürdükleri görülür. Çünkü ağıt olgusu, Türk ölüm geleneğinin en karakteristik olanlarından.

Bilinen en eski Türk ağıtı, Çinlilere kaptırılan vatan parçası için söylenmiş ağıttır,¹³ ama ölümle ilgili en meşhur ağıt, yine Hunların hakanı Attila (453)'nın ölümüne yakılan ağıttır. O öldüğünde, Hunlar, gelenek üzere, saçlarını kestiler, yüzlerini kılıçlarla yaraladılar, cesedi ipek çadıra koydular ve en gözde atlılar çadır etrafında dönerek ağıtlar söylediler.¹⁴ Hıristiyan Bizanslıların tazyiki sonucunda Kafkasya'daki Hıristiyan Arşak Türklerinin hakanı Baça Han, Hıristiyan inanç ve geleneklerinin ülkede yerleşmesi için, geleneksel *yuğ* geleneğini yasaklamış, hatta uygulayanları ölümle cezalandırmak için ferman çıkarmıştır. Bunlar, az önce anlattığımız şekilde, herhangi bir ölüm anında, geride kalanlar yüzlerini keserler, cesedin etrafında atlar sürdüler ve bir grup da *kopuz* eşliğinde ağıtlar söylerlerdi. Söz konusu yasağa rağ-

¹³ H. N. Atsız, *Türk Edebiyatı Tarihi*, İstanbul, 1943, s. 35.

¹⁴ *İşte, Munzucuk'un sevgili oğlu, Hunların büyük hakanı, boyların idarecisi, burada yatıyor. O, tek başına, İskitleri, Almanları, Romanları, ve diğer krallıkları ele geçirdi, onlardan büyük miktarda fidyeler aldı. O, düşman yarısından, halkından birinin ihanetinden ölmedi. O mutlu bir şekilde, ağrısız, huzur içinde öldü. İşte bundan dolayı kimse intikam almıyorsa düşünmüyor.* Thompson, 1948, s. 149.

men, onlar ağıtlarını yukarıda tasvir ettiğimiz şekilde söylemişlerdir.¹⁵ Sekizinci yüz yıldan en ünlü ağıt, Gök Türk hakanı Bilge Kağan'ın kardeşi Kül Tegin için söylediği ağıttır ki, geleneksel Türk ağıt özelliklerinin bütününe ihtiva eder:

“Küçük kardeşim vefat etti. Ben yaslandım. Görür gözüüm görmez gibi, bilir bilgim bilmez gibi oldu. Ben yaslandım. Zamanı Tanrı takdir eder, kişi oğlu hep ölmek için türemiş. Ben böyle yaslandım. Gözden yaş gelerek, etten gönülden feryat ederek yanıp yakıldım. Çok fazla yaslandım. İki Şad ile beraber küçük kardeşlerim ve kardeş oğullarım, oğullarım, beylerim ve kavmimin gözü, kaşı ağlamaktan fena olacak diye sakındım. Matemci ve ağlayıcı olarak Kitan, Tatabı kavminin reisi Udar Sengün geldi.” (KT: Kuzey-doğu)¹⁶

Bu cenaze töreni dokuz ay sürmüştür, yani Kül Tegin 731 yılının Şubat ayında ölmüş, *yoğ* töreni aynı yılın Aralık ayında tamamlanmıştır. Bu törenler sırasında, katılanların üzüntüsünü hafifletmek ve hatta diğer yabancı katılımcıların ağlamalarını sağlamak için, ölenin hayatını yeniden canlandıran, yaptıklarını anlatan ağıtlar müzik eşliğinde söylenirdi. Aynı özellikteki başka bir ağıt da, Kaşgarlı Mahmut'un *Divanı*'nda değişik sayfalarda parçalar halinde verdiği Alper Tunga sagusudur.¹⁷

Türk destanlarında da aynı özellikteki ağıtlar bolca görülür. Manas Destanında Manas'ın, arkadaşı Almambet için söylediği ağıt,¹⁸ Manas'ın eşi Kanıkey'in Manas için söylediği ağıt,¹⁹ Dede Korkut Destanındaki Banu Çiçek'in, nişanlısı Beyrek için söylediği ağıt²⁰ bu türdendir.

Bu gelenek, Selçuklular döneminde de görülür. Örneğin, Sultan Alparslan'ın kız kardeşi Arslan Hatun, ağabeyi Alparslan öldüğü zaman (1072), yedi gün ağıt yakmış, perişan durumlara düşmüştü.²¹

Günümüzde, ağıt söyleme geleneği, ölüm anında ve defin sonrası anma günlerinde, geniş yer almakta olup, insanlar tarafından adeta yarı-dinsel bir uygulama olarak kabul edilir. İslam öncesi geleneksel ağıtlarda olduğu gibi, günümüzdeki ağıtlarda da ölen kişinin hayatının önemli iş ve tavırları hatırlatılır, bazen de ölü kişi sanki sağ imiş gibi onunla konuşuyor tarzında üzüntü sergilenir. Ülkemizde hiç görülmemekle birlikte, Azerbaycan'da çok ünlü ve zengin kimseler için söylenen ağıtlar müzik eşliğinde icra edilir.²² Aslında, halk genelinde olmasa da, bazı devlet

¹⁵ “...Ey İlahi! Kelamı halk eyleyen Ulu Tanrı, Özün nağme-ağı söyle, yad et bizim hükümdarı. Öyle nağme-ağı koş ki bu evezsiz itki için / Gözüümüzden gece gündüz aksın odlu gözyaşları ...; Seyidov, s. 343.

¹⁶ Orkun, s. 52.

¹⁷ Kaşgarlı Mahmut, *Divanı Lügat'it-Türk*, Ankara, 1939, s. 41-42, 160, 188, 189.

¹⁸ A. İnan, *Manas Destanı*, Ankara, 1972, s. 146.

¹⁹ İnan, *Manas Destanı*, s.153.

²⁰ F. Sümer, A. E. Uysal, Warren S. Walker, *The Book of Dede Korkut*, London, 1972, s. 52-53.

²¹ İsmail Görkem, “Türk Dünyasında Yas Törenleri ve Ağıtlar”, *TDA*, Nisan 1992/7, s. 157-188.

²² Seyidov, 1989, s. 349.

büyükleri ve bölgesel nitelikli ünlülerin ardından yazılıp, makamlı olarak beste-
nerek kayda geçirilen ağıt türleri, ülkemizde de görülür, ama bunlar genelde tica-
ri amaçla yapılır. Bu türden ağıtlar, hatta yaygın olan, doğaçlama söylenen makam-
lı ağıtlar, belki de, her ne kadar müzik enstrümanları eşliğinde olmasa da, makam-
lı olmalarından dolayı, İslam öncesi müzikli ağıt türünün bakiyesi olarak değerlen-
dirilebilir.²³ Bu dönemde çalgıların kullanılmamasının nedeni, normatif İslam'ın
müziğe karşı tavrı²⁴ gösterilebilir.

Çalgılı-çalgısız ama makamlı olan bu ağıtlar neden söylenir? İlk önce, basit bir
mantıkla “geleneğin” devamı olduğunu söyleyebiliriz. Ancak bunun yanında dinî,
toplumsal ve psikolojik işlevi yerine getirmesinden dolayı icra edildiğini de ileri sü-
rebiliriz. Şöyle ki, ağıt törenine katılanlar arasındaki ilişkilerin sağlamlaştığını göz-
lemlerimizden öğrenme fırsatını bulduk. Anma günlerinde ilahî, mevlid ve ağıtın
söylenmesi, bir takım dinî motiflerin, dinleyenlere hatırlatılması, dinî işlevinin de
tezahürü olarak değerlendirilebilir. Psikolojik işlevi ise, törenler sırasında dile ge-
tirilen mutlak ölüm karşısındaki “çaresizlik” konusu, kişiyi dinî duygulara daha faz-
la itmesi ve kişilerin haykırarak, makamlı sözler söyleyerek kişisel rahatlatma duru-
muna girmesidir.

Diğer Türk ülkelerinde olduğu gibi, Türkiye’de, yukarıda adlarını verdiğimiz
anma günlerinde, dinî törenin başlamasından önce veya sonra, ölen kişinin ruhu-
nu memnun etmek niyetiyle, ailenin maddî durumuna göre mümkün olduğunca
yemekli-içecekli büyük bir ziyafet verilir. Resmî ya da normatif İslam kaynakların-
da bu tür uygulamalarla ilgili olarak sadece Hz. Peygamber’in bir hadisinde, Müs-
lümanların, ölen kişinin ailesi için yalnız yedi gün yemek hazırlaması, şeklinde bir
tavsiye bulunur.²⁵ Bu hadisten anlaşılan, telaş ve elem içinde bulunan aileye yardım
etmektir ki bu da, yedi günlük yemeğin toplumsal ağırlığını öne çıkarır.

Hal böyle iken, bu yaygınlığın nedeni ne olabilir? Özü itibarıyla kökü “gelenek-
sel” döneme dayanan ziyafet, Türk ölüm kültürünün her dönemdeki en karakteris-
tik olanlarından. Bu gelenek, bir takım motif değişimleri ile günümüzde de yay-
gın olarak sürdürülmektedir. Yaygınlığının nedeni, geleneksel dönemde var olan
bir inanca dayanır. İnanca göre, ölen çocukların ruhu yedi gün, büyüklerinki ise
kırk gün, evin etrafında dolaşır. Diğer bir rivayete göre ruh, yılda bir kez, daha ön-
ce yaşadığı bölgeye gelir. Bu esnalarda ruh *tiki* adı verilen ses çıkarır. Bu sesi gece-
leyin duyan kimse, o gece ölür. Bu yedi veya kırk gün sonunda, ruhun başkalarını
öldürmemesi ve onu memnun etmek için, aile büyük bir ziyafet verir. Bu bağlam-
da, ruhu mutlu etmek gayesiyle anma günlerini yaygınlaştırmışlar, ölenin üçüncü,
yedinci ve dokuzuncu aylarında ve yıldönümlerinde ziyafetler vermişlerdir.²⁶ Bu

²³ Ünal, s. 127-130.

²⁴ Uludağ, s. 44-50.

²⁵ Buhari, c. 2, s. 202-206.

²⁶ Robert Dankoff, “Kasgari on the Beliefs and Superstitions of the Turks”, *JAOS*, 95, 1975, s. 68-80.

anma günlerinin yerine İslamî dönemde, bir takım dinî motifler değiştirilerek (Kuran okuyarak, dua ederek, mevlid okuyarak vb.) aynı amaç istikametinde, yani ruhun mutlu olması niyetiyle, haftası, cuması, kırkı, gara bayramı, elli ikisi ve yıldönümü adları altında günler ikame edilmiştir. Çünkü bu adlar altında her hangi bir anma günü, normatif İslam'da belirtilmemiştir. Bu ancak, değişen zaman içerisinde, insanların Din'e dahil ettikleri uygulamalardır. Her ne kadar normatif İslam, bunları hurafe, bid'at ve şirk olarak nitelese de, sosyolojik, psikolojik, kültürel faydası ve resmî din ile barışık olmasından dolayı, halk, uygulamalarında her hangi bir sakınca görmeyip, "dindenmiş" gibi, bunları devam ettirmektedir.

d- Şeyh, seyyid, baba, abdal gibi adlar verilen şahsiyetlerin dini önemine binaen yapılan uygulamalar. Onları evinde ziyaret, kabirlerini ziyaret vs.: Ülkemizde halkın kabul ettiği evliya mezarları, hemen hemen her köy, kasaba ve kentte mevcut olup aşağıda görüleceği üzere, halk inancı ve uygulamalarında geniş bir yer tutar.²⁷

d.1- Ziyaret Amacı: Halk, az da olsa, mezarda yatan evliyanın feyzinden yararlanmanın yanında, başka amaçlarla ziyaretini gerçekleştirir. Bu gayeleri şöylece sıralayabiliriz: Hayvanlarla, ev eşyası ve yiyeceklerle, düşlerle, hastalıklarla, astrolojik olaylarla, nekromantik inançlarla, tabii olaylarla vs. ilgili olarak halkın 'ölüm belirtisi' kabul ettiği ve inandığı '*muhtemel ölüm*'ü def etmek,²⁸ birtakım fiziki veya ruhi hastalıklardan kurtulmak, mal, mülk sahibi olmak, kötü alışkanlıklardan kurtulmak, iş sahibi olmak, gidilen yerden sağ-salim dönmek, kazalardan korunmak, girilen bir işte başarılı olmak, çocuk sahibi olmak, uygun bir eş bulmak, kısmetin açılması gibi niyetlerle ziyaret gerçekleştirilir.²⁹

d.2- Ziyaret Töreni: Hayvanlarla, ev eşyası ve yiyeceklerle, düşlerle, hastalıklarla, astrolojik olaylarla, nekromantik inançlarla, tabii olaylarla vs. bağlantılı *muhtemel ölümü* def etmek için birtakım uygulamalar var olmakla birlikte, bundan başka, aynı maksatla veya yukarıdaki niyetlerin gerçekleşebilmesi için, adap ve erkana göre mezar ve türbe çevresinde yapılması gerekli, bir takım törenler (rit, ritüel veya mensekler) vardır ki, bu amaçlar doğrultusunda, insanlar şunları yaparlar: Kuran'dan sure veya ayetler okumak, namaz kılmak, sadaka dağıtmak, kurban kes-

²⁷ Kaynaklardan bir kısmı: Ü. Günay, H. Güngör, Ş. Kuzgun, H. Sayım, A. Vahap Taştan, *Kayseri ve Çevresinde Ziyaret ve Ziyaret Yerleri*, Kayseri, 1996; O. Karaköse, 'Evliya Ziyaretleri', *Folklor*, Yıl. 3, sa. 28 (tarihsiz), s.15-17; H. Köksal, 'İzmir'de ziyaret ve Adak Yeri Olarak Seçilen Kabirlerle İlgili İnançlar ve Uygulamalar', *Türk Folklorundan Derlemeler*, 1986/1, Ankara, 1986, s. 153-175; İ. Oymak, *Malatya ve Çevresinde Ziyaret ve Ziyaret Yerleri*, Erciyes Üni. Sos. Bil. Ens. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Kayseri, 1994; N. Aytürk, Bayram Altan, *Türkiye'de Dini Ziyaret Yerleri*, Ankara, 1992; Meşedixanım Nemet, *Azerbaycan'da Pirlər*, Baki, 1992.

²⁸ Bu belirtilerden bazı örnek: köpeğin acı acı, uzun uzun uluması, öküzün sahibini tanımaması, atın hasta olan evde kişnemesi, horozun öğle vakti ötmesi, tavuğun horoz gibi ötmesi, baykuşun çatıya tüneyip ulur gibi ötmesi, aynanın ansızın kendi kendine kırılması, vs. Ülke çapında yapılan araştırmanın başka örnekleri için bkz. Sedat Veyis Örneç, *Anadolu Folklorunda Ölüm*, Ankara, 1971, s. 15-37.

²⁹ Günay, Güngör, Kuzgun, Sayım, Taştan, s. 87-89.

mek, mevlit okumak ve okutmak, salavat okumak, ilahi okumak, türbenin çevresinde yedi veya kırk kez dönmek, taş yapıştırmak, türbeyi öpmek, ağrıyan veya hastalıklı uzvu mezara sürmek, mezardan taş veya toprak alıp eve götürmek, para atmak, toprak yemek, su dökmek, şişe kırmak, vs.

İnsanlar, yaygın olarak bu davranışlardan biri veya bazısını uyguladıklarında, yukarıda bahsettiğimiz amaçlarına ereceklerine inanırlar.

Kitabî İslam'da doğrudan doğruya hakkında herhangi bir ifadenin bulunmadığı bu gibi konular, Hz. Peygamberden sonra gelen ulema tarafından tartışılmış, hakkinda kesin hükmün bulunmadığı bu gibi konularda “normatif” kurallar getirilmiştir.

İslam dünyasında, bu gibi meseleleri belki de en fazla tartışan kişi Ahmed İbn Teymiye'dir. O, eserlerinde, bu tür uygulama ve inançları “şirke sebep olan” fiiller olarak değerlendirmiştir. Teymiye Allah'tan başkasına, kabirleri başında veya uzaktan peygamberlere ve salih kullara dua edip yakarmanın, yıldızlara yakarmakla aynı olduğunu ve bu fiilin “şirk” olduğunu savunur.³⁰ Bununla ilgili sureleri örnek gösterir³¹ ve şöyle ilave eder:

*“Her hangi bir kimse peygamberi ya da melaikeden bir meleği görüp de “benim için dua et” derse, gyabında ondan talepte bulunan kimsenin aksine, bu hal onu şirke götürmez. Çünkü gyaben talepte bulunma, hep cereyan ettiği gibi şirke müncer olmaktadır; zira o anda mevcut olmayan veya ölmüş bulunan kişi, şirke düşeni engelleyemekte, aksine kalpler ona duaya ve şefaata talebine takılınca, bu durum şirke yol açmaktadır. Bu durumda kişi aynen müşriklerin ve ehli kitap ile Müslümanlardan bid'at ehlinin içerisine düştüğü gibi bu zevatın kabrinin, timsalinin veya benzer bir şeyinin bulunduğu mahalle yönelip yalvarıp yakarmaktadır.”*³²

Teymiye, ölümlerden yapılan her türlü isteğin hiç bir şekilde meşru olamayacağını savunur. Ona göre, sahabe ve salih kimseler böyle bir istekte bulunmamışlardır, çünkü bunda fayda değil zarar vardır. Teymiye, ölümlerden istekte bulunmayı, şeytanın işlerinden sayıp böyle işleri yapanların Tanrıya eş koştuklarını ileri sürer, şirk koşmanın ise Kuran'da Allah tarafından, kesinlikle yapılmaması gereken işler cinsinden olması hasebiyle, yasaklanmıştır, der ve ilgili ayetleri (Nisa, 36; Araf, 175-6) kaynak olarak gösterir. Ancak O, ölümlerden istekte bulunma eylemini, Hz. Peygamber'in zekatı teşvik için söylediği “*Yüce el, veren eldir; alçak el ise isteyendir*” hadisindeki “*istemek*” ile aynı anlamda kullanır, halbuki, biri ezoterik, ikincisi ise fenomenal, somut bir eylemdir, yani birincisi manevi, diğeri de maddidir.³³

³⁰ Şeyhülislam Ahmed İbn Teymiye, *İbn Teymiye Külliyyatı*, I, ed. Edip Gönenc, İstanbul, 1986, s. 253.

³¹ A. İmran (79-80): “*Hiçbir beşerin, Allah'ın kendisine kitap, hikmet ve peygamberlik vermesinden sonra kalkıp insanlara ‘Allah'ı bırakıp bana kul olun’ demesi mümkün değildir. ... ve size ‘Melekleri ve peygamberleri ilahlar edin’in diye de emretmez. Siz Müslüman olduktan sonra hiç size kafirliği emreder mi?’*”; İsrâ, (56-57); Sebe (22-23).

³² Teymiye, s. 254.

³³ Teymiye, s.270-275.

Teymiye, meleklerin müminler için zaten dua ettiklerini (Mü'min, 7-9; Şura, 5, 6) ayetlerini kaynak göstererek belirtmeye çalışır. Ancak yukarıdaki paragrafta melek ve peygamberlerden dua talebinde bulunmanın meşruiyetini ima ederken, bir sayfa sonra, onlara dua edip şefaata dilemenin meşru olmadığını açıkça beyan eder ve bunu şirklikle denk görür.³⁴

Teymiye, İslam öncesi ve ilk İslamî dönemlerde, Arapların kabirlere gidip, ölülerin heykellerini yapıp veya resimlerini çizerek onun karşısına geçip de “Allah’ın yanında” kendilerine şefaata etmeleri için ölüye dua edişlerine dayanarak, kabirleri, put edinmenin ilk adımı olarak telakki eder ve buna da *şirk* nitelendirmesini yapar. Kabir ziyareti esnasında görülen varlıkların şeytan olduğu ve işitilen seslerin büyük ihtimalle cin veya şeytan sesi olabileceğini savunur. Ona göre, o anda şeytan, ölü kişinin suretinde görünür ve ziyaretçiyi kandırır Allah’tan uzaklaştırır. Teymiye, uykuda veya uyanıkken ölü kimseyi görerek, bu olayı “*keramet*” olarak değerlendirmenin cahillikten kaynaklandığını ve bu olayı insanın aynı anda iki ayrı yerde bulunamayacağı biçiminde reddeder. Aslında bu, Ona göre, o görülen şahsın kılığında girmiş kafir, fasık ve cahil cin taifesi veya şeytandır. Bu şeytanlar insanlara “kötü yolda” yardım ederler, gaybe dair bir takım haberler verir, arzuladığı kimselere yakınlaştırırlar, başkalarından çaldığı para, yiyecek, giyecek gibi şeyleri bu kimseye gizlice getirip verirler (onu havada taşıyıp uzak bir yere götürürler, örneğin Mekke’ye, Hacca). O kişi de bunu evliyanın kerametlerinden sanır.³⁵

Teymiye, yukarıda anlatılan keramet denilen olguları “şeytanî” işlerden sayarken kitabının **Veli ve Keramet** bölümünde, velilerin kerametini, iman ve takvanın bir sonucu olarak değerlendirir ve “*evliyanın ileri gelenleri, bu kerametleri din için bir delil olarak ya da Müslümanların bir ihtiyacından dolayı kullanırlar*”³⁶ şeklindeki kanaatini ortaya koyar, ama bu kerametlerin neler ve nasıl olduğu konusunda her hangi bir açıklama yapmamakla birlikte, bize göre, başka bölümlerde mutasavvıfların bazı örnek olayları (yani halkın keramet olarak görüp inandığı olayları) reddetmeleri bu türdendir. O, bunun yanında **vasat** ve **vasatın altındaki evliyanın** kerametlerini “şeytanî” türden kabul eder.³⁷

Bu bilgilere göre, Hz. Muhammed’e peygamberlik görevi verildikten sonra, O, daha önce Arap toplumu arasında var olan şefaata inancını muhafaza etmiştir ama şefaataçi olabilecek kimselere bir sınırlandırma getirmiştir (şefaata hakkında bkz. Sebe’, 23; Zümer, 44). Ancak bir çok müfessir tarafından bu ayetler yine İslam öncesi durumla birlikte yorumlanmış ve ayette açıkça zikredilmediği halde, şefaataçi olacakları melekler, peygamberler, sahabeler, şehitler, veliler ve dindar insanlar biçiminde genişletilmiştir. Buradan anlaşılan şey şudur; İslam öncesinde her ölünün şefaataçi olacağı inancı var iken, İslamın gelmesiyle birlikte bu inanç, şefaataçi olabilecek kim-

³⁴ Teymiye, s. 255.

³⁵ Teymiye, s. 232-233, 242-249.

³⁶ Teymiye, s. 252-253.

³⁷ Teymiye, s. 247-253.

seler Müslüman kişilerle sınırlandırılmış ve böylece İslamî bir motif kazandırılmıştır. Ancak bu inanç, Arap toplumu arasında bir takım etkili din adamlarının bu tür inançları “hurafe”, “batıl”, “şirk” gibi sıfatlarla tanımlamalarından sonra, yavaş yavaş kaybolmaya başlamış ve Ahmed b. Hanbel’in fikhî doğrultusunda “Vahhabi” görüşünü “resmî inanç” olarak kabul eden Arabistan’da yasaklanmıştır.

İbn Teymiye, materyalist ve mülhid filozoflar adını verdiği İbni Sina vb. nin “*Kişi, ölmüş olan birini severse, özellikle kabrini ziyaret ettiğinde ruhu ile ölen kişinin ruhu arasında bir ilişki meydana gelir. Akl-ı faalden ya da feleki nefsten ayrılan o ölmüş kimsenin ruhu, Allah’ın bilgisinin dışında -hatta ziyaretçi ruhun da farkına varamaya-cağı bir şekilde- şefaath dileyen ziyaretçinin ruhuna feyiz saçar.*” şeklindeki ifade üzerinde düşünen herkesi kafirlikle nitelendirir.³⁸

Normatif İslam’ın görüşleri böyle iken, Türkiye ve diğer Türk ülkelerinde yaygın olarak İslamî motifler içerisinde sergilenen şeyh, seyyid ve baba gibi sıfatlar alan din ulularını ziyaret olgusunun kökenini biz, Türklerin en eski geleneksel dönemlerinden itibaren uyguladığını, tahmin ettiğimiz zamanlara kadar dayandığını söyleyebiliriz. Geleneksel Türk inancında, ziyaret olgusu yaygın olarak bilinmekte ve uygulanmaktaydı. Bu, ata mezarlarını, kutsal yer ve suları (*ıduk yer-subları*) ziyaret biçiminde gerçekleşmekteydi. Türk ülkelerindeki mezar ziyaretleri, evliya menkıbeleri ve destan edebiyatının gelişmesiyle doğru orantılı olarak gelişen ‘veliler kültü’ ve ‘adak ve ziyaret dindarlığı’³⁹ ağırlıklı olarak geleneksel Gök Tanrı inanç ve uygulamalarının özelliklerini taşımaktadır.

Günümüzde, muhtemel kötü olayları engellemek, iyilik dilemek ve evliyanın şefaathini ummak amacıyla yapılan evliya mezar ziyaretleri, doğrudan doğruya İslam öncesi ata mezarlarını ziyaret olgusuyla birlikte, *ıduk yer-sub* anlayışıyla da açıklanabilir. Kutsal yer ve su inancını ifade eden *ıduk yer-sub* deyimini, eski Türkler arasında önemli bir yer tutmaktaydı. Ferdilikten toplumsallığa, yani özelden genele doğru yaygınlaşmasından dolayı toplumsal bir olgu olan ve İslamî motiflerle yapılan ziyaretler gibi, *ıduk yer-sub* törenleri de kendi başına toplumsal bir özellik taşımakta idi ki, her boya ait muayyen bir kutsal yer var olmakla birlikte, boylardan oluşan ulusun da ortak *kutsal yer ve suları* vardı. Buralarda insanlar hakanın önderliğinde toplanıp kurbanlarını takdim eder, ziyafet yemeklerinden yer, dualarını yaparlardı. Bunları yapmaktaki amaç, var olduğuna inanılan bu yerlerin *ıyesini*, sahibini mutlu edip, insanları yaptıkları iyi veya kötü davranışlarına göre zenginlikle, mutlulukla ve benzeri değerlerle ödüllendiren veya cezalandırabilen ve buralarda tezahür eden Tanrı’nın gücünün, kendi lehlerine dönmesini sağlamaktır.⁴⁰ *ıduk yer-*

³⁸ Teymiye, s. 242.

³⁹ Günay-Güngör, s. 302.

⁴⁰ Mesela Ötügen ormanı, Altay Dağı; ve Kömen, H. Namık Orkun, *Eski Türk Yazuları*, Ankara, 1987, s. 10-11, 40-41, 50 (BK-D, 35; KT-D, 23). *Oğuz Destanı*’nda değişik dağlar, pınarlar, ırmaklar, ağaçlar ve ormanlar; *Dede Korkut Destanı*’ndaki Kazılık Dağı ulusal kutsal yerlerdendir. Ögel, s. 282; Sümer, Uysal, Walker, s.17, 18, 79, 80, 83, 111.

*sub*lara karşı saygısızlık yapılması sonucunda o topluluk üzerine felaketlerin gelmesi inancının yansıması, İslamî dönemde, evliyaların sağlığında kendisine veya öldükten sonra türbesine saygısızlık yapan kimsenin taş kesilmesi, hastalıklara yakalanması ve benzeri dertlere düşmesi biçimindeki motiflere, evliya menkıbelerinde sıkça rastlanır.⁴¹ Bu tür belalara duçar olmamak için, inanca göre, insanlar -her iki dönemde de- bu kutsal yerlere saygı duymak ve bir takım dinî davranışlar içinde bulunmak zorundadırlar.

Iduk yer sub'larla ilgili, koruyucu ve savunucu özelliğinin günümüze evliya mezarları ziyaretinin amaçlarından olan bela ve şerlerden korunma biçiminde taşındığı görülür. Kül Tegin ve Bilge Kağan yazıtlarının Doğu cephelerinde, onun bu özelliği şöyle anlatılır:

'... yukarıda Türkün Tanrısı, Türkün **kutsal yeri suyu** böyle takdir eylemiş: Türk ulusu yok olmasın diye, millet olsun diye babam Elteriş hakanı, annem Elbilge hatunu Tanrı tepesinde tutup yukarı götürmüş, yüceltmiş.'

Aynı özellikleri, yukarıda sözünü ettiğimiz destanlardaki *iduk yer-sularda* da görürüz ki, İslamî dönemdeki, evliya mezarlarına giderek orada yapılan dualarda, Allah'ın sevgili kulunun 'yüzü suyu hürmetine' bela ve şerlerden kurtulma ümidinin menşei bu olsa gerektir.

Yine *Iduk yer sub*'larla ilgili olan, ve günümüzde evliya mezarı ziyaretlerinde de yaygın olarak gözlemlenebilen, 'bahşedici' olma özelliğidir. İslamî dönemde, evliya mezarı ziyaretlerinde çocuk sahibi olmak amacıyla yapılan törenlerin prototiplerini, İslamî dönemde kaleme alınmış olmalarına rağmen bir çok geleneksel Türk inanç ve uygulamasını yansıtan Oğuz (Oğuz Han'ın üçer çocuk sahibi olduğu kutsal orman ve kutsal suyu, daha sonraları insanlar ziyaret etti, buralarda dua ettiler, kurban kestiler, ataları ve başkaları için güzel dileklerde bulundular) ve Manas destanlarında da buluyoruz (Manas'ın babası Yakup Han, Manas'ı doğurmadan önce annesi Çıyırıcı'ya, kısır olduğu halde çocuk sahibi olabilmek için çevredeki kutsal elma ağacını ziyaret etmesini istiyordu).⁴²

Günümüzde de çocuğu olmayan evli kadınlar, çocuk sahibi olabilmek için yukarıda bahsettiğimiz rit ve ritüelleri yaparak evliya mezarlarını ziyaret etmektedirler.

Günümüzde yaygın olarak, gidilecek yere sağ-salim ulaşmak ve aynı şekilde dönebilmek için evliya mezarını ziyaret edip orada dua etmek, sadaka dağıtmak gibi uygulamalarda bulunmanın kökenine yine, Eski Türklerin *obo* veya *oba* (daha sonra buna *töz* veya *ongon* da denmiştir ki, taşları yığarak oluşturulan öbek demektir) kültüründe rastlayabiliriz. Burada onlar taşları yığarak ve bez parçası bağlayarak,

⁴¹ A. Yaşar Ocak, *Türk Halk İnançlarında ve Edebiyatında Evliya Menkabeleri*, Ankara, 1984, s. 91-93; S. Sakaoğlu, *Anadolu Türk Efsanelerinde Taş Kesilme Motifi ve Bu Efsanelerin Tip Kataloğu*, Ankara, 1980, s. 140.

⁴² Rıza Nour, *Oghouz-Name, Epopee Turque*, Alexandrie, 1928, s. 17, 18, 58; Ögel, s. 116-7; Z. V. Togan, *Oğuz Destanı*, İstanbul, 1982, s. 18-19.

kurban keserek, raki saçarak ve dua ederek yolculuklarını ya da gidecekleri savaşlarını kutsarlardı.⁴³

İslam öncesi Geleneksel dönemde, ulu bildikleri kişilerin mezarlarını ya da kutsal bildikleri yerleri her fırsatta ziyaret ederek dileklerde bulunan Türkler, Orta Asya'da İslam'la ilk karşılaştıklarında da, Hz. Muhammed'in amcasının oğlu Şah Zinde namıyla bilinen Hüsem b. Abbas'ı (ö. 676), ilk Müslüman aziz olarak kabul ederek ve onun mezarını saygıyla, eskisi gibi, aynı amaç doğrultusunda ziyaret ederek uluları ziyaret etme geleneğini korumuşlar⁴⁴ ve günümüzde de Resmî dinin normlarından farklı olarak, yaygın bir biçimde devam ettirmektedirler.

Kur'an'daki Tekasür Suresinde belirtilen mezarların gurur kaynağı olarak kullanılmasının yasaklandığı ve "*Sizden önce kabirleri mescidler haline getirenler olmuştur. Sakın siz kabirleri mescidler haline getirmeyin. Sizi bundan nehyederim.*"⁴⁵ hadisinde işaret edildiği gibi "aşırı derecedeki" mezar ziyaretleri ve ilk zamanlar "basit mezar ziyaretleri" Hz. Peygamber tarafından yasaklanmıştır, ancak daha sonraları O, "ahiret hayatını hatırlatır" sözüyle "alelade mezar ziyaretleri"ni serbest bırakmış, hatta bir bakıma teşvik etmiştir. Yukarıda görüldüğü gibi, ileriki dönemlerde resmî veya normatif din bilginleri tarafından yasaklansa da, geçmişte ve günümüzde Türk ülkelerinde yaygın olarak, halk arasında görülen ve değişik rit ve ritüellerin sergilenerek çeşitli amaçlar için yerine getirilen din büyüklerinin kabirlerini ziyaret olayı, yapılan alan çalışmaları ve gözlemlerden anlaşıldığına göre, halk tarafından "İslam dışı" olarak görülmemektedir. Bilakis onlar, bu tür davranışları "dinî" olarak nitelemekte, inanmaktadırlar. Zira, gözlemler sırasında kaydedilen "*Ey Allahım! burada yatan habibin, filancanın yüzü suyu hürmetine ...*" sözü, hem Türk ülkelerindeki müftüler hem de diğer Müslüman ülkelerdeki din bilginlerinin, bu tür uygulamaları yapanların "müşrik" olduğu şeklindeki suçlamaları doğrulamamaktadır. İbn-i Teymiye ve Vahhabi mezhebinin görüşleri ve bunların etkisinde kalan Türk ülkelerindeki bir takım din adamlarının (Diyanet ve Yaşar Nuri Öztürk gibileri) fetvalarına göre "aracı kılmak" olarak değerlendirilen bu uygulamalar, halkın inancında "İslamî" veya "dinî" olduğuna ve hatta "Allah rızası" için yapıldığına göre, bunun temelinde, Geleneksel Türk İnancının islamleştirilmiş olması yatmaktadır ki, halk dindarlığının bir noktasını oluşturmaktadır.

Bütün bunlara rağmen halkın yüzyıllardır ziyaret ettiği ve yukarıda sıraladığımız amaçlar doğrultusunda bir takım rit ve ritüeller gerçekleştirdiği ulu kişilerin mezarlarına Diyanet İşleri Başkanlığı anlamsız bir talimatname asmaktadır. Bu talimatnamede şunlar anlatılır:

⁴³ A. İnan, *Tarihte ve Bugün Şamanizm*, Ankara, 1986, s. 42-62.

⁴⁴ W. Barthold, *Turkestan Down to Mongol Invasion*, tr. V. Minorsky, London, 1977, s. 91, 92; J. Herbert, *An Introduction to Asia*, London, 1965, s. 67.

⁴⁵ Müslim, "Kitabu'l-Mesacid", s. 19, 23.

“Ziyaretçilerin dikkatine!

İslam Dinine göre; Türbe ve yatlara

- 1- *Adak adanmaz*
- 2- *Kurban kesilmez*
- 3- *Mum yakılmaz*
- 4- *Bez-Çaput bağlanmaz*
- 5- *Taş-para yapıştırılmaz*
- 6- *Eğilerek ve emekleyerek girilmez*
- 7- *Para atılmaz*
- 8- *Yanilecek şeyler bırakılmaz*
- 9- *El-yüz sürülmez*
- 10- *Türbe ve yatırdan medet umulmaz*
- 11- *Türbe ve yatır etrafında dönülmez*
- 12- *Türbenin içinde yatılmaz.*

Bu ve benzeri bid'at ve hurafeler dinimizce kesinlikle yasaklanmıştır.

D.İ.B. (Diyanet İşleri Başkanlığı) ”

Bu ilanla Resmî İslam'ın yıllardır yok etmeye çalıştığı uygulamaları, Türk halkı Diyanet'in ve Yaşar Nuri Öztürk gibilerinin gözüne baka baka, sanki “siz ne dersenez deyin, ben yine Müslümanım” dercesine sürdürmektedir.

Bu durumda, İslam öncesi Türk atalar kültü ile İslamî dönem şeyh mezarlarını ziyaret esnasında içerik olarak farklılık olsa da şekil, rit ve ritüel uygulamaları açısından benzerlik vardır, ancak buradaki mahiyet farklılığı, insanların Kuran okuyarak, İslamî tarzda dua ederek vs. ritüeli islamileştirmesidir.

2- Kurban Fenomeni: Kurban ritüeli, İslam'ın şartlı emirlerinden birisidir. Türkler İslamiyeti kabul ettikten sonra da, “Geleneksel” dönemde her fırsatta uyguladıkları Kurban törenini, İslam'ın vermiş olduğu “izinle” bunu daha yaygın bir biçimde günlük hayatın bir çok noktasında uygulamaya başladılar. Kurban Bayramında takdim edilen kurban, dinde “vacib” veya “müekket sünnet” sınıfında değerlendirilirken⁴⁶ Türkler bunu, “geleneksel” dönemin bir alışkanlığı olarak deyim yerinde ise, “vacipten daha yüksek” derecede değerlendirmişler ve diğer İslam memleketlerinden daha yaygın bir biçimde idrak etmişlerdir. Buna ek olarak, kurbanı hayatın değişik anlarına yaymışlardır. Doğumda, düğünde, ölümden önce, işte, yolculukta, tahsilde, ticaretle, eğlence, temel atmada vs. kurban kesme işi oldukça yaygınlaşmıştır.

⁴⁶ Vehbe Zuhayli, *İslam Fıkhu Ansiklopedisi*, 4, İstanbul, 1992, s. 392-425.

Kurban ritinin, Müslüman Türkler arasında, diğer Müslüman milletlerden farklı olarak, bu denli yayılmasının nedenini geleneksel dönemde bulabiliriz. İslam öncesi geleneksel inanca sahip Türkler, inançları gereği, her önemli başlangıç için kurban sunarlardı. Türkler arasında ilk kayda geçen kurbanın sunulması, Hunların ataları Hsiung-nularda görülür. Onlar, Çinlilerle yaptıkları savaş sonunda kazandıkları zaferin hatırasına, Tanrı'ya şükür niyetiyle hayvanlar takdim etmişler ve bunu her yıldönümlerinde tekrarlamışlardır.⁴⁷ Aşağıda da görüleceği üzere, *yug* törenlerinde, mistik anlamda ölünün ruhunu memnun etmek, toplumsal özelliği anlamında da cenazeye katılanları doyurmak için çok sayıda hayvan kurban ederlerdi. Doğum, düğün gibi önemli anlar için de kurbanlar sunulur toy düzenlenirdi. Bununla ilgili örnek, Dede Korkut Destanında, Dirse Han'ın önce çocuk sahibi olabilmek için, sahip olduktan sonra da at, aygır ve koyundan kurbanlar kesip toy düzenlediği şeklinde anlatılır.⁴⁸

İnsan kurbanı da, yaygın olmamakla birlikte, Türkler arasında uygulanan ibadet türünden bir davranış idi. Bu türdeki kurban, ölen hakanın uğruna yada yapılan önemli bir işin başarılı, sağlam ve uzun süreli olması için yerine getirilirdi. Hakan için yapılan insan kurbanı örneği Hun hakanı Atıla'nın cenaze töreninde, ordunun en seçkin askerlerinden bir kaçının kurban edilmesinde⁴⁹ ve kesin olmamakla birlikte, Osmanlı'yı vahşi göstermek amacı güttüğüne inandığımız bir takım tarihçilerin hikaye ettiğine göre ilk Osmanlı devrinde yine aynı amaçla yapılan kurbanlarda görülür.⁵⁰ Macaristan'da Hıristiyanlığı kabul eden (13. yy.) Kuman Türkleri de, ölen krallarını en iyi atı ve korumaları ile birlikte gömerlerdi.⁵¹

Anlaşılabileceği üzere, geleneksel dönemde hayatın her anlamlı anında değişik kurban sunma alışkanlığına sahip olan Türkler, İslamiyeti kabul ettikten sonra da, bu müesseseyi İslam'da "sadece tavsiye edilen kurban" ile uygulama alanı bulmuşlar ve devam ettirmişler, ama Zilhicce Ayının onunda sunulan kurban hariç olmak üzere, uygulama alanını İslam'dan öncekilerle hemen hemen aynen muhafaza etmişlerdir. Ancak, geleneksel dönemde Tengri ile özdeşleştirilen kurbanlar, İslamî dönemde tabii bir biçimde bir takım motif değişikliğine uğramıştır. Bu dönemde kurbanlar, Allah ile ilişkilendirilmiş, kesiliş formu ve sonrasında yapılan işlemlerin mahiyeti açısından "İslamî" motiflerle farklılık kazanmıştır.

⁴⁷ Kao Ch'ü-Hsün, "The Ching Lu Shen Shrines of Han Sword Worship in Hsinung nu Religion", *CAI*, vol. 5, 1959, s. 221-235.

⁴⁸ Kilisli Muallim Rifat, *Kitab-ı Dede Korkud (ala Lisamı Taiife-i Oğuzan)*, İstanbul, 1332 (1916), s. 8.

⁴⁹ E. A. Thompson, *A History of Attila and the Huns*, Oxford, 1948, s. 150.

⁵⁰ S. Vryonis, "Evidence on Human Sacrifice Among the Early Ottoman Turks", *Journal of Asian History*, 5, 1971.

⁵¹ Makdisi, 1907, s. 21-22.

Sonuç

Bir toplum veya toplumsal bir sistem, değerler bütünüünün araştırılıp incelenmesiyle anlaşılabilir. Toplum, toplumsal ilişkiler sistemi içerisinde birlik olan insanlardan oluşur. Bu ilişkiler “maddî” olduğu zaman, kişisel anlamda “menfaat” niteliği kazanır. Buna karşılık, “manevî” ya da moral değerler söz konusu olduğu zaman, toplumu ayırt edici özellik olan (norm-role definition) halkın büyük çoğunlukla kabul ettiği değer yargıları açısından, dinsel ve törensel birlik niteliği kazanır. Bu ise, aynı din mensubu olan değişik toplumlar arasında bile farklılık arz edebilir.⁵² Bu farklılığın nedeni de, dinsel ve törensel tezahürlerin değişik semboller ve anlamlarla farklı bir “kutsal” veya “kutsal dışı” olarak anlaşılmasıdır.⁵³ Kutsalın ve kutsal dışının uygulanma alanı, halkın kendi günlük hayatlarında olmasından dolayı, dinin tasviri de kaynaklarına göre farklılık gösterir. Bu bağlamda, antropolojik, etnolojik ve kültürel değerlendirmeler sonucu, “resmî” ve “halk dini” kavramları, aynı dine mensup ulusların, kendi kültür çevresi içinde birbirinden “farklı” oldukları görülmektedir. Bu durum, dünyanın değişik ülkelerinde rahatça gözlemlenebilir. Örneğin Japon Budizmi ile Sri Lanka Budizmi aynı değildir; İspanya Katolikliği ile İrlanda veya Amerika Katolikliği aynı değildir; Suudi Arabistan, İran ve Türkiye İslam’ı da aynı değildir. Bu ayrılığın nedenlerini toplumun kültürlerinde aramak gerekir. Çünkü, belli bir bölge insanının zihnindeki “kutsal” kavramı, oradaki dinin şekillenmesinde kendisini, herhangi bir şekilde gösterir. Aslında bu, her iki kavram arasında karşılıklı ilişki vardır; kültür dinin şekillenmesinde, din de kültürün şekillenmesinde rol oynarlar.⁵⁴

Sonuç olarak, Arap kültür “çevresi” ile İslam’ı kabul eden Türklerin kültür kökeni arasında bir fark ortaya çıkmaktadır. İslam öncesi Arap kültürünün unsurları İslam’ın ilanı ile birlikte “dini” veya “gayri dini” gibi nitelendirme içerisine sokulmuştur. Zira, İslam öncesi uygulamalarının çoğu “putperestlik” olarak değerlendirilmesinden dolayı, İslam’ın geleneksel Arap toplumu arasında yerleşmemesi “korku ve kaygısı”, bu tür davranışların her hangi bir şekilde “kitabileştirilmesi”, “resmîleştirilmesi” ihtiyacını ortaya çıkarmıştır.

Buna karşılık, yaklaşık olarak bin yıl önce Türklerin İslam’ı resmî din olarak kabul etmesiyle birlikte, onların geleneksel zamanlardan sahip oldukları kurumsallaşmış örf, adet ve geleneklerine İslam içerisinde “yer aradıkları” görülür. Eski inançlar kaybolmamış ama şekil değiştirerek yeni din ile “uyuşma” içinde bulunmuştur. Bu ise, iki türlü yol ile gerçekleştirilmiştir: Birincisi, kitabî dinin halk arasında yayılabilmesi için öngörülen “hoşgörü”, ikincisi ise, eski tanrı inancının yeni

⁵² A. R. Radcliffe-Brown, “Taboo”, *Reader in Comparative Religion, An Anthropological Approach*, eds. W. A. Lessa, E. Z. Vogt, New York, 1972, s. 72-83.

⁵³ Clifford Geertz, “Religion as a Cultural System”, *Reader in Comparative Religion*, s. 167-180.

⁵⁴ J. Milton Yinger, *The Scientific Study of Religion*, New York, London, 1970, s. 203-223.

tanrı sıfatlarıyla (veya tersi) yorumlanması ve eski atalar kültürünün yeni *şeyh* anlayışı ile kaynaştırılıp islamleştirilmesidir. Bu iki yol genelde, sözlü kültürlerde daha yaygın bir biçimde kullanılmıştır.

Toplumun islamleştirip de günlük hayatında inandığı ve uyguladığı bir takım davranışların, resmî veya kitabî bir takım kurum ve kişiler tarafından *batıl*, *hurafe* veya *bid'at* olarak nitelendirilmesi, toplum ile sürekli olan kültür arasında boşluk yaratmakta ve dinin çok sınırlı insanlar arasında “tek düze” olarak yaşanmasına neden olmaktadır.

Bunlar ferdi ve toplumsal hayatta kurumsallaşmış önemli gelenek ve göreneklerden olup, İslam ulemasının ortaya koyduğu resmî-kuralcı bir din olmakla birlikte, bazılarına göre, “alternatif İslam” özelliği taşımaktadır.⁵⁵ Halk dini, resmî dini reddetmeyip, onun tebliğ etmiş olduğu dinî inanç ve uygulamaları kabul eder, ama resmî İslam tarafından kesin kes yasaklanmayan İslam öncesi adet ve gelenekleri, yerel veya milli unsurları içerir. Bunun için ulemanın desteğine ihtiyaç duymayıp sadece halkın psikolojik havası içinde, resmî İslam'ın sahip olduğu gibi herhangi bir ulemaya dayanmadan halk uygulamalarında kendisini bulur. Bundan dolayıdır ki, ulema fetvası ile halk uygulamaları arasında farklılık ortaya çıkar.

Geçmiş zamanlarda Müslüman halkların arasında kaydedilen ve şimdi “halk dini” adı verilen inanç ve uygulamalar, günümüzde batı düşüncesinin Müslüman topluluklara girmesinden, modernleşmenin hızlılığından ve eğitim düzeyinin artmasıyla birlikte hayatın rasyonelleşmesinden dolayı yok olmakla karşı karşıya kalmıştır.⁵⁶ Bunun yanında, halk dini dediğimiz davranışlar, devletin sahip olduğu resmî ideolojilerden etkilenmekte olup, folklor olarak değerlendirilmesinden dolayı aşağıya çekilmiş, dinî açıdan değeri göz ardı edilmiştir. Ayrıca, Kuran ve Sünnetin ışığı altındaki “doğru İslam” genel değerlendirmesi, halk dinini tamamen “din” dışına itmekte ve onları “bidat”, “şirk”, “hurafe” gibi adlandırmayla “sonsuz” cehenneme atmaktadır. “Doğru İslam”ın (!) dışladığı bu tür davranışlar mezhep ayırımı yapmaksızın hem Sünnî hem de Alevi ve Şîî geleneklerde bulunmakta olup insanların günlük hayatına canlılık ve renk katmaktadır⁵⁷ ki, daha ileri çalışmaların yapılmasını gerektirmektedir.

Sosyal bilimlerin amacı, insanların kişisel, toplumsal, dinî davranış ve müesseselerini inceleyip “anlamak” olduğuna göre,⁵⁸ alan araştırmaları yoluyla konumuzla ilgili toplanan verilerin resmî din ile halk dini unsurlarının halk arasındaki değerini, etkisini ve işlevini “anlayabilmek” için, Din Fenomenolojisi, Dini Antropoloji, Halk Bilimi ve Folkloru uzmanları tarafından geniş çalışmalar yapılmalıdır. Eğer

⁵⁵ Waadenburg, s. 346.

⁵⁶ Waadenburg, s. 343.

⁵⁷ Harun Güngör, “Türk Alevi-Bektaşî İnanışlarında Şamanlığın İzleri”, *Asya'dan Anadolu'ya Taşınanlar*, Ankara, 1997, s. 1-18.

⁵⁸ Martin Heidegger, *The Basic Problems of Phenomenology*, tr. Albert Hofstadter, Bloomington, 1982, s. 2, 18, 20.

böyle yapılmazsa ele alınan din konularının, halk arasında hangi değerde ve özünün ne olduğu tam olarak “anlaşılamaz”. İnsanların inanç ve uygulamaları, adı geçen alanın uzmanlarınca değerlendirilirse, halk dindarlığının resmi çizilebilir. Eğer bu husus göz ardı edilirse, halkın dini anlaşılabilir ve dolayısıyla da mahiyeti hakkında önemli kanaatler ortaya konulamaz.

Bir kısmı bilinçli, bir kısmı ise bilinçsiz bir biçimde halk inanç ve uygulamalarına karşı tavrı alan Diyanet ve yayın organları, “evrensel” olan İslam dinini, Türkiye’de Arabistan milli dini tarzındaki İslam’ı empoze etmektedirler ki, bu durum da ülkemizde İslam’ın homojen gruplar tarafından uygulanmasına zemin hazırlamaktadır.

Öyleyse, Türkiye’de İslam’ın yaygın bir biçimde inanılıp uygulanması ve gizlice yerleştirilmeye çalışılan Vahhabî geleneğinden uzaklaşmak isteniyorsa, Türkiye’de tespit edilen Halk inanç ve uygulamaları (ki yukarıda da gösterilmeye çalışıldığı üzere, bunların hiç birisi İslam’ın özüne aykırı değildir), halkımızın yüzyıllar boyunca İslam ile yoğurduğu ve sentez haline getirdiği şekli ile yaygınlaştırmak gerekir. Bu ise, Diyanet teşkilatında ve bütün basın yayın organlarında Dinler Tarihi, Din Fenomenolojisi, Halk Bilimi, Din Antropolojisi, Din Etnolojisi, Din Sosyolojisi gibi alanlarda uzman olan şahsiyetlerden oluşan bir ekip istihdam edilmelidir.

KAYNAKLAR

AKOĞLU, Muharrem, *Cahiliyye Dönemi Arap Kültürü’nün Mezheplerin Doğuşuna Etkisi*, E. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Kayseri, 1995.

ANTES, Peter, *How to Study Religious Experience in the Traditions*, BASR Occasional Papers.

ATSIZ, H. Nihal, *Türk Edebiyatı Tarihi*, İstanbul, 1943, s. 35.

AYTÜRK, Nihat, B. Altan, *Türkiye’de Dini Ziyaret Yerleri*, Ankara, 1992

BARTHOLD, W., *Turkestan Down to Mongol Invasion*, tr. V. Minorsky, London, 1977.

BOWMAN, Marion, *Phenomenology, Fieldwork and Folk Religion*. BASR Occasional Papers.

CH’Ü-HSÜN, Kao, “The Ching Lu Shen Shrines of Han Sword Worship in Hsinung nu Religion”, *CAJ*, vol. 5, 1959, s. 221-235.

DANKOFF, Robert, “Kasgari on the Beliefs and Superstitions of the Turks”, *JAOS*, 95, 1975, s. 68-80.

DUNLOP, D. M., “The Khazars”, *The World History of the Jewish People*, 10, ed. C. Roth, London, 1966.

GEERTZ, Clifford, “Religion as a Cultural System”, *Reader in Comparative Religion*, s. 167-180.

GÖRKEM, İsmail, “Türk Dünyasında Yas Törenleri ve Ağıtlar”, *TDA*, Nisan 1992/7, s. 157-188.

GÜNAY, Ünver, H. Güngör, Ş. Kuzgun, H. Sayım, A. Taştan, *Kayseri ve Çevresinde Ziyaret ve Ziyaret Yerleri*, Kayseri, 1996.

GÜNAY, Ünver, Harun Güngör, *Başlangıçtan Günümüze Türklerin Dini Tarihi*, Ankara, 1997.

GÜNGÖR, Harun, “Türk Alevi-Bektaşî İnanışlarında Şamanlığın İzleri”, *Asya'dan Anadolu'ya Taşmanlar*, Ankara, 1997, s. 1-18.

HERBERT, J., *An Introduction to Asia*, London, 1965.

İBN TEYMIYE, Şeyhülislam Ahmed, *İbn Teymiye Külliyyatı*, I, ed. Edip Gönenç, İstanbul, 1986.

İNAN, Abdulkadir, *Manas Destanı*, Ankara, 1972.

JUVAİNİ, Ala-ad-Din Ata Malik, *The History of the World Conqueror*, by J. A. Boyle, Manchester, 1968.

KARAKÖSE, O., ‘Evliya Ziyaretleri’, *Folklor*, Yıl. 3, sa. 28 (tarihsiz), s.15-17;

KAŞGARLI MAHMUD, *Divanü Lügat'it-Türk*, Ankara, 1939.

KİLİSLİ, Muallim Rifat, *Kitab-ı Dede Korkud (ala Lisanı Taife-i Oğuzan*, İstanbul, 1332 (1916).

KÖKSAL, H., ‘İzmir’de ziyaret ve Adak Yeri Olarak Seçilen Kabirlerle İlgili İnançlar ve Uygulamalar’, *Türk Folklorundan Derlemeler*, 1986/1, Ankara, 1986, s. 153-175;

KUZGUN, Şaban, *Hazar ve Karay Türkleri*, Ankara, 1985.

Lessa, William A., Evon Z. Vogt, *Reader in Comparative Religion, An Anthropological Approach*, New York, London, 1972.

MACCERRAS, Colin, *The Uighur Empire (744-840) According to the Tang Dynastic Histories*, Canberra, 1968.

NOUR, Rıza, *Oghouz-Name, Epopee Turque*, Alexandrie, 1928.

OCAK, Ahmet Yaşar, *Türk Halk İnançlarında ve Edebiyatında Evliya Menkabe-leri*, Ankara, 1984.

ORKUN, Hüseyin Namık, *Eski Türk Yazıtları*, Ankara, 1987,

OYMAK, İskender, *Malatya ve Çevresinde Ziyaret ve Ziyaret Yerleri*, Erciyes Üni. Sos. Bil. Ens. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Kayseri, 1994.

ÖGEL, Bahaddin, *Türk Mitolojisi*, Ankara, 1971.

ÖRNEK, Sedat Veyis, *Anadolu Folklorunda Ölüm*, Ankara, 1971, s. 15-37.

RADCLIFFE-BROWN, A. R. "Taboo", *Reader in Comparative Religion*, eds. W. A. Lessa, E. Z. Vogt, New York, 1972, s. 72-83.

SEYİDOV, Mireli, *Azərbaycan Halkının Soy Kökünü Düşünərken*, 1989, Bakı.

SÜMER, Faruk, A. E. Uysal, Warren S. Walker, *The Book of Dede Korkut*, London, 1972.

THOMPSON, E. A., *A History of Attila and the Huns*, Oxford, 1948.

TOGAN, Z. V., *Oğuz Destanı*, İstanbul, 1982.

ULUDAĞ, S. *İslam Açısından Musiki ve Sema'*, Bursa, 1992.

ÜNAL, Mustafa, "Türkiye ve Azerbaycan'da Resmi Din ve Halk Dini Fenomenolojisi", *II. Dinler Tarihi Derneği Konferansı'nda sunulan tebliğ*, Konya, 20-21 Kasım 1998.

ÜNAL, Mustafa, *A Comparative Study of Funeral Customs in Turkey and Azerbaijan with Particular Reference to Pre-Islamic Turkic Aspects*, Birmingham, 1996.

VRİJHOF, P. H., *Official and Popular Religion, Analysis of Theme for Religious Studies*, New York, 1979, s.1.

WAADENBURG, J. D. Jacques, "Official and Popular Religion as a Problem in Islamic Studies" *Official and Popular Religion*, s. 340-386.

YINGER, J. Milton, *The Scientific Study of Religion*, New York, 1970.

YODER, Don, "Toward a Definition of Folk Religion", *Western Folklore*, 33, no 1 (Jan. 1974), s. 1-15.

MEDYAYA ÖZGÜ HALK KÜLTÜRÜ

Ekber Yeşilyurt*

Öncelikle folklorik değerlerimizin bizim için ne kadar önem taşıdığını gösteren sempozyuma katılmanın bana verdiği gururla ve katılımımdan dolayı bu konuda konuşma fırsatı veren sizlere teşekkür ediyorum.

Her milletin kendi ulusal sınırları içerisinde yaşadığı ve yaşattığı bir takım kültürel ve folklorik değerler vardır. Geleneklerimiz, göreneklerimiz, örf ve adetlerimiz bizim için çok önemlidir ve biliyoruz ki insanlığın mevcudiyetiyle sınırlıdır onları yaşamak. Yaşadığımız dünyayı global bir köy olarak tanımlarsak, sınırlar ortadan kalkar, ulaşılan ve paylaşılan bilgi haberleşme araç ve organizasyonları olan görsel ve yazılı medya ile kanalize edilir. Her millet tabii ki hiçbir ayırım gözetmesizin söylüyorum, kendi kültürel ve sosyal değerlerini manevi duygularını ayakta tutarak tüm dünyaya tanıtırken en güçlü, en etkili iletişim araçları olan medyayı yani yazılı, görsel ve işitsel basını kendine araç edinir.

Tabii bizim medya organlarımızın halk kültürüne ve manevi değerlerimize ne kadar yer verdiği ve ne derece uluslar arası bir ortama taşıdığı tartışılır.

Kültürel faaliyetlerimizden biri olan ve Türkiye coğrafyasının tümünü kapsayan bir etkinlik geçen yakın zamanda yapıldı. Bin bağlama çalınarak kültürümüzü yansıtan bir konser düzenlendi, bin bağlamadan tek bir yürek, tek bir ses dinlendi, herkesin yaşaması gereken, tek bir yürek olma mesajı verilmeye çalışıldı. Bugün Avrupa Birliği'ne girme çabaları içinde birlikte çarpması gereken bu yüreğe, bu kültürel etkinliğe medyada ne kadar yer verildi, saniyelere bölerseniz azami belki on belki onbeş saniye süreyle rutin haberler arasında yer aldı. Size soruyorum podyum ve fotomodel dünyasına ayrılan sürenin kaçta kaç?

Bu bağlamda medya organlarının amacı dünya kültür pazarında muhtelif kültürleri bir araya getirmeli ve onları buluşturabilmelidir, madem global bir dünyadan söz ediyoruz artık ve günümüz bilgi çağı, haberleşme çağı diyoruz, bizim medyamız da bunları yapsın. Fakat Türkiye'de medya artık bir pazar... Ve tek bir elin altında. Kartelleşme söz konusu, yani bir holding var ve ona bağlı olan diğer tüm birimler onun direktiflerine uymak zorunda, doğal olarak. O zaman ne oluyor! Tek taraflı haberler sunuluyor insanların önüne, gazetelerde ne kadar dikkatinizi çekiyor kültürel etkinlikler, kaç sütun yer verilmiş, ne kadar deklare edilmiş, kaç cm yer ayrılmış kültürel bir habere!

* Gazeteci-Ressam

Her şeyi yerel yönetimler, belediyeler, dernek, vakıf, üniversite ve benzeri sivil toplum örgütlerinden bekliyoruz, kendi kültürümüzü milletlerarası bir ortama taşımak istiyorsak her şeyi onlardan beklemememiz gerekir. Benzeri dernek ve vakıfların medya ile işbirliği sağlaması ve diğer insanlara bunu basın ve diğer haberleşme araçları ile insanlara aktarılması gerekir. Atalarımızın bize bıraktığı kültürel mirası ve çeşitliliğinin korunarak geliştirilmesi için kültür politikalarının oluşturulması gerekir.

Halkın kültürel yaşama katılabilmesi için elverişli koşulların yaratılması olarak ifade ettiğim bu kültür politikalarını ise bahsettiğim gibi bakanlıklar, yerel yönetimler, belediyeler, kültür dernekleri vakıf ve üniversiteler oluşturur, fakat bu tek başına değil, nerdeyse birinci kuvvet olan basın ve medya organlarıyla oluşturulmalı. Çünkü yaşadığımız kültür, televizyonlarla şekillenen kültürdür.

İşte buradan da yola çıkacak olursak ister ulusal alanda ister uluslar arası alanda halk kültürlerinin medyada değerlendirilmesi, önce medyada bilinçli ve yetenekli uzmanların yer alması ile bu konu ön safhada yer edilecektir.

Halkbilim konusunda deneyimsiz, bilgisiz bir sürü medya ordusu halkın nabzının başka mecralara atmasına sebebiyet verip, batılılaşma kılıfı içinde dejenerasyona ve erozyona uğratılmaktadırlar. Keza medyada gerek yazılı ve görsel, gerek işitsel, asparagas haberler, paparaziler, televoleler, kıl oldum abi-tüy oldum abi gibi bir saçma yığıntı altında kalan kültürel mirasımız yok olmaktadır. Belden aşağı ve benzeri görsellikleri misyon edinip kirlilik yaratılmakta, haberleşme ve iletişim sağlama yerine toplumun her şeyi hileli görmesi sağlanınca, okuma kültürü de onun zevkini de yitirmiş bulunuyoruz.

Hala okur var ve bir sürü kitap yayınlanıyor, fakat basılı yayından bilgilenmek için okumanın etkisi azaldı. Toplumca televizyon izlediğimiz için, reytingler tavana vururken gündem konularını, insanların bildiği ve bizzat yaşadığı şeyleri yazılı halde tekrar onların önüne sürüp, tiraj yükseltmek ve para kazanmak için kitap yazmak da televizyon modasıyla eşdeğer oldu. Ticari amaçla yapıldığı için toplumun gerçek yüzünü yansıtmamakta bunlar. Tıpkı seslendiği hedef kitle olan kadınlara hitaben yazılan kitaplar gibi...

Televizyon okuma kültürünü yok etti, okuma görsel medya kadar etkili değil, çünkü televizyon hem göze, hem kulağa hitap ediyor, şunu hepimiz biliyoruz ki televizyon en etkili iletişim aracıdır. Resimler aklımıza değil duygularımıza seslenir. Bizden düşünmemizi değil, duyumsamamızı isterler. İzleyicinin bilincine egemen olur. Bunları neden söylüyorum, televizyondan düzeyli ve bilinçli etkilenmiyoruz, dediğim gibi halkın öz kültürü dahi televizyondan halka, dejenere edilerek sunuluyor ve böylece kültür erozyonu doğuyor.

Televizyon, izleyiciler tarafından öncelikle bir eğlence aracı olarak algılanmakta, haberler, belgeseller, siyasi ve kültürel yayınlar da dahil olmak üzere, bütün programlar hakkında eğlence değeriyle hüküm verilmektedir.

İnsanlar ve değişik toplumlar birbirleriyle daima alışveriş halindedir. Her hususta olduğu gibi kültür alışverişinde de güçlü olan daha çok etkin olur. Güçlü olmak ifadesiyle kültürel zenginliği kastettiğim gibi. (daha çok medya gücünü kastediyorum.)

Neticede şunu söyleyebilirim ki Türk toplumu olarak mevcudiyetimiz sahip olduğumuz maddi ve manevi mirasımızla ve ondan aldığımız güçle hayat bulmaktadır. Bizim yaşam kaynağımız teknoloji çağına paralel olarak, kültürel ve folklorik değerler olduğunu bilincimize yerleştirelim. Çünkü Avrupa Birliği'ne girmeye hazırlanırken sadece varlığımız değil, Türk toplumu olarak aynı zamanda yaşam tarzımızı, ananelerimizi, kültürel mirasımızı, maddi manevi değerlerimizi de götürüyoruz.

Hepinize saygılar sunuyorum.

TÜRK HALK OYUNLARININ ÖĞRETİMİNDE MEDYANIN KULLANILMASI

Muhittin YILDIRIM

Kitle iletişim araçları ile bunların teknolojilerindeki baş döndürücü değişim ve gelişim, günlük hayatımızı derinden etkilemekte, kişi, topluluk ve ülkeleri birbirine yakınlaştırmada önemli rol oynamaktadır.

Herhangi bir ülkenin bir köyünde meydana gelen olayın yankısı, en kısa zamanda dünyanın diğer ucundaki ülkelere ulaşabilmekte, hatta gündem oluşturabilmektedir.

Tüm bunlar, kitle iletişim araçlarının hayatımızda ne denli önemli, önemli olduğu kadar da etkili olduğunu ispatlamaktadır.

Şurası bir gerçek ki teknolojik değişim, karşısında herhangi bir engel tanımamaktadır. Zira devamlılık, teknolojinin en büyük özelliklerinden biridir. Teknolojiye direnmeler her zaman olmuş, ancak hep sonuçsuz kalmıştır. Tarihte, gelişimden ve değişimden vazgeçip geriye dönüşün tercih edildiğine hiç rastlanılmamıştır.

İçinde bulunduğumuz bilgi çağında teknolojisi en hızlı değişen ve gelişen kitle iletişim araçlarıdır. Uydu teknolojisi günümüzde süratle gelişmektedir. Bu teknoloji ile dünya üzerinde kurulan iletişim ağı; 24 saat yayın yapan TV kanallarının her ülkede aynı netlikte izlenebilmesini, kablolu TV yayınlarının, internet erişim programlarının, ulusal ve uluslar arası haberleşme araçlarının yaygınlaşmasını sağlamış ve evlerimizin birer odası adeta “Öğrenme Merkezi” haline gelmiştir.

Artık insanlar, evlerinde oluşan veya oluşturulan öğrenme merkezleri yoluyla sürekli **öğrenmekte** veya **öğretmektedirler**.

Bundan vazgeçilmesi veya uzak durulması mümkün değildir. Dolayısıyla diğer alanlarda olduğu gibi eğitim-öğretim alanında da kitle iletişim araçlarından ve bu araçların sunduğu olağanüstü imkanlardan sistemli bir şekilde yararlanılması zorunluluğu vardır.

Kitle iletişim araçlarının gelişimi ile birlikte yarar ve zarar muhasebesi uzmanlarca sürekli yapılagelmektedir. Ancak, üzerinde birleştikleri ortak görüş; kitle iletişim araçlarının eğitim ve öğretimde kullanılmasının reddedilmesi yerine bu araçlardan nasıl yararlanılacağı, eğitimin kalitesini düşürmeden maliyetin nasıl azaltılacağı ve eğitim sürecinin nasıl düzenleneceğine dair esasların belirlenerek, uygulamaya konulması noktasında şekillenmiştir.

Çağdaş iletişim araçlarındaki hızlı teknolojik gelişme sayesinde bir kimsenin bundan birkaç yıl önce hayalinden geçiremeyeceği kadar geniş insan topluluklarına bugün erişmek imkanına kavuşulmuştur. Yaşayışımızı etkileyen ortak kültürel, sosyal ve ekonomik güçlerin herkes tarafından iyi anlaşılması için kitle iletişim araçları önemli roller üstlenmektedir.

Özellikle bir medya aracı olarak televizyon, toplumun eğitilmesinde son derece etkilidir. Kablolü ve genel yayın yapan televizyon yayınlarının çeşitliliği, potansiyel olarak onu bütün kitle iletişim araçları içerisinde eğitsel bakımdan en güçlü yere yerleştirmektedir.

Televizyon eğitim düzeyi yüksek kişilerin mevcut bilgilerini büyük ölçüde arttırıp, deneyimlerini genişletebileceği gibi okur yazar olmayanlar ile eğitim düzeyi düşük kişiler için de vazgeçilmesi mümkün olmayan çok değerli bir bilgi kaynağı olabilmektedir.

Çağdaş insan, yüksek bilgi üretimi içerisindeki toplumda yaşamaktadır. Bilgi açlığı içinde kalma yerine, çevresini saran bilgi akışını nasıl düzenleyeceği, bu bilgileri nasıl özümseyeceği ve nasıl kontrol edeceği.

Kuramsal olarak, hemen her konu televizyon programları için malzeme olabilmektedir. Burada yapılması gereken en önemli iş televizyon programlarının, öğrenme çerçevesi içerisinde nasıl yerleştirilebileceği ve alıcı uçtaki kişiler ile öğretici konumundaki kişiler arasındaki iletişimin sağlıklı olarak nasıl kurulacağını belirlenmesidir.

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de kitle iletişim araçları yoluyla eğitim ve öğretim faaliyetleri gerçekleştirilmekte, uzaktan eğitim adı altında sürdürülen bu eğitimle ilköğretim, ortaöğretim, yükseköğretim ve yaygın eğitim düzeyinde programlar hazırlanıp uygulanmaktadır.

Diğer alanlarda olduğu gibi kültürel alanda da kitle iletişim araçlarının çok önemli etkisi bulunmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının dünyanın her köşesinde yaygınlık kazanmasından sonra kültür değerleri de en seri yollardan çeşitli ülkelere ve toplumlara yansıtılabilmektedir.

Teknolojik egemenliğin günden güne bu alana daha fazla girmesi kültür alanındaki alışverişi en üst noktalara doğru arttırmaktadır.

Değişimin yarattığı doğal bir birikim olan gelişme, kültürel alanda da etkisini göstermektedir. Zira teknoloji kültürün gelişmesi için büyük imkanlar vermektedir.

Teknolojinin kültürü olumsuz etkileyebileceği bir gerçek olmakla birlikte teknolojinin ileri olmadığı dönemlerde de kültürel yozlaşmanın yoğun şekilde mevcut olduğu bilinen bir gerçektir. Yani kültürel yozlaşmanın tek nedeninin teknolojik gelişme olmadığı aşikardır. Tüm bunlardan anlaşılacak teknolojinin kültürün yaşatıl-

ması ve geliştirilmesi için çok önemli bir araç olduğu, burada yapılması gereken olumsuz tesirlerden kültürel değerlerin korunması için alınacak önlem ve oluşturulacak direnç noktalarının iyi belirlenmesidir.

Türk halk oyunlarımız, kültürümüzün temel öğelerinden birisidir. Halkımızın ortak duygularını taşıması itibariyle milletin özelliğini oluşturan unsurlar arasında yer almaktadır. Toplum hayatının her çeşit faaliyetlerinde yer alan sanat türleri içerisinde oluşum ve ifade zenginliği bakımından en renkli ve en hareketli bir kaynaşma vasıtası olmuştur. Bu özelliklerinden dolayı halk oyunlarımız, toplumun duygularında ortak bir anlam, düşüncelerinde milli bir şuur oluşturmaları, toplum kaynaşması ve dayanışması sağlaması açısından da bir “yaygın eğitim” vasıtası olarak değerlendirilmektedir.

Yaygın eğitim vasıtası olarak değer bulan Türk halk oyunlarımızın okulöncesi eğitimi çağındaki çocuklarımız da dahil olmak üzere örgün ve yaygın eğitim kurumlarındaki tüm öğrencilerimiz, okul ve kurumlar dışındaki dernekler, vakıflar, kurum ve kuruluşlar ile gönüllü kuruluşlardaki kişiler tarafından doğru biçimde öğrenilmesi ve icra edilmesi yönünde çeşitli önlemler zaman içinde alınmaya çalışılmıştır.

Milli Eğitim Bakanlığı kendi mevzuatında, Türk halk oyunlarına ders, eğitsel kol faaliyeti vb. isimler altında yer vermiş ve uygulanmasını sağlamıştır. Bu faaliyetleri yürüten öğretmen ve yöneticileri de desteklemek ve özendirmek amacıyla “egzersiz ücreti” adı altında ilave bir ödeme gerçekleştirilmektedir.

Ayrıca, yurtiçi ve yurtdışı yarışma, festival, şenlik vb. etkinliklere katılan halk oyunları toplulukları Bakanlığın imkanları ölçüsünde desteklenmektedir.

Aynı duyarlılık, Türk halk oyunları alanında faaliyet gerçekleştiren dernek, vakıf, kurum ve kuruluşlarca da gösterilmektedir.

Kültürümüzün en önemli ögesi olan oyunlarımız bir yandan aslına uygun şekilde yozlaştırılmadan yaşatılmaya çalışılırken, diğer yandan bir eğitim vasıtası olarak okul ve kurumlar bünyesinde etkin şekilde yürütülmesi için çaba gösterilmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı yaygın eğitim amaçlı düzenlenen halk oyunları kurslarında öğretici olarak görev yapmak üzere yılda 2.000’den fazla kişiye ders ücreti ödemektedir. 1995 yılından itibaren de Türk Musikisi Devlet Konservatuvarı Türk Halk Oyunları bölümü mezunlarından kadrolu Türk halk oyunları öğretmeni istihdamı yapmıştır.

Örgün eğitimde haftalık egzersiz ücreti karşılığında görev yapan öğretmen ve yönetici, yaygın eğitimde görev yapan usta öğretici ve kadrolu öğretmenlerin sayısı ve buna ayrılan bütçeye bakıldığında Türk halk oyunları öğretiminde ayrılan kaynak ve gösterilen duyarlılığın hiçte küçümsemeyecek düzeyde olduğu anlaşılacaktır.

Ülkemizdeki Türk halk oyunları eğitimi tamamen “geleneksel yöntem” ve “klasik yöntem” dediğimiz yöntemlerle yüz yüze yapılmaktadır. Doğru ve geçerli

olanı da budur. Ancak tüm alanlarda olduğu gibi Türk halk oyunları öğretiminde de kitle iletişim araçlarının imkanlarından olabildiğince yararlanılması kaçınılmaz bir gerekliliktir.

Oyunlarımızın gerek yurtiçinde gerekse yurtdışında yaşayan vatandaşlarımıza geleneksel veya klasik yöntemlerle yüz yüze öğretilmesi; teknik, uygulama ve ekonomik bakımdan her zaman için mümkün olamamaktadır.

Büyük yerleşim birimlerinde yeterli sayıda halk oyunları öğretmen ve öğreticisi bulunabilmektedir. Ancak uzak yerleşim birimlerinde ve yurtdışında bu imkanın bulunması söz konusu değildir.

Bugün sayısı yüzbinlerin üzerinde olan okul ve kurum, yurtdışında görev yapan binlerce öğretmen aynı şekilde orada yaşayan vatandaşlarımız tarafından kurulmuş dernek, kurum ve kuruluş bulunmaktadır.

Dolayısıyla medyanın imkan ve gücü kullanılmak suretiyle diğer alanlarda olduğu gibi halk oyunları alanında da öğretime yönelik çalışmaların başlatılması son derece yarar arz etmektedir.

Bugün birçok okul ve kurum nitelikli öğretici ve oyunlara eşlik edecek müzisyen bulamamakta, çok arzu etmesine rağmen halk oyunları alanında faaliyet gösterememektedirler. Bu nedenle, gerek oyunların öğretimi gerekse bu oyunları destekleyici görsel, işitsel ve yazılı materyallere ihtiyaç duyulmaktadır.

Halk oyunlarına ilgiyi daha da arttırmak, katılımı fazlaştırmak amacıyla, başta Milli Eğitim Bakanlığı olmak üzere, Üniversiteler, Kültür Bakanlığı ve ilgili diğer kuruluşlar işbirliğinde görsel ve işitsel Türk halk oyunları öğretim materyalleri hazırlanması çalışmalarının bir an önce başlatılmasında büyük yarar vardır.

Görsel ve işitsel Türk halk oyunları öğretim materyallerinin olumlu ve olumsuz yönleri tabi olarak tartışılması gereken bir konudur. Öğretimin, oyunların ve müziğin standartlaştırılmasına dönük tereddütler dikkate alınması ve üzerinde titizlikle durulması gereken çok önemli hususlardır. Örneğin; oyunları tam ve doğru olarak bilmeyen bir öğretici ve yöre müziklerini yöresel tavrına uygun çalamayan müzisyenlerle gelişigüzel hazırlanıp, yurtiçi ve yurtdışına dağıtılacak görsel ve işitsel materyalin beraberinde birtakım olumsuz sonuçlar doğuracağı kaçınılmazdır.

Bu olumsuzluğun giderilmesi de çok büyük kaynak ve emek israfına neden olacaktır.

SONUÇ VE ÖNERİ

Medya tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de önemli bir güçtür. Televizyon, radyo, telefon, faks vb. araçlar evimize, işyerlerimize, araçlarımıza kadar girmiştir. Bu güç, sınırlıda olsa eğitim ve öğretim alanında kullanılabilir. Diğer alanlarda olduğu gibi Türk halk oyunları öğretiminde de medyanın kullanılması büyük yarar getirecektir.

Çünkü, ülkemizdeki okul ve kurumların büyük çoğunluğu halk oyunları faaliyetleri için öğretici sağlayamamakta, öğretici bulsa dahi yarışma ve gösterilerde eşlik edebilecek müzisyen temin edememektedir.

Bir öğretici ile yarışma ve gösterilerde eşlik edecek müzisyenlerin dönem maliyeti, okul ve kurumların gücüyle karşılanabilecek düzeyde değildir. Öyle ki, bir halk oyunları derneği bir yıl süresince üyelerinden aldığı aidat, çeşitli şekillerde sağladığı gelirlerin tamamını hatta fazlasını bir gösteride eşlik eden müzisyen grubuna vermek zorunda kalmaktadır.

Aynı durum, okullar için de söz konusudur. Bir yıllık gelirlerin bir gösteri için eşlik eden müzisyen grubuna verilmesi Türk halk oyunları öğretiminde caydırıcı rol oynamaktadır. Bu nedenle; okullar, dernekler ve diğer kuruluşlar bu faaliyetlerini olabildiğince azaltmaya başlamışlardır.

Diğer yandan yurtdışında görev yapan binlerce öğretmenimizin yararlanabileceği görsel ve işitsel halk oyunları materyali 1960'lı yıllarda hazırlanmış, ancak geliştirilememiştir.

Tüm bu ihtiyaçlardan hareketle her yörenin ayrı olmak üzere, Türk halk oyunları öğretim kasetleri ve bu kasetleri destekleyecek birkaç versiyonlu sayı ve metronoma uygun müzik CD'leri hazırlanmalı ve dağıtımı yapılmalıdır.

Bu materyallerin hazırlanmasında yörede ustalığı herkes tarafından kabul görmüş oyuncu ve müzisyenlerden yararlanılması bu alanda yapılacak hataları en aza indirecek, gerek yurtiçinde gerekse yurtdışında Türk halk oyunlarına karşı ilgi ve katılım birkaç kat arttıracaktır.

Oyunlarımızı yozlaştıracak, oyunlara canlı müzik eşliğini ortadan kaldıracak, yapılan bir yanlışlığın ve eksikliğin düzeltilmesi imkansız olacak diye hiçbir şey yapmamaktansa, kitle iletişim araçlarının ve bu bağlamda medyanın imkan ve gücünden yararlanılarak, ustalıkları herkes tarafından kabul gören öğretici ve müzisyenlerle detaylı çekim ve kayıtlarla hazırlanan görsel ve işitsel materyallerin en azından kişi, kurum ve kuruluşların prova ve çalışmalarını da yarar sağlayacağı ve büyük bir ihtiyacı karşılayacağı gözardı edilmemelidir.

Ulusal ve yerel medyanın günlük ve haftalık programları içerisinde halk oyunları öğretimine yönelik programlara yer vermesi, ilgi ve katılımı olabildiğince arttıracaktır. Ayrıca, görsel ve işitsel materyallerin hazırlanması kültürümüzün ülkemizde ve ülkemiz sınırları dışında yaşayan tüm vatandaşlarımıza en kısa ve en etkin şekilde ulaştırılmasında yarar sağlayacaktır.

Tüm bunlarla birlikte esas olan sadece geleneksel ve klasik öğretim yöntemi veya sadece uzaktan öğretim yöntemi değil, geleneksel ve klasik öğretim yöntemleri ile uzaktan eğitim yöntemlerinin Türk halk oyunları alanında birlikte kullanmak ve yaygınlaştırmaktır.

KAYNAKÇA

- Türk Halk Oyunları Yöre Oyunları Öğreticisi Yetiştirme Kursu Halk Oyunları Öğretim Yöntemleri Ders Notları. Çıraklık ve Yaygın Eğitim Genel Müdürlüğü-1996

- Türkiye'de ve Dünyada Yetişkin Eğitime Toplu Bakış, UNESCO Yayınları, Milli Eğitim Basımevi-1986

MEDYATİK DİL ALANLARI: REKLAM/CILIK DİLİ ÜZERİNE METİN DİL BİLİMSEL BİR İNCELEME DENEMESİ

Yrd. Doç. Dr. Engin YILMAZ*

Reklam ve reklamcılık, tüketim kültürü ile halk kültürünün karşılıklı etkileşimini yansıtan; Pazar ekonomisinin gelişmesi sonucunda, özellikle tüketici firmalarla tüketiciler arasında doğan “İletişim boşluğu”nu gideren bir “Mesajlar bütünü”dür. Reklam ve reklamcılık, bugün yaşamımızı şekillendiren ve yansıtan en önemli kültürel unsurlardan biridir. Öyle ki, Reklam ve Reklamcılık artık günlük yaşantımızın kaçınılmaz bir parçası haline gelmiştir. Bütün medyatik alanları kapsayan ve hemen hemen hiçbir sınır tanımayan reklamcılık, açıkça özerk bir var oluşu ve muazzam bir etki gücüne sahip geniş bir üst yapıyı oluşturmaktadır (Williamson 2001:11).

Reklam ve reklamcılık yeni bir kültürel açılım oluşturmada; milli kültürün ve milli kimliğin en önemli unsurlarından ve belirleyicilerinden birisi olan “Dil”in iletişim işlevlerinden yararlandığı gibi, kültürün yapı taşlarından “Din” müessesesinden ve folklorik göstergelerden (giyim-kuşam, gelenek-görenek v.b.) de yararlanmaktadır.

Bu araştırmada TV’de yayınlanan reklamlar üzerine; Metin Dil Bilimi’nin (text linguistics) ilkeleri ve yöntemleri ışığında dil bilimsel bir inceleme yapılmıştır. **TV Reklamları** birer metin (text) olmaları dolayısıyla Metin Dil Bilimi’nin Bağdaşıklık ve Tutarlılık ilkeleri doğrultusunda (1. Bağdaşıklık Görünümleri: Kişi Zamirleri, Aynı sözcüğün yinelenmesi, Karşıt anlamlı sözcüklerin kullanılması, Aynı kavram alanından sözcüklerin kullanılmaları, Yapı Yinelemeleri (Paralelism) 2. Tutarlılık Görünümleri: Özelleştirme, Sebep-Sonuç İlişkileri, Amaç (Sebep) Bağlantısı, Zaman Bağlantısı “Şekil-zaman ekleri, zaman zarfları” incelemeye tabi tutulmuştur. Ayrıca TV’de yayınlanan reklamlar kapsamlı bir iletişim sürecinin parçası ve sonucu olmaları dikkate alınarak; [Kaynak (Metin Üretici), Kanal (Reklam Ortamı), Mesaj (Bildirim), Hedef Kitle (Metin Çözücü)] İletişim unsurları ve ilkelerinden ve bu iletişim sürecinde –özellikle daha etkin rol oynayan –Kaynak ve Hedef Kitle’nin psikolojik ve sosyal özellikleri göz önünde bulundurularak da Sosyal Psikoloji verilerinde yararlanılmıştır.

İnceleme konusu olan metinler hem göze hem kulağa hitap etmeleri açısından, günümüzün en etkili kitle iletişim aracı olan TV’lerdeki reklamlardan elde edilmiş

* Sakarya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe Eğitimi Bölümü, Öğretim Üyesi

tir. 05 Kasım 2002 – 20 Kasım 2002 tarihleri arasında Ulusal düzeyde yayın yapan TV Kanallarında (Show TV, Star TV, CNN Türk, Kanal D, A TV) yayınlanan reklamların ses kayıtları yapılmış ve bu kayıtların tarafımızdan çözümlenmesi sonucu 100 adet reklam metni oluşturulmuştur. Araştırmanın kapsamını; sadece TV reklamları ve onların dilsel mesajları (yazılı/sözlü) teşkil etmektedir. Yazılı ve sözlü mesajları destekleyen fon müziği, ışık, grafik v.b. hareketli veya hareketsiz çeşitli görsel yada işitsel unsurlar değerlendirilmeye alınmamıştır.

Araştırma 3 bölümden oluşmaktadır. **1. Bölüm** olan **Giriş Bölümü**'nde; Reklam ve reklamcılık hakkında genel bilgi ve tanımlara yer verilmiştir. **2. Bölüm:** Bu bölümde, Reklam Metni yazarların, reklam metni oluştururken nelere dikkat ettikleri, mesajlarını nasıl ifade ettikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda, Reklam metni yazarların (Metin üreticilerin): **Hedef Kitlenin** Sosyo-Demografik özelliklerini (Yaş, cinsiyet, zeka, din, ekonomik düzey, eğitim seviyesi, sosyal statü); reklamın amacını (İlgili Ürün/hizmetin Birincil talep yaratma amacıyla mı, yoksa seçici talep yaratma amacıyla mı reklamının yapıldığını); ürün kategorisi(Gıda, temizlik/kişisel bakım, İletişim, Otomotiv v.b.); zaman kriterini (Reklamı yapılan ürün/hizmeti hemen satın almaya/kullandırmaya mı, yoksa uzun vadede satın almaya/kullandırmaya mı yönelik olduğu); coğrafya kriterini (Yerel/Ulusal/Uluslar arası/Global bir reklam olduğu) ve özellikle yerel motiflerin ağırlıklı olarak kullanıldığı reklamlarda ne gibi standart dışı dil kullanımlarının olduğu (yani dilsel sapmalar olduğu) ve Reklam metinlerinde ne gibi kavramların/olguların işlendiği (Farklılaştırma (Unique), Vaat (Proposition), Yenilik, Doğallık, Ürün/hizmet kalitesi, Kullanım kolaylığı (İşlevsellik), Hatırlanma, bellekte yer etme v.b.)belirlenmeye çalışılmıştır.

3.Bölüm: Bu bölümde bazı reklam metinlerinin ayrıntılı dil incelemelerine yer verilmiştir.

Araştırma, Sonuç, Kaynakça ve Genel dizin bölümleriyle sona ermektedir.

1.GİRİŞ

Reklam kavramı **işletmeler** (kurumlar) açısından ele alınabileceği gibi, **tüketiciler** açısından da değerlendirilebilir. Durumu işletmeler (kurumlar) açısından ele aldığımızda; üretilen mal ve hizmetlerin tüketicie duyurulması pazarda yer alan aynı tür mal ve hizmetlerin çokluğu yüzünden tüketicinin, o işletmenin ürettiği mal veya hizmeti tercih etmesi için ikna edilmesi, ürüne olan ihtiyacın ve talebin canlı tutulması açısından reklamın inkar edilemeyecek katkıları vardır (Kocabaş ve Elden, 2001:13). Tüketici gözüyle reklam ise; pazarda kendi ihtiyaçlarına cevap veren binlerce ürün arasından kendi yararına en uygun ve rasyonel bir seçim yapmasına yarayan bir araç olduğu gibi, çeşitli mal ve hizmetleri tanıtan, bu mal ve hizmetleri nereden, nasıl, ne fiyatla sağlayabileceğini ve ne şekilde kullanacağını ta-

nımlayan, günümüz yaşam biçiminde zaman açısından tüketiciye yardımcı olan bir yapı özelliği göstermektedir.

Üretici ve tüketici arasındaki mesafenin giderek arttığını, üretici ile tüketicinin doğrudan iletişiminin zayıfladığı düşünüldüğünde; ortaya çıkan bu **iletişim boşluğu** doldurulmasında bir iletişim şekli olan reklamın ve reklamcılığın ne kadar önemli birer etken olduğu anlaşılacaktır.

Reklam, Reklamcılık nedir? Reklam veren kimdir?

Reklamı çeşitli şekillerde tanımlamak mümkündür: TDK' nın hazırladığı Türkçe Sözlük' te **“Reklam** (Fr. Reclame) Bir şeyi halka tanıtmak, beğendirmek ve böylelikle sürümünü sağlamak için denenen her türlü yol” olarak tanımlanmaktadır (TDK 1998). Yüksel Ünsal' a göre; **“Reklam;** Bir işin, bir malın veya hizmetin para karşılığında, genel yayın araçlarında tarif edilerek geniş halk kitlelerine duyurulmasıdır” (Ünsal 1984:12). Ralph Calsser'in tanımına göre ise; **“Reklam;** Bir mala ya da hizmete ilişkin bir iletiyi (mesajı) sözlü yada görüntülü olarak Pazar birimlerine sunmak için yapılan eylemlere reklam yapmak denir” (Classer 1972:30). Kemal Kurtuluş ise reklamı şöyle tarif etmektedir: **“Reklam;** Tüketicileri bir mal veya markanın varlığı konusunda uyarmak ve mala veya markaya, hizmet veya kuruluşa doğru eğilim yaratmak amacıyla göze veya kulağa hitap eden mesajların hazırlanması, bu mesajların yayılmasıdır”(Kurtuluş 1981:27). Judith Williamson'a göre: **“Reklamın** açık işlevi şeyleri bize satmaktır. Reklamlar, sadece satmaya çalıştıkları ürünlerin doğasında var olan nitelik ve özellikleri değil, bu malların bizim için ifade ettikleri değişim değerlerini anlatır...Reklam 'Şeyler' in bu ifadelerini, insan ifadeleri olarak bize tercüme eder; onlara insani olarak bir simgesel değişim-değeri verilir. Reklamlar, daha çok nesnelere dilini insanları diline dönüştürebilen ve tersini yapabilen bir yapı oluşturur” (Williamson 2001:12). Amerikan Pazarlama Birliği'nin **reklam** tanımı şöyledir: “Bir malın, bir hizmetin veya fikrin bedeli verilerek ve bedelin kimin tarafından ödendiği anlaşılacak biçimde yapılan ve yüz yüze satış dışında kalan tanıtım faaliyetleridir” (Ünlü 1987:7). Hasan Olalı, **reklamı** “Bir işletme veya işletmeler grubunun yararına kazanç temin etmek, onları geliştirmek, yeni müşteriler çekmek için toplu bir şekilde yararlanılan teknik araçların bütünüdür” (Inceoğlu 1985:165). Ömer Aşıcı, **reklamı** “Reklam; ya satın alınan sürekliliğini yada tüketicinin diğer bir mala kaymasını sağlamak konusunda tüketicilere etki etme amacını güden işletme faaliyetlerinin ek gider unsuru biçiminde” tanımlamaktadır (Aşıcı 1984:211). Bir ve Maviş ise **reklamın** amacını “Ele aldığı mal ve hizmetleri hoşça giden tarafları ile tanıtarak kişilerde yeni ihtiyaçlar yaratmak” olarak belirtmektedir (Bir ve Maviş 1988:18). 23.2.1995 tarih ve 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 17 ve 31. maddelerine dayanılarak hazırlanan “Reklam Kurulu Yönetmeliği”nde **reklamın** tanıtımı şu şekilde yapılmaktadır: **“Ticari ilan ve reklam:** Mal veya hizmetleri tanıtmak, hedef kitleyi oluşturu-

ranları bilgilendirmek ve ikna etmek, satışının veya kiralanmasını saptamak yada arttırmak amacıyla kişi, kurum veya kuruluşlar tarafından bir bedel ödenerek herhangi bir vasıta ile yayımlanan pazarlama haberleşmesi niteliğindeki duyuru”dur (Kocabaş, Elden 2001 Ek 1’den alıntı:190). 20.11.1995 tarihinde Resmi Gazete’nin 22117 sayılı nüshasında yayınlanan RTÜK Reklam Yayın İlkeleri ve Usulleri İle Reklam Gelirleri Üst Kurul Paylarının Ödenmesi Hakkındaki Yönetmelik madde 4’te reklam şöyle tarif edilmektedir: “Bir ürün veya hizmetin satılmasını, satın alınmasını veya kiralanmasını sağlamaya, bir davayı veya fikri yaymaya veya reklamcının istediği başka etkileri oluşturmaya matuf bir bedel karşılığı veya benzeri mülazımata reklamcıya iletim zamanında tahsis edilen kamuya yönelik duyurular reklam olarak tanımlanır”

Reklam veren/reklamcı kimdir?

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı’nın Resmi Gazete’nin 21.12.1995 tarih, 22500 sayılı nüshasında **reklam veren** şu şekilde tanımlanmaktadır: “Ürettiği yada pazarladığı ürünün/hizmetin tanıtımını yaptırmak, satışını arttırmak veya imajını yaratıp güçlendirmek amacıyla hazırlattığı, içinde firmasının yada ürün/hizmet markasının yer aldığı reklamları yayınlamak, dağıtmak yada başka yollarla sergilemek üzere bedel ödeyen kişi yada kuruluştur” (Madde 3 Tanımlar:25). 20.11.1995 tarihinde Resmi Gazete’nin 22117 sayılı nüshasında yayınlanan RTÜK Reklam Yayın İlkeleri ve Usulleri İle Reklam Gelirleri Üst Kurul Paylarının Ödenmesi Hakkındaki Yönetmelik madde 4’te reklamcı şöyle tarif edilmektedir: “reklam yapmak amacıyla yayıncıdan kendisine iletim zamanı tahsis edilmesini isteyen gerçek yada tüzel kişiler reklamcı sayılır” (Kocabaş, Elden 2001 Ek-4’ten:208-209).

Reklamcılık nedir?

Metin İnceoğlu’na göre reklamcılık: “Bir mal veya hizmetin sürüleceği piyasanın ve bu mal yada hizmetin alıcısı olacakların tanınması için yapılacak araştırmalar, reklam amacının, reklam giderlerinin ve mesaj türlerinin tasarlanması, reklam bütçesi, reklamın ne zaman yapılacağı, hangi iletişim araçlarının kullanılacağı konusundaki kararlar ve reklam içeriğinin hazırlanması gibi faaliyetlerin bütünüdür” (İnceoğlu 1985:165).

2. REKLAM METİNLERİNDE ORTAK KAVRAMLAR/OLGULAR

1.MAL (ÜRÜN) REKLAMLARI (74 Adet)

- Gıda/Yiyecek:28 adet
- Temizlik/Kişisel Bakım Ürünleri:28 adet
- Ev Mobilyası/Ev Eşyaları:8 adet
- Otomotiv Sektörü:7 adet
- İletişim:3 adet

2. HİZMET (İŞLETME, KURUM) REKLAMLARI (26 Adet)

- Bankacılık Sektörü: 8 Adet
- İletişim: 12 adet
- Sigorta: 2 Adet
- Firma/Şirket: 4 Adet

1. Gıda/Yiyecek Reklamları

Ekonomik/Uygun Fiyat: Ekonomik (Frutia) gülümseyen fiyat (Frutia), hesaplı (Halk Kâse Margarini-2 defa), çok ekonomik (Tamek Salçacık)

Kalite: kaliteli (Halk Kâse Margarini-2defa)

Ses Yansımali Kelimeler/Ünlemler: Hımmm! (B.Yağ, Eti Cici Bebe, Kinder Surprise, Pınar Sosis, Tamek Salçacık), lıkır lıkır, lık lık lık lık lıkır lıkır, lık lık lıkır lıkır, lıkır lıkır (Frutia), Vaavv! (Kinder Surprise), Ah! (Pınar Kaymaklı Yoğurt), Ha, ha, ha! (Sunny)

Hatırda Kalma: mini minimix, mini minimix, mini mini mini mini minimix (Minimix)

Anlam Değişmecesı: Bizim Mutfak (B.Yağ), Bizim gibi lezzetlisi (B.Yağ), Halk'ın Kâse Margarini (Halk Kâse Margarini), Halk'ı seçmenin verdiği keyif (Halk Kâse Margarini), Köy Güzeli (Pınar Kaymaklı Yoğurt), İsteyelim şu yoğurdu (Pınar Kaymaklı Yoğurt)

Lezzet/Tat/Keyif: Lezzetli (B.Yağ, Sek Yoğurt), Sofra Keyfi (Coca Cola), **lezzet** (Eti Cici Bebe, Eti Çay Keyfi, Lipton, Pınar Kaymaklı Yoğurt-3 defa, Pınar Süt, Pınar Şişe Süt, Sana, Süttaş Ayran-2 defa, Süttaş Kolay Cacık-2 defa, Tamek Salçacık, Yayla), tat (Eti Çay Keyfi, Frutia, Nesquik-2 defa), ağzının tadı (Tikveşli), keyif (Eti Çay Keyfi-2 defa, Nescafe), nefis (Minimix, Nesquik, Pınar Sosis), afiyet (Mi-

nimix), damak zevki (Pınar Kaymaklı Yoğurt)

Doğallık/Gerçeklik/Tazelik: doğal (Minimix, Pınar Kaymaklı Yoğurt-2defa, Sek Yoğurt, Sütaş Ayran, Sütaş Kolay Cacık), gerçek (Pınar Süt-2 defa, Pınar Şişe Süt-6 defa), ilk doğallığında (Pınar Şişe Süt-2 defa), tazelemek (Delete Extra, Firts Oxygen), taze (Sek Yoğurt), doğa (Yayla)

Yenilik: Yeni (Delete Extra, First Oxygen, Pınar Süt), yepyeni (First Oxygen, Pınar Şişe Süt-2 defa)

Unique: benzersiz (Kinder Surprise), eşsiz (Nesquik), tek (Nesquik), dillere destan (Pınar Kaymaklı Yoğurt), eşi benzeri yok (Pınar Kaymaklı Yoğurt), tam (Pınar Sosis), Türkiye’de ilk defa (Pınar Şişe Süt-2 defa), en önemli (Pınar Şişe Süt), en güzel (Sana-Güzel Hamur İşleri ve Tatlılar Kitabı), farkı (Sek Yoğurt), kullanımı en kolay (Tamek Salçacık)

Dinsel motifler: Ramazan (Eti Çay Keyfi, Nescafe, Sana-Güzel Hamur İşleri ve Tatlılar Kitabı), 11 ayın sultanı Ramazan (Sütaş Ayran), Bayram (Nescafe-2 defa), iftar (Sütaş Ayran-2 defa, Sütaş Kolay Cacık-2 defa), iftar vakti (Tikveşli), sahur (Sütaş Ayran, Sütaş Kolay Cacık), top atılmak (Sütaş Kolay Cacık), Ramazan Sofrası (Sütaş Kolay Cacık)

Pratiklik (Kullanım kolaylığı): pratik (Sütaş Ayran), kolay (Sütaş Kolay Cacık), her an hazır (Sütaş Kolay Cacık), kullanımı en kolay (Tamek Salçacık)

2. Temizlik/temizleyici Ürünler

Ses Yansımali Kelimeler/Ünlemler: Ah! , Eyvah! (Calgon), cırt cırtlı, cırt cırt, cırt cırtlı; cırt cırtlı, cırt cırt, cırt cırt, cırt cırtlı (Can Bebe)

Ekonomik: ekonomi (Domestos), çok ekonomik (Nivea-Soft, İpek Şampuan)

Doğallık/Gerçeklik: gerçek (Domestos), taze (Vernel), canlı (Vernel)

Leke/Kir: leke (Ariel-2 defa, Cif Krem-5 defa), lekesiz (Ariel), kir (Domestos), mikrop (Domestos, Solo-2 defa)

Temizlik/Beyazlık: temizlik (Ariel-2 defa, Hes Color-Matik, Solo), temizle(n)mek (Cif Bulaşık-Deterjanı-2 defa, Cif Krem-2 defa, İpana), tertemiz (Ariel, Hes Color-Matik), kireç (Calgon-3 defa), kireç önleyici (Calgon), ıslıl ıslıl (Cif Bulaşık Deterjanı), hijyen (Domestos-2 defa), beyaz (İpana), beyazlık (Omo, Rinso, Signal), beyazlatmak (İpana-2 defa), beyazlatıcı (Signal)

Unique: mükemmel (Ariel, Calgon, Cif Bulaşık Deterjanı, Cif Krem, Rinso, Signal), üstün (Calgon, Cif Bulaşık Deterjanı), özel (Can Leydi), güçlenmek (Cif Krem), geliştirilmek (Cif Krem), “En iyisi, daha da iyi” (Cif Krem), rakipsiz (Domestos), yüzde yüz (Domestos), benzersiz (Domestos-2 defa, Dove-2 defa), hiç olmadığı kadar (Elseve), tam (Gillette), en iyi yol.u (Gillette), etkili (Hes Color-Ma-

tik,, Nivea Soft), süper (Selpak-3 defa)

Yenilik: yenilenmek (Ariel-2 defa, Cif Krem), yeni (Can Leydi, Cif Bulaşık Deterjanı, Cif Krem, Dove, Elseve-2 defa, İpana, Rinso-2 defa, Vernel-2 defa), yepyeni (Vernel)

Kalite: kalite (Omo)

Pratiklik: kolayca (Nivea Soft), rahatça (Omo)

Anlam Değişmecesi: Orkide (Hem çiçek, hem ürün adı olarak)

Kişileştirme Sanatı: “Saçlarım söz dinliyor” (Elseve)

Dilsel Sapmalar: alakesı (Orkide-2 defa), arhadaş (Orkide)

3. Diğer Ürün ve İşletme Reklamları

Ses Benzerliği: Seden//neden (Adopen), bu hafta mu hafta; pirinç mirinç, ayçiçek yağı mayçiçek yağı, patates matates, indirim mindirim (Migros)

Ekonomik: çok ekonomik (Ford TDCI)

Unique: harika (Arzum), mükemmel (Arzum), en ince noktası (Profilo), çok iyi (Profilo), Dünya'nın en büyük plazma Televizyonu (Samsung), bambaşka (Ericsson r-600), en yüksek (Koç Finansal Hizmetler), tek (Koç Finansal Hizmetler), yüksek (Türkiye İmar Bankası-4 defa), Türkiye'de en çok noktada (World Kart), en iyi, en uygun (A-net), sınırsız erişim (A-net), olağanüstü (Aria), benzersiz (Aycell), en uygun tarife (Aycell), tek eser (Sabah), inanılmaz (Sabah), Türkiye'nin en iyi gazetesi (Sabah), en iyisi (Migros), en keyiflisi (Migros), en süper, en güzel (Türk Petrol), Türkiye'nin en meşhur şapkası (Türk Petrol)

Pratiklik (Kullanım kolaylığı): çok pratik (Arzum)

Doğallık/Gerçeklik: gerçek (Profilo, Fanatik, Gözcü)

Yenilik: yeni (Aycell, Castrol, Citroen C-5, Ford Transit-Connect-2 defa, Ford TDCI, Koç Finansal Hizmetler-2 defa, Toyota Corollar-2 defa)

Proposition (Vaat): 4 ve yeni 3 litrelik ambalajlarında on binlerce yağmurluk var (Castrol), inanılmaz fiyat avantajları (Peugeot), ücretsiz chek-up (Peugeot), hediye polar mont (Ericsson R-600)

Dilsel Sapma: Uşaklar (Aria), hamsi baluğı (Aria), oynayacağız (Aria), uyy (Aria-2 defa), daa (Aria-2 defa), cel cel, cel, cel (Aria), garar verdik (Türk Petrol)

Anlam Değişmecesi: “ Al Baraka Türkiye'nin kalbinde” (Al Baraka Türk)

Dinsel Motifler: Ramazan (Güneş, Türk Petrol), Kuran (Güneş), kader ve kıyamet (Güneş), mucize (Güneş), Ramazan Armağanı (Sabah), Hz. Adem, Hz. Muhammed (Sabah), Peygamber (Sabah-2 defa), Peygamberlik (Sabah-2 defa)

GENEL DÖKÜM

Unique (Farklılık): %65

Proposition (Vaat): %4

Yenilik: %31

Doğallık/Gerçeklik: %26

Pratiklik: %7

Ürünün Ekonomik Oluşu: %9

Kalitelilik: %3

Dinsel Motifler: %15

Tat/Lezzet: %31

Leke/Kir: %12

Temizlik/Beyazlık: %25

Değişmeceli Anlam Kullanımı: %8

Anlam Derecelendirmesi: %2

Benzetme: %1

Dinsel Sapmalar: %21

Ses Benzerliği, Ses Yansımaları Kelimeler, Ünlemler: %14

Kişileştirme: %1

3. AYRINTILI REKLAM İNCELEMELERİ

3.1. Cif-Krem

“Şimdi sıradan bir yumurta nasıl korkunç bir lekeye dönüşür izleyelim:

O artık zor bir leke.

Hatta daha da zor bir leke.

...Ve şimdi bu korkunç leke nasıl temizlenir, görelim:

Cif-Krem, yenilendi, güçlendi. Geliştirilmiş formülüyle hassas yüzeyleri çizmeden mükemmel temizliyor. Yani korkunç leke tanımıyor.

Yeni Cif-Krem: En iyisi şimdi daha da iyi.”

- Sıradan yumurta&Korkunç leke arasında **İlişkilendirme** yapılmıştır.

O zamiri ile sıradan yumurta arasında Art gönderim'e dayalı gönderimsel bağdaşıklık ilişkisi kurulmuştur.

- “O zor bir leke

Daha da zor bir leke” ifadeleriyle **anlam derecelendirmesi** yapılarak metin çözücünün ilgisinin daha da artırılması hedeflenmiştir.

● Bu reklam metninde “Leke” 5 yerde geçmektedir. Bu kelimenin tekrarıyla metin çözücünün dikkati bu kavrama çekilerek; ilgili temizlik ürününün en önemli işlevinin, özelliğinin “Leke gidericilik” olduğu vurgulanmak istenmiştir.

“korkunç bir leke

zor bir leke

daha da zor bir leke

bu korkunç leke

korkunç leke”

● “Bu korkunç leke” ifadesindeki “Bu” gösterme işlevli sıfat da; metinde gönderimsel bağdaşıklık ilişkisi kurulmasına yardımcı olmakta ve leke kavramına “Belirtlilik” değeri katarak, lekeyi daha da belirgin kılmaktadır.

● Leke=Temiz(lenir) gibi karşıt anlamlı kelimeler kullanılarak metin çözücünün “Temizlik” ihtiyacı gündeme getirilerek, metin çözücünün ürüne karşı olan talebine onay vermesi hedeflenmektedir. Ve böylece reklam metni yazarı; nesnel (objektif) bir üslup kullanarak daha etkileyici olmayı amaçlamaktadır.

● **Kişî Ekleri:** “İzleyelim, görelim” çekimli fiillerinde istek kipinin kullanımıyla İmgesel Özne “Biz”; Yani hem metin üretici hem de metin çözücü kastedilmektedir.

● Bu reklam metnindeki **Yenilik Olgusu:** ...yenilendi, ...geliştirilmiş, ...Yeni Cif Krem

- **Ürünün Kullanılabilirliği (İşlevselliği):**

● **Ürünün Farklılığı (Unique):** “ En iyisi, şimdi daha da iyi” ifadesiyle ürünün aynı kategorideki benzer ürünlerden farklılığı “En üstünlük ve karşılaştırma (üstünlük)” zarfları yardımıyla vurgulanmıştır. Ayrıca “...güçlendi, ...mükemmel, ...hassas yüzeyleri çizmeden” ifadeleriyle de ürünün farklılığı pekiştirilmektedir. Çünkü; özel bir ürünle aynı kategorideki diğer ürünler arasında bir **farklılık yaratmak** bir reklamın ilk ve temel işlevidir.

● **Zaman İlişkisi:** ...dönüşür, ...izleyelim//...temizlenir, ...görelim: İfadeleriyle paralellik (yapı yinelemesi) yoluyla reklam metnindeki mesajın bir bütün olarak algılanabilmesi kolaylaştırıldığı gibi; metin aracılığıyla verilen mesajın etkililiği ve kalıcılığı da bu yolla sağlanmış olmaktadır. “...Yinelendi, ...güçlendi” ifadeleriyle

ürünün şu anki durumu hakkında bilgi verilmekte ve ürünün bu yeni haliyle “Asli iş-levi” olması dolayısıyla temizleyiciliğinin sürekli ve kalıcı olduğu vurgulanmaktadır.

3.2. Pınar-Şişe Süt

“-Hayatta sizin için en önemli şey ne? : Çocuklarımız.

Şimdi onlar için uzun ömürlü sütünüzü şişede ürettik, özenle.

Türkiye’de ilk defa Şişe Süt’te yepyeni bir teknolojiyle. İşte bu sütün Pınar olmayanlardan farkı da burada.

Rengi, kokusu, tadı gerçek;

Besin değeri ve vitaminleri ilk doğallığında.

Gerçek yaşam; gerçek lezzet.Pınar’dan.”

● Bu reklam metnine “Sizin için en önemli şey nedir?” sorusuyla başlanarak metin çözücünün/hedef kitlenin dikkati çekilmiştir. Metin çözücü daha bu sorunun cevabını düşünürken; reklam metninde bu sorunun cevabı “Çocuklarımız” olarak verilmiştir. Soruda “Siz” zamiri kullanılmışken; cevapta Çocuklar+ımız kullanımı dolayısıyla “Biz” zamirine yer verilmiştir. “Çocuklar+ımız cevabındaki I. Çokluk şahıs iyelik eki +(I)mız’ın kullanım bilimsel değeriyle, söz düzleminde metin üretici ve metin çözücü ortak amaçlar, ortak normlar yardımıyla aynı grup/takım içine sokularak, hedef kitlenin ikna edilmesi –grup psikolojisi çerçevesinde – daha da kolaylaştırılmak istenmiştir. Yani, hedef kitle bir anda, eş zamanlı olarak verilmek istenen Mesajın hedefi değil, bilakis “Öznesi” durumuna getirilmiştir. Ayrıca “Çocuklarımız” cevabıyla iletişimin duygusal etkisinden yararlanılarak; bu yolla hedef kitlede duyarlılık oluşturulması amaçlanmıştır.

● “Çocuklarımız” ve “Onlar” zamiri arasında art gönderim ilişkisi kurulması metnin bağdaşıklık yapısının kurulmasına hizmet etmektedir. Pınar firmasının böyle bir ürünü üretmesinin amacı, bu gönderimsel ilişki aracılığıyla pekiştirilmektedir. Burada verilen mesaj aslında şöyledir: “Pınar Şişe Süt’ü Hayatta Sizin (Bizim) için en önemli şey olan çocuklarımız için ürettik”. Firma bu eylemi (üretim eylemini) “Özenle” yapmıştır. Burada “Özenle” durum zarfı “Çocuklarımız” gibi “En önemli” varlığımızla birlikte kullanılarak bir **anlam örüntüsü** oluşturulmuştur.

● “Bu Süt”le Ön gönderim ilişkisi kurulmuştur: “Rengi, kokusu, tadı, gerçek olan, besin değeri ve vitaminleri ilk doğallığında olan Süt”. Böylelikle reklamı yapılan ürüne belirtililik değeri kazandırılmıştır.

● **Ürünün Farklılığı (Unique):** Ürünün kendi kategorisindeki diğer ürünlerle olan farklılığı şu ifadelerle belirtilmiştir: “Türkiye’de ilk defa”, “Yepyeni bir teknolojiyle”

● **Karşılaştırma:** (Bu süt) “Pınar olanlar//Pınar olmayanlar” özgün ifadesiyle

hedef kitlenin sezdirime dayalı çıkarımlar yapması amaçlanmıştır.

● **Doğallık:** İlk doğallığında...

● **Yineleme:** Gerçek sözcüğü sıkça yinelenerek; hedef kitlenin bu ürünün, aynı kategorideki diğer ürünlerle arasındaki farka odaklanması sağlanmaya çalışılmaktadır. Rengi-kokusu-tadı= GERÇEK, gerçek yaşam, gerçek lezzet

● **Sözel logo:** Gerçek yaşam, gerçek lezzet

3.3.Profilo

“ – Onlar, onlar asla evet demiyorlar. Asla yılmıyorlar, asla uyumuyorlar. Gece gündüz yaptıklarımızı yıkmak için çalışıyorlar. Onları çok iyi tanımamız gerekir.

Ayşegül: Bir şeyi kafasına koyduktan sonra onu durdurmak imkansız.

Berk: Bugüne kadar fotoğrafı bile çekilemedi. Hedefi asla kaçırmıyor.

Merve: Birkaç ay içinde çıkacak. Ama rahat durmayacak.

...Ve en tehlikelisi: Yavuz: Ekibin beyni.

Onlar her yerdeler. En küçük deliklere giriyorlar. Ama biz onlardan çekinmiyoruz.

Ve diyoruz ki: Siz de bunlardan varsa bizde bunlardan var.

Biz Profilo’ da gerçek hayat koşullarını en ince noktasına kadar hesap ediyoruz. Bu yüzden ürünlerimizin dayanıklılığının ne kadar büyük önem taşıdığını çok iyi biliyoruz.

Profilo: Dayanıklı ev aletleri.”

Ön gönderim: “Onlar” zamiri art arda yinelenerek metin çözücünün dikkatinin çekilmesi amaçlanmıştır. “Onlar” zamiriyle birlikte kullanılan kişi ekleri de kişi zamiri olan “Onlar” öznesini daha belirgin kılmaktadır. Metindeki gönderimsel bağdaşıklık örgüsü; hem özne konumundaki “Onlar” zamiri ile, hem de III. Çokluk Kişi ekleriyle “Ortaklaşa” olarak kurulmakta ve sağlamaştırılmaktadır. ... (Onlar) demiyorlar, ...yılmıyor(lar), ...uyumuyorlar,

...çalışıyorlar. Metin üretici “Onlar” ı bu kadar çok tekrar etmesinin sebebini “Onları çok iyi tanımamız gerekir” cümlesiyle açıklamaktadır.

“Onlar” la gönderim ilişkisine giren 4 afacan çocuk: Ayşegül-Berk-Merve ve Yavuz’dur. Çocuklar tanıtılırken, “Anlam derecelendirmesi” yoluna gidilmiş ve çocukların yaramazlıkları, ev eşyalarına verdikleri zararlar git gide arta bir nitelemeye dile getirilerek; hedef kitlenin ilgisi canlı tutulmak istenmiştir.

...Ayşegül: ...Onu durdurmak imkansız

...Berk: ...Fotoğrafı bile çekilemedi.

...Ve en tehlikelisi: Yavuz: Ekibin beyni

Sözcük yinelenmesi: Bu reklam metninde en çok tekrar edilen sözcük “Onlar” dır. “Onlar” sözcüğü metinde 5 yerde kullanılmıştır. “Onlar, onlar asla evet demiyorlar” ve “Onları iyi tanımanız gerekir” cümleleriyle “Ayşegül, Berk, Merve, Yavuz’la **ön gönderim**; “Onlar her yerdeler”, “Biz onlardan çekinmiyoruz” cümleleriyle de **art gönderim** ilişkisi kurularak metinsel bağdaşıklık sağlanmıştır.

“Asla” sözcüğü metinde 4 kez yinelenmiştir. “Asla” sözcüğünün sıralı cümle yapısındaki ibarelerde tekrarı ile hem “Onlar” ın yaptıkları eylemler vurgulanmakta, hem de hedef kitle üzerinde “Onlar” a olan ilginin daha da yoğunluk kazandırılmasına çalışılmaktadır. “...asla evet demiyorlar, asla yılmıyor, asla uyumuyorlar”, “...Hedefi asla kaçırmıyor”

Karşılaştırma: Onlar (Ayşegül-Berk-Merve-Yavuz)/Biz (Üretici firma)**Onlar=Siz/Biz Karşıt kullanımlarıyla metinde önce “Onlar” a ilgi çekilmekte, hedef kitlenin “Onlar” a odaklanması sağlanmakta; “Ama” bağlacının kullanımı bilimsel değerinde de yararlanılarak, söz düzlemine “Onlar” a alternatif olarak “Biz”, yani “Üretici firma” çıkarılmaktadır. Ve işte bundan sonra “Özne” biz olmuş, fiil çekimlerinde I. Çokluk kişi eklerinin de yardımıyla “Biz” (Üretici firma) hedef kitlenin dikkatine sunulmuştur.: ... (biz) onlardan çekinmiyor+uz, diyor+uz ki, ...hesap ediyor+uz, ...çok iyi biliyor+uz. Metinde “Biz” zamiri 3 defa kullanılmıştır: “Ama biz onlardan çekinmiyoruz”, “Sizde bunlardan varsa bizde bunlardan var”, “Biz Profilo’ da gerçek hayat koşullarını en ince noktasına kadar hesap ediyoruz”. Bu sayede söz düzleminde hedef kitlenin dikkatine sunulan “Onlar=siz/biz karşıtlığı” ve her iki “Özne” grubunun yaptığı eylemlerle; nesnel bir anlatım amaçlanarak hedef kitlenin ürünün dayanıklılığını onaylaması-ve tabii ki ürünü satın alması- istenmektedir.

● Bu ürünün reklam mesajında “Birincil talep yaratma” esas olduğundan; Ürünün sadece tek bir niteliği üzerinde durulmuştur: “Dayanıklılık”. Zaten bu durum ürünün “Sözel logosu”nda da görülmektedir: “Profilo: Dayanıklı ev aletleri”

● **Farklaştırma (Unique):** Ürünün aynı kategorideki diğer ürünler ile arasındaki farkı belirtmek için “Dayanıklı ev aletleri”, “Gerçek hayat koşullarını en ince noktasına kadar hesap ediyoruz”, “...çok iyi biliyoruz” ifadelerindeki özellikle en ince, çok iyi gibi “Ölçü Zarfları”ndan yararlanılarak üretici firmanın bu alandaki uzmanlığı vurgulanarak, firmanın hedef kitle nezdindeki “Prestij”i artırılmak istenmiştir. Bilindiği gibi araştırmacılar (Hovland ve Weiss gibi) inanılabilirliğin 2 faktöre bağlı olduğunu öne sürmüşlerdir: “Uzmanlık” ve “Güvenilirlik”. Uzmanlık özelliği daha genel bir anlamda “Saygınlık” olarak ele alınabilir (Kağıtçıbaşı 1985:168).

3.4.Türk Petrol

“-Ben Bülübülü, bu da ortağım Gazo. Birlikte bir benzin istasyonu açmaya garantiler verdik.

- En süper, en güzel benzin Türk Petrol dediler.

- Evet. Vızır vızır. Geçiyor, geçiyor. Dolduruyor, geçiyor; dolduruyor, geçiyor. Bi de baktık tepede bi şapkaları var. O şapkanın aynısından bi tane de biz yaptır-dık. Kaliteyse kalite; ürünse ürün; güler yüzse güler yüz.

- Off, Bülübülü.

- Türk Petrol Şapkası, Türk Petrol Şapkası! Nerde? Sana geliyolar.

- Al şapka, al şapka...

Bülübülü Bey ve Gazo Bey! Mesele sadece şapkada değil. Şapka çıkartılacak hizmeti sunmakta: “Üründe, kalitede, serviste.”

Bu reklam metni “Diyalog” tarzında hazırlanmıştır.

● **Sözcük Yinelemeleri:** Reklam metninde en çok vurgu yapılan, tekrarlanan, pekiştirilen kavram “Şapka”dır. Şapka, metinde 8 yerde kullanılarak hedef kitlenin ilgisinin “Şapka” üzerinde odaklanması amaçlanmıştır. “...şapkaları var, ...o şapka..., Türk Petrol Şapkası (2 defa), ...al şapka (2 defa), ...şapkada değil..., şapka çıkartılacak hizmet,...” Sözcük yinelemesine dayalı bu pekiştirme metin çözücünde bir tür duyarlılık oluşturmakta, ayrıca metin çözücünün metnin bütünlüğünden çıkarması istenen sonuç da vurgulanmaktadır. **“Tüketiciler Türk Petrol’den akar ya-kıt almalıdır”.**

“Vızır vızır geçiyor, geçiyor/dolduruyor, geçiyor; dolduruyor, geçiyor” ibarele-rindeki “Eylem tekrarları” ile ve bu eylemlerdeki “Şimdiki Zaman” kip ekinin (şe-kil-zaman eki) kullanımı ile Türk Petrol ürünlerine olan ilginin/talebin canlı ve yüksek olduğu, sürekli olduğu vurgulanmaktadır.

● **Şapka Göstergesi:** “Şapka” hem Türk Petrol Şirketi’nin simgesidir; hem de “Anlam mübadelesi” sonucu bir imgenin, bir duygunun “Yerine geçerek”, o duygu-yu, o imgeyi “Temsil etmek” suretiyle; o imgenin veya duygunun anlam içeriğini ar-tık kendisine mal etmiştir. Bu itibarla “Üründe, serviste, hizmette, güler yüzlü hiz-mette KALİTE” gösterileni (yani içeriği), monosematik (tek anlamlı) olan Şpaka göstereniyle (yani biçimiyle, ses birliğinden oluşan yapıyla) yer değiştirilerek (belki de iç içe girerek) “ŞAPKA” göstergesini oluşturmuştur. Bu yer değiştirme, temsil et-me; yani “ŞAPKA” göstergesinin oluşumu eş zamanlı ve eşdeğerlidir. Kısaca eş va-roluşlu özerk bir yapılanma sonucu; Türk Petrol Şirketinin simgesi olan “Şapka” ar-tık “Üründe, serviste, hizmette, güler yüzlü hizmette KALİTE” anlamına gelen bir gösterge oluvermiştir. (Burada ayrıca; bir anları formatında hazırlanan diyalogun kahramanları olan Bülübülü Bey ve Gazo Bey’in de şapka giydiklerini hatırlatmalı-yız). Bütün bu kullanımlarla “Şapka” adeta bu olayın 3. kahramanı gibidir.

● **Yeni Bilgi (Konu)/Eski Bilgi (Yorum):** Metindeki eski bilgi (konu) “O Şapka-nın aynısından yaptırmakla elde edilecek beklenti”dir. Yeni bilgi, yorum ise: “Me-sele sadece şapkada değil, şapka çıkartılacak hizmeti sunmakta”dır. Bu şekilde alı-

cının onayına başvurulmakta, anlatım nesnel hale getirilerek mesajın alıcı üzerindeki etkililiği artırılmak istenmektedir.

● **Unique:** Türk Petrol Şirketi ve ürünlerinin üstünlüğü “En üstünlük zarfı” ile ifade edilmiştir: “En süper, en güzel benzin Türk Petrol’de”.

3.5. Solo

“- Ahh, her şeyi almışım. Tuvalet kağıdını almayı unutmuşum.

- Aman Tanrım! Uçan daire.

Tuvalet kağıdı hayat kurtarır. Belki bu şekilde değil, ama kurtarır.

Tuvalet kağıdını kullanmadığınız zaman elinize bulaşan mikroplar elinizi sabunla yıkasanız dahi tam olarak çıkmaz. Bu tür mikroplar sarılık, tifo, dizanteri gibi birçok hastalığa yol açabilir.

Son 10 yılda ülkemizde 589.000 kişi bu hastalıklara yakalandı. Üstelik bunlar sadece kayıtlı vakalar. Sağlıklı temizlik için tuvalette su ve tuvalet kağıdı kullanın.”

● **Özelleştirme Bağlantısı:** “Her şeyi almışım” –Genel// “Tuvalet kağıdını” almayı unutmuşum” Birbirini izleyen bu iki cümlede “Özelleştirme” bağlantısı kurulmuştur. Herhangi bir durum betimlemesinin yapıldığı sıralı cümlelerde, “Ayrıntıların aktarılması”nda Özelleştirmeden yararlanılmaktadır. “Özelleştirme bağlantısı” ile metnin bütünlüğünden çıkarılacak sonuç belirgin hale gelmektedir. Ayrıca bu ayrıntının sonucu olarak bir “Uçan daire” görülmesi ise mevcut olasılıklar içinde en uzak, hatta imkânsız olanıdır. “Uçan daire”nin tercih edilmesi “Korku yaratıcı iletişim”den, dilin alıcıda uyandıracığı duygusal etkiden yararlanılarak, hedef kitlenin bir an önce harekete geçmesi amaçlanmıştır.

● **Kelime/Kelime Grubu Yinelenmesi:** Reklamı yapılan ürün bir “Tuvalet kağıdı” olduğu için, metinde 4 kez belirsiz ad tamlaması yapısındaki “Tuvalet kağıdı” kullanılmıştır: “Tuvalet kağıdı+nı (2), tuvalet kağıdı (2)”

● **Eski bilgi (Konu)/Yeni bilgi (Yorum):** Metinde önce “Tuvalet kağıdının hayat kurtarması” yargısı ifade edilmektedir. Fakat daha sonra bu konunun yorumu yapılarak yeni bilgi hedef kitleye aktarılmaktadır: “Belki bu şekilde değil ama kurtarır”. Eski bilginin yorumlanmasını, karşı görüşün (antitezin) ileriye sürülmesini; metin üreticinin daha objektif bir anlatım kullanarak mesajın etkililiğini artırmayı amaçlamasına bağlayabiliriz. Çünkü; genellikle çift yönlü mesajların (tez ve antitezin birlikte yer aldığı) daha etkileyici oldukları söylenebilir. “Tek Yönlü İletişim” de sadece tez’e (ileri sürülen görüşe) yer verildiği için bu tür mesajlar daha öznel (subjektif) olduğundan etkililiği de o oranda azalmaktadır (Kağıtçıbaşı 1985:179).

● **Sebep-Sonuç İlişkisi:**

Tuvalet kağıdı kullanmadığınız zaman——Elinize bulaşan mikroplar (Elinizi

sabunla yıkasanız bile tam olarak çıkmaz) ... (Bu tür mikroplar da——sarılık, tifo, dizanteri gibi bir çok hastalığa yol açar)

“Bu tür mikroplar” ile “Elinize bulaşan mikroplar” arasında “Yakın art gönderim”e dayalı bir ilişki kurularak metinsel bağdaşıklık sağlanmaya çalışılmıştır. Ayrıca “Bu” gösterme işlevli sıfatın kullanımı da “Mikroplar” a bir belirtililik değeri katmaktadır: Sarılık, tifo, dizanteri...

● Metinde kullanılan sayısal verilere dayalı bilgilerle; hem üretici firmanın bu alanda uzman olduğu vurgulanmış, hem de iletişimin duygusal etkisinden yararlanılarak hedef kitlenin bir an önce harekete geçmesi (ürünü satın alması) amaçlanmıştır. “Son 10 yılda ülkemizde 589.000 kişi bu hastalıklara yakalandı”. Ayrıca “Üstelik” zarfıyla 589.000 sayısının daha da yüksek olabileceği hedef kitleye hatırlatılarak; betimlenen durumun önemi daha da pekiştirilmiş ve hedef kitlede iletişimin korku yönüyle yaratılan gerginlik artırılarak ürüne olan talep canlı tutulmak istenmiştir. “Üstelik bunlar sadece kayıtlı vakalar”.

● **Art gönderim:** “Bunlar” ile Son 10 yılda sarılık, tifo, dizanteri gibi birçok hastalığa yakalanan kişiler arasında art gönderime dayalı kullanım; metinde odaklama ve metin oluşturma amaçlarına hizmet etmektedir.

3.6. Yapı Kredi-World Cart

“ – World Cart’ in var mı? Her tarafta World Puan topluyorum. World olan yerlerde Yağmur gibi World Puan topluyorum.

Topluyorum

Daha çok topluyorum

Daha çok, daha çok topluyorum.

-Yağmur başladı.

...Ve para yerine harcıyorum.

-İşte bu kadar.

Türkiye’de en çok noktada World: Burası Yapı Kredi.”

Bu reklam metni Monolog tarzında hazırlanmıştır.

● **Gizil Özne:** Reklam metni, “World Kart’ın var mı” sorusuyla başlamaktadır. “Hedef kitle”ye hitap ederek başlayan bu reklam metninde hedef kitle (yani biz) eş zamanlı olarak hem bu mesajı algılamaya çalışırız, yani verilmek istenen mesajı anlamsal olarak yorumlamaya çalışırız; hem de eş zamanlı olarak reklam metin yazarı tarafından “Gizil Özne” konumuna getirilerek “Aktif alıcılara” dönüştürülmek isteniriz. Yani bir reklam mesajı bizden, sadece iletiyi anlamlandırmamızı istemez.

Aynı zamanda harekete geçip tanıtımı yapılan üründen/hizmetten yararlanmamızı ister. Bu itibarla hem biz reklamlara anlam veririz, hem de onlar bize. Bu bir bakıma bir “İletişim döngüsü” olarak kabul edilebilir (Williamson).

● **Karşılaştırma:** “World Card+ın var mı?” (SEN)// “Topluyor+um” (5), “Harcıyorum” (1) (BEN).

● **Sözcük Yinelemesi:** Bu metinde tanıtımı yapılan hizmet “World” 5 defa kullanılmaktadır: “World Card, World Puan (2), World (2)”.

“Topluyorum” çekimli fiili 5 defa kullanılarak, yapılan eylemin devamlılığı vurgulanmıştır.

● **Anlam Derecelendirmesi:** ...topluyorum/ ...daha çok topluyorum/ ...daha çok, daha çok topluyorum

● **Aktarım/Benzetim:** World puan——Yağmura benzetiliyor. Tabiattan bir ögenin aktarımı söz konusudur

● **Unique:** “Türkiye’de en çok noktada World”

● **Zaman Bağlantısı:** “Topluyorum” (5) defa ve “harcıyorum” (1) defa olmak üzere toplam 6 yerde şimdiki zaman kipi kullanılarak Yapı Kredi’ye (özelde World Card’ a) olan talebin canlılığı, sürekliliği vurgulanmaktadır.

● **Sebep-Sonuç:** topluyorum——ve para yerine harcıyorum

3.7. Axess

- Bence patron bizim projeyi onaylayacak

- Bence onaylamıyacak

- Onaylayacak

- **Onaylamı...** Patron arıyor

- Buyrun efendim. Öyle mi efendim? Onaylamış ya!.. Tamam efendim!

- O zaten hep onaylar.

- Ha, ha, ha...

- Bay Doğru!

- Ha, ha, ha...

- Bak şimdi camı silicek.

- Bence silmiyecek.

- Burası BP tabiki silicek/

- Silmiyecek.

- Onlar zaten hep silerler canım.
- Ha, ha, ha...
- Bay Doğru!
- Merhaba!
- Merhaba!
- Hoş geldiniz!
- A, ben ısmarlıyorum.
- Niyeymiş o?
- Çünkü; yine çok daha fazla chip-para kazandım.
- Tamam da bence bunlara yetmez.
- Yeter
- Yetmez
- Yeter
- Yetmez
- Birikmiş chip-paranız yeter de artar bile.
- E, zaten bugünlerde herkes chip-para kazanıp duruyor.
- I, ı!

“Yanlış, Bay Yanlış”

Axess’ i olanlar BP’ de %50 daha fazla chip-para kazanıyorlar. Anında kazanıyor, anında harcıyorlar.

- Bence artık ben de bi Axess almalıyım, ha?
- Bence de...Nerden bildin?
- Hep sen bilecek değilsin ya!
- Ha, ha, ha...

Axess: Kazançlı yaşam kartınız.

Bu reklam metni de diyalog tarzında hazırlanmıştır.

● **Karşıtlık:** Metin, Bay Doğru//Bay Yanlış karşıtlığı/çatışması ekseninde kurulmuştur. Karşıtlıklar (karşıtipleme, karşıt eylemler v.b.) betimlenen durumun alıcıda daha net kavranması için kullanılmış, bir tür “Somutlaştırma” yapılarak Metnin bütünlüğünden çıkarılacak sonuç belirginleştirilmiş ve hedef kitlenin ona-

yına başvurulmuştur.

Onaylıyacak//onaylamıyacak

Onaylıyacak//**onaylamı...**

Silicek//silmiyicek

Tabiki silicek//silmiyicek

—//yetmez

(para) yeter//yetmez

yeter//yetmez

● **Yapı Yinelemeleri:** Betimlenen her 3 durumda da haksız çıkan “Bay Yanlış” hatasını kabul edip; hep:

“O zaten hep onaylar

Onlar zaten hep silerler

Herkes chip-para kazanıp duruyor...” Böylelikle yapılan yapı yinelemeleri yardımıyla, metnin bir bütün olarak algılanabilmesi kolaylaştırılmaktadır. Ayrıca bu yapılanmalar aracılığıyla mesajın kalıcılığı ve etkililiği de artırılarak, hedef kitlenin belleğinde yer etmesi amaçlanmaktadır.

● **Proposition (Vaat, öneri):** “Anında kazanıyor, anında harcıyorlar” ...Yani; chip-para kazananlar/biriktirenler; harcamalarında bu avantajdan anında yararlanırlar.

● **Sözcük Yinelemeleri:** “Kazanmak” sözcüğü metinde “Para” sözcüğü ile birlikte yinelenerek “chip-para” ve “Kazanmak” kavramları ilişkilendirilmek suretiyle bir anlam örüntüsü oluşturulmuştur.

“chip-para...kazandım

chip-para...kazanıp

chip-para...kazanıyorlar

—————kazanıyor

—————kazançlı

Axess’ i olanlar...kazanıyorlar, harcıyorlar”

● **Kipler:** Sürekli itiraz eden konumda olan ve ön görüleri hep yanlış çıkan “Bay Yanlış” en sonunda pes ediyor “Bence artık ben de bi Axess al-malıyım” gereklilik kipindeki fiil çekimiyle bu hizmetten henüz yaralanmayan, bu hizmete karşı bir tür direnç gösteren hedef kitle ile özdeşleştirilmektedir. Yani, bir nevi “Özne eşitlemesi” yapılmak istenmektedir. “Bay Yanlış” = bu hizmetten henüz yaralanmayan, bu hizmete karşı bir tür direnç gösteren hedef kitleyi temsil etmektedir. Bay Yanlış’ın

daha inandırıcı olması için de “Ben+ce, ben” Kişi zamirlerinden ve “Artık, de” gibi kuvvetlendirme işlevli bağlaçlardan yararlanılmaktadır.

3.8. Turkcell-Hazır Kart

- Özgür kız geldi Patron.
- Tamam yanındaki koltuğa kimse oturmasın.
- Evet
- Özgür çocuk burda
- Emin misiniz o olduğuna
- Eminim. Şimdi resmi gönderiyorum.
- Evet, evet o.
- Fakat yerine oturmuyor patron.
- Tamam ben hallederim. Sen bana bırak.

Bu reklam metni diyalog tarzında hazırlanmıştır.

● **Yapı Yinelemeleri (Paralelism):** Özgür Kız/Özgür Çocuk. Bu reklam metninde rol alan Tarkan “Patron”dur. İki yerde kendisine “Patron” şeklinde seslenilmektedir: “Özgür kız geldi patron”, “Fakat yerine oturmuyor patron”. “Patron” yardımcısının, emrindeki kendisine ilettiği “Durum belirlemesi” ni yorumlamakta ve emir vermektedir: “Yanındaki koltuğa kimse oturmasın”. Emrindeki kişinin “Fakat” olumsuzluk bildiren bağlaçla başlayan “Olumsuz Durum Belirlemesi”nde ise, patron toplumsal statüsünün ve liderlik yetkisinin gerektirdiği şekilde “Ben hallederim. Sen bana bırak” demektedir. Burada “Sen” ve “Ben” in art arda kullanılması ile Yardımcının (Sen) ve Patron’un Sosyal statüleri ve yetkileri de karşılaştırılmakta ve alıcının zihninde netleştirilmektedir.

SONUÇ

1. Reklam/cılık; tarafsız bir iletişim değil, aksine üretici tarafından bilinçli olarak hedef kitlede yeni bir tutum geliştirmek, mevcut tutumun şiddetini artırmak veya var olan tutumu değiştirmek amacıyla kurulan bir etkileşim sürecidir.

2. Reklam metni hangi medyatik ortam seçilmiş olursa olsun bu aşamaya (yani reklam metni yazmaya) gelinceye kadar belirlenmiş olan reklam mesajının sözlü, yazılı, işitsel materyallerin kullanılması suretiyle; hedef kitleye ulaştırılan, aktarılan son biçimidir. Reklam metinleri Pazar ekonomisinin gelişmesi sonucunda üretici

ile tüketicinin arasında doğan iletişim boşluğunu gideren “Mesajlar bütünü”dür.

3. TV günümüzün en etkili iletişim aracıdır. Bu itibarla günümüz reklamcılığının en gözde reklam aracı TV’dir. TV reklamlarında; dilsel mesajların yanında (yazılı/sözlü), bu mesajları destekleyen fon müziği, ışık, grafik gibi çeşitli hareketli/hareketsiz görsel ve işitsel unsurlar da yer almaktadır.

4. Metin dil bilimi (text linguistics); iletişim esnasında konuşlan (metin üretici), dinleyen (metin çözücü) ve aktarılan bilgi (mesaj) gibi kavramların bütünü ve metin dışı etkenleri inceleyerek bildirişme eyleminin özellik ve inceliklerin ortaya koyan bir dil bilimi alanıdır. Ulusal düzeyde yayın yapan TV kanallarından yapılan kayıtlar sonucu elde edilen reklam metinlerinin metin dil biliminin bağdaşıklık ve tutarlılık ilkeleri ışığında yaptığımız bu inceleme sonucunda şu sonuçlara ulaştık:

a. Reklamların ilk ve temel işlevi aynı kategorideki benzer ürünler arasında farklılık yaratmaktır. Elde ettiğimiz reklam metinlerinin %65’inde farklılaştırmaya (unique) yönelik “Dilsel yapılanmalar”ı tespit ettik. Farklılık yaratmanın özel amacı; pazarda monopol bir yapıya geçmek ve piyasaya egemen olmak olarak açıklanabilir. Farklılaştırma olgusu çerçevesinde en çok üstünlük ve en üstünlük zarflarından yararlanılmıştır. Mesela; “En iyisi, şimdi daha da iyi (Cif Krem)”

b. TV Reklamlarında “Yenilik” %31 ve “Doğallık/gerçeklik” %26 olguları da ağırlık olarak işlenmiştir.

c. TV Reklamlarında Hedef-Kitle’nin (tüketicinin) Sosyo-Demografik özellikleri de dikkate alınmıştır. Dinsel motiflere %15 yer verilmiştir. Bunda kayıt yapılan 05 Kasım-20 Kasım 2002 tarihlerinin Ramazan Ayı’na denk gelmesi de etkili olmuştur.

d. Reklam metinlerinde, reklamı yapılan ürünün kategorisi de belirleyici bir etkidir. Mesela Gıda/Yiyecek reklamlarının (28 adet) %31’inde tat/lezzet kavramları; Temizleyici/Kişisel Bakım Ürünleri’nin Reklamlarında ise (28 adet) %25 temizlik/beyazlık kavramları vurgulanmıştır.

e. TV reklamlarında standart dilden sapmalara da yer vermiştir: %21. Dilsel sapmaların en çok rastlandığı reklamlar; yerel motiflerin kullanıldığı reklamlardır. %21’lik oranın ciddi bir oran olduğu ve reklam metni yazarların ana dilimize yeteri kadar özen göstermediklerini söylemek mümkündür.

f. Reklam metinlerinin anlaşılır ve hatırda uzun süre kalıcı olabilmesi için; Ses Benzerliklerinden/Tekrarlarından, Ses Yansımaları Kelimelerden, ünlemlerden %14 oranında yararlanılmaktadır.

g. Reklam metinlerinde Değişmeceli anlamlardan, kişileştirmelerden, anlam derecelendirmelerinden de %11 oranında yararlanılmıştır.

Halk Kùltùrlerinin Medya Açısından Değerlendirilmesi
Uluslararası Sempozyumu

GENEL DEğERLENDİRME VE SONUÇ

Genel değerlendirmede yer alanlar:

- 1- Kùltür Bakanlığı Halk Kùltùrlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Mùdùrlùęù Adına: Cesim ÇELEBİ
- 2- Sakarya Üniversitesi Adına: Yrd. Doç. Dr. Türker EROğLU
- 3- Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik Kulùbù Adına: Prof. Fikret DEğERLİ

Halk Kùltùrlerinin Medya Açısından Değerlendirilmesi Uluslararası Sempozyumu'nda sunulan bildirilerde yaygın görùř, halk kùltürünün medyada gerektiği kadar yer almadığı ve bu meydan da çalışmaların yoğunlaştırılması yönünde olmuştur. Sunulan bildirilerin ve yapılan çalışmaların ışığında, Türkiye'de sadece Kùltür Bakanlığı'nın değil diğer kamu, kurum ve kuruluşlar ile birlikte özel kuruluş ve sivil toplum örgütlerinin de katkıları ile halk kùltürünün bir çok sorununun çözüleceği anlaşılmıştır. Üç gün süresince devam eden bu sempozyum sivil toplum örgütü olan Dernek, Üniversite ve Bakanlık işbirliği ile yapılmış güzel bir örnektir.

Sunulan bildirilerin %50'sini genel halk kùltürü, medya ilişkisi oluşturmuştur. Bunun yanında gelenek ve inanışlar konusunda tebliğler dikkat çekmiştir. Doğrudan doğruya halk oyunları - medya ilişkisi üzerinde sunulan tebliğlerin yanında halk müziği - medya ilişkisine de temas eden bildiriler vardır. Özellikle el sanatları, sinema vb. konularda tebliğler sunulmuştur. Uluslararası bu sempozyuma katılan yabancı bilim adamları, sundukları bildiriler ile önemli katkılarda bulunmuşlardır.

Özellikle Halk müziği ve halk oyunları içerikli bildiriler, öğrenciler tarafından ilgiyle dinlenmiş ve bu konuda tartışmalar yapılmış, tartışmalar sonunda sempozyuma katılanlar ve izleyenler önemli kazançlar sağlamıştır. Tabi bu alanların sanat boyutunun olması sebebiyle de günümüzde medya tarafından bir kısım ilgi gördüğü bir genel görùř olarak kabul edilmiştir. Uluslararası medyada bu alanların daha çok ilgi gördüğü görüşü de ortaya çıkmıştır.

Oturum sonunda konuşmacılara yöneltilen sorular da çok yararlı açıklamalar yapılmasını sağlamıştır. Yabancı bilim adamlarının görüşleri de öğrenciler tarafından dikkat çekmiş ve onların bu katkıları sempozyumun değerini arttırmıştır. So-

nuç olarak bu sempozyumun amaç ve içeriğine bakılarak ümit ediyoruz ki gelecekte halk kültürü-medya ilişkisi arzu edilen yerlere ulaşacaktır.

Bu sempozyumun düzenlenmesinde emeği geçen Motif Halk Oyunları Eğitim Derneği Gençlik Kulübü'ne , Sempozyum Değerlendirme Kurulu Üyelerine, Sempozyum Yürütme Kuruluna, Kültür Bakanlığı Halk Kùltürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğüne ve Sakarya Üniversitesi Rektörlüğü ile Devlet Konservatuarı Müdürlüğü'ne teşekkürlerimizi sunarız.

HALK KÜLTÜRLERİNİN MEDYA AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ ULUSLARARASI SEMPOZYUMU

12 ARALIK 2002 PERŞEMBE

1.OTURUM

BİLDİRİLERİN TARTIŞILMASI

Soruyu soran kişi : Öğr. Gör. Erol EROĞLU

Sorunun yöneltildiği kişi : Prof. Dr. Suat GEZGİN

Soru: Verdiğiniz Amerika-Irak örneğinden ortaya çıkararak, ABD'nin medyayı kullanarak haklılığı tartışılabilecek bir şekilde başka bir devlete müdahale edecek müttefikler sağlanması sürecinde medyanın duruşunu nasıl yorumlayabiliriz?

Cevap: ABD'nin Irak savaşı ile ilgili olarak gerek görsel gerek yazılı basında yönlendirmesi çok doğal. İletişim çağında dolaylı yünden böyle bir nabız yoklaması mümkün. Bunu göz ardı edemeyiz.

Soruyu Soran Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. Türker EROĞLU - Öğr. Gör. Deniz DEDEMOĞLU

Soru: “Tiyatro ve Sinema”yı kitle iletişim araçları grubuna koymakta haklısınız. Ancak, tiyatro ve sinema etkinliklerini sanat adına savunanlar, “bizim eğitim kaygımız yok, biz sanatçıyız ve sanatı sanat için yaparız” görüşü hakkında ne düşünüyorsunuz?

Cevap: Toplumda ilgi görmeyen bir şekilde karşılık bulmayan hiçbir faaliyetin belli çerçeveler içerisinde kalacağına inanıyorum. Topluma ulaşmasının daha doğru olduğuna inanıyorum.

Soruyu Soran Kişi : Prof. Dr. Sabahattin TÜRKÖĞLU

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. DR. Türker EROĞLU – Öğr. Gör. Deniz DEDEMOĞLU

Soru: Küreselleşmenin olumsuz tarafları genelleştiriliyor. (Teknoloji transferi, uluslar arası hukuk, moda yayılmaları eleştirilmemeli)

Cevap: Küreselleşmeyi tek yanlı ele almak mümkün değil. Medeniyeti de küreselleşmeyle örtüşüyor mu yoksa farklı bir kavram olarak mı düşünmemiz gerekiyor buna dikkat etmemiz gerekiyor. Salt Teknoloji transferi veya hadiseyi tek yanlı ele almak mümkün değil.

Soruyu Soran Kişi : Öğr. Gör. Erol EROĞLU

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Can ETİLİ ÖKTEN

Soru: Günümüzde özellikle yurt dışında gerçekleştirilen ve ses getiren çalışmaların bir çoğu temelde “etnik müzik” olarak nitelendirilen bir tür olmasını nasıl yorumluyorsunuz? Özellikle yurt dışındaki medya organlarının yaklaşımlarında “mikro milliyetçilik” fikrinin yeri sizce nedir?

Cevap: Gerçekten bir sempozyuma konu başlığı edilecek bir soru bu. Etnik müzik doğrultusunda özellikle yurt dışında konsere gitmiş olan arkadaşlarımızın verdikleri konserlerde yabancı basında etnik müzik olduğu için değerlendirmişlerdir. Bu kavrama gerek yurt dışında gerek yurt içinde kabul etmiyorum. Benim müziğim ulusaldır. Dünyada çağdaş müzik de bana göre etniktir o zaman. Etnik müziğini tamamen bir azınlık müziği gibi değerlendirdikleri için onlarla aynı fikirde değilim. Bizim sanatçılarımız dahi etnik müzik sözcüğünü kullanıyorlar. Zaten Etnomüzikolojik anlamda da fikirler değişiklikler göstermektedir. Yöresel ulusal müzik olarak değerlendirmelerin basında yer alsın daha memnun olacağım.

Soruyu Soran Kişi : Alkan KARAÇAM

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Can ETİLİ ÖKTEN

Soru: Son 4-5 yıl içerisinde ortaya çıkan türkü formunda besteler yapan fakat geleneksel türkülerle aynı ruhu taşımayan, tamamen tecimsel, ticari kaygılarla yapılan müzik ve bu müziği yapanlar hakkında ne düşünüyorsunuz?

Cevap: İnsanların yaratıcı güçlerine sınır koymamız mümkün değildir. Onların esinlenerek yaptıkları çalışmalara saygı duymak gerekir. Ama bunu nitelendirirken dikkat etmek gerekir.

Soruyu Soran Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : F.Cesim ÇELEBİ

Soru: Kümeleme kılavuzu, bence Halkbilimi (Folklor'un) konu kümelemesi yani halkbiliminin içerdiği konuları kapsamaktadır. Bu nedenle, kümeleme kılavuzu, Halkbilimi dersi işlenen yerlerde bir "Rehber Kılavuz" sayılmalı ve yararlanılmalıdır, ne dersiniz?

Cevap: Katılıyorum.

Soruyu Soran Kişi : Öğr. Gör. Songül KARAHASANOĞLU ATA

Sorunun Yöneltildiği Kişi : F. Cesim ÇELEBİ

Soru: Daha önce HAGEM arşivinde araştırmalar yapmış ve zorluklar çekmiş biri olarak bu çalışma için, size ve diğer çalışanlara teşekkür etmek istiyorum. Sorum istediğim bu projeden ne zaman yararlanacağız?

Cevap: 1 yıldır başvuran arkadaşlarımız bu hizmetten yararlanmaktadır. Yoğun bir çalışma gerektiren belge tasnifiyle internet aracılığıyla olayın ulusal ve uluslararası bazda değerlendirilmesine çalışılmaktadır.

Soruyu Soran Kişi : Öğr. Gör. Öcal ÖZBİLGİN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : F.Cesim ÇELEBİ

Soru: Yeniden yapılandırılan arşivleme sistemine dışarıdan özel arşivlerin rahatça adapte edilebilmesi için; özel arşivi olan kurum ve kuruluşları bilgilendirmeye yönelik bir çalışmanız var mı?

Cevap: Var. Bütün halk kültürü arşivleri için kullanılacak bir yapı var. Örneğin geçenlerde Kıbrıs'tan arşiv sistemi ile ilgili bilgi istendi. Bizde elimizdeki sistemle ilgili örnekleri gönderdik. Bunun gibi arşiv sistemimiz bütün halk kültürlerinde kullanılabilir bir yapı taşıyor.

2. OTURUM

BİLDİRİLERİN TARTIŞILMASI

Soruyu Soran Kişi : Okutman Kürşad GÜLBAYAZ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Fikret DEĞERLİ

Soru: Belirttiğiniz gibi 70'li yıllarda medyamız "Halk Kültürüne" çok önem ve-

riyordu. Bugün ise bu ilgi ve alaka görülmemektedir. Bunda bizlerin suçu var mı? Özellikle gençlere genç halk bilimcilere bu hatalara düşmemeleri için tavsiye ve önerileriniz nelerdir?

Soruyu Soran Kişi : Öğr. Gör. Songül KARAHASANOĞLU ATA

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Fikret DEĞERLİ

Soru: Milliyet veya başka bir gazete şu anda aynı şeyi yapsa, okuyucu tarafından Halk oyunları aynı ilgiyi görür mü, eğer ilgide düşüş varsa bunun nedeni nedir?

Soruyu Soran Kişi : Muhdet COŞKUN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Fikret DEĞERLİ

Soru : Kanun koyucu tarafından medyaya kültüre yönelik programlar yapması için bazı yaptırımlar uygulanamaz mı? Buna paralel olarak kültürümüzü yozlaştırdığına inandığımız yayınlardan sakınılması için gereken yapılamaz mı? Bu konularla ilgili çalışmalarınız var mı? Varsa bilgilendirmenizi arz ederim.

Soruyu Soran Kişi : Erşan KIVRAK

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Fikret DEĞERLİ

Soru: Halk oyunlarının uluslararası tanıtılması ve halkoyunlarına yeni nesillerin ilgisinin arttırılmasında halkoyunlarının yarışma niteliğinde sergilenmesi mi etkilidir? Yoksa gösteri niteliğinde sergilemek mi daha etkilidir?

Ortak Cevap: Medyada Halk Kültürüne ilgi bakımından, bize göre temel prensiplerde şu vardır. Medya ciddi olarak bu konuya eğilmelidir. İlk yıllarda meseleye Milliyet Gazetesi çok ciddi baktığı için bu örneği vermiştim. O günlerdeki ilgi Medya dışında toplumsal hatalarımız olduğunu da kabul etmek gerekir. Değerlerimizi bugünkü global dünyada, medyanın etkisiyle kaybetmekte olduğumuz değerlerimiz için mücadele etmemiz gereğini duyuyorum.

Soruyu Soran Kişi : Yücel GÜNDOĞDU

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Fikret DEĞERLİ

Soru: Konuşmanızda halk oyunları ve halk dansları diye iki kavram kullandınız. Bunların ikisini de kullanmak doğru mu? Değilse hangisini neden kullanmalıyız?

Cevap: Dans veya Oyun sözcüğü. Ben Halk Oyunları sözcüğünün kullanılmasının gerekli olduğunu düşünüyorum. Günümüzde Halk Dansları sözcüğünün bir çok ortamda kullanıldığını duymaktayız. Türkçe'mizin zenginleştirilmesinin bu-

günlerde gündeme geldiği düşünülürse en eski anlamıyla Halk oyunları sözcüğü kullanılmalıdır. Bir çok oyunlar da var. Dil bilgisi kurallarına göre her sözcük mutlaka yanındaki başka bir sözcükle birlikte kullanıldığında ayrı anlam kazanır. Halk ve Oyun sözcükleri bir arada kullanıldığında zaten anlamını veriyor.

Soruyu Soran Kişi : Ali KOCAKAYA

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Ekber YEŞİLYURT

Soru: TRT Televizyonlarında ve birkaç reytingi fazla olmayan özel kanallarda yayınlanan Halk kültürünü ve yaşamını yansıtan programlara benzer programların büyük televizyon kanallarında (Kanal D, Show TV, v.s.) yayın yapılması için Motif Derneği olarak veya kişisel olarak bir girişiminiz oldu mu?

Cevap: Genç arkadaşlarımızın bu soruları sorması güzel tabi. Siz ne yapıyorsunuz diyor arkadaşımız. Buraya gelmeden önce Motif Derneğinin Başkanı bütün televizyon kanallarının haber müdürlerine telefon açtı. Kendisi şu ifadeyi kullandı. Arkadaşlar biz bir sempozyum yapıyoruz. Devler bu konuda destek veriyor. Gelin bunu çekin ve haberlerde yayınlayın. Dakikası kaç para ise bunu Motif Derneği size ödeyecektir. İki kanaldan haber geldi, biri TRT (gelip çekeceğiz haber programında yayınlayacağız), diğeri TGRT (geleceğiz çekeceğiz, müdürümüz müsaade ederse yayınlayacağız) Gördüğünüz gibi biz kültürümüzü para ile dahi yayımlatamıyoruz.

Soruyu Soran Kişi : Tülay KARATAŞ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Ekber YEŞİLYURT

Soru: Medyanın halk kültürüne bu kadar uzak kalmasının sebebi nedir size? Bir gazeteci olarak Halk Kültürlerinin uluslararası platformda yer alması için siz nasıl çalışmalar yapıyorsunuz. Bize ne gibi görevler düşüyor bu konuda?

Soruyu Soran Kişi : Suat GÜZEL

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Ekber YEŞİLYURT

Soru: Bir takım mecmualarda ve televizyon kanallarındaki, öz kültürümüze uygun olmayan haber, resim veya programlar hakkında söz konusu iletişim imkanlarının yöneticileri veya sahipleri ne düşünmektedirler? Bu durum onlarda bir rahatsızlık hasıl etmekte midir?

Cevap: Bugün bütün vitrinlere bakıldığında bir tek Türkçe levha yok. Ya İngilizce ya Fransızca. Kültürümüzü önce biz bulacağız, kültür politikamızı devletçe uygulayacağız ancak o zaman kendi öz benliğimize döneriz.

Soruyu Soran Kişi : Kemal NALÇIN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Ekber YEŞİLYURT

Soru: Medyanın Türk Kültürünü yozlaştırdığından bahsediyorsunuz. Burada bir çelişki yok mu? Çünkü medya sahipleri dediğimiz insanlar da Türk Kültüründe yetişmiş bireylerdir. Acaba bu yozlaşmanın sorumlusu sadece medya sahipleri midir? Bu yozlaşmanın altında yatan başka güçler olabilir mi?

Cevap: Bizim dönemdeki arkadaşlarımızdan bizim alfabe okuyanlar bilir. Uyu uyu yat uyu. Kaya topu at. Ali bu top. Baba bal al. Bu cümlelerle yetişen cahil beyinler bugün bunun eziyetini çekiyor. Kültürümüz yozlaşma içinde. Diğer milletler globalleşme çatısı altında toplayacağız milletleri diye Türk toplumunun da kültürünü bozuyor.

Soruyu Soran Kişi : Muhdet COŞKUN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Ekber YEŞİLYURT

Soru: Medyanın Türk Toplumundaki yaygınlığı bilinmektedir. Özellikle görsel medya Televizyon hayatımızın bir parçası olmuştur. Gerek devlet ve gerekse özel televizyonların yaygın olmadığı dönemlerde Halk Kültürünün tanıtıldığı sahalarda nelerdir? Bu sahalarda ne kadar başarılı olmuşlardır? Bölgeler arası kültürlerin tanıtılması ne şekilde gerçekleşmektedir?

Soruyu Soran Kişi : Semra YILDIRIM

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Ekber YEŞİLYURT

Soru: Neden medya bu kültürel etkinliklere yer vermiyor da Televole kültürüne yer veriyor? Halk yararına neden hiçbir şey yapılmıyor? Medya okumak adına ne gibi programlar yapılmalı?

Cevap: Prof. Fikret DEĞERLİ'nin de bildirisinde belirttiği gibi Milliyet Gazetesinin trajinin en yüksek seviyede olduğu dönemlerin sebebi kültürümüze verdiği değerdendi. Bugün kültürümüze kim değer veriyor. O televizyon kanallarını izlemeyeceğiz. Yapılacak tek şey budur.

Soruyu Soran Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Metin EKİCİ

Soru: Yönlendirmenin doğru yönde yapılabilmesi için bence bilimsel yöntem anlayışına gerek vardır. Gerekli çözüm için sizin öneriniz ne olabilir?

Cevap: Bilimsel yöntemin çerçevesini hemen hemen çizdik. Geçen sene Gazi-

antep'te bir mağazada saat almaya girdiğimde Golden World isimli bir marka saat tavsiye ettiler. Niye bunun adını bu şekilde koydunuz diye sordum. Kim alır dediler. Bizim yapacağımız ürünlerde kendimiz olduğumuzda, bugün etnografya müzesi diye gittiğimiz müzelerde oraları daha canlı daha aktif hale getirmemiz mümkün. Hem yaratıcı, hem üretici, hem de satıcıyı yönlendirmeliyiz. Halkbilim dersini okullarda müfredat programlara eklenmesi gerekiyor.

Soruyu Soran Kişi : Semra YILDIRIM

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Metin EKİCİ

Soru: Ulusal halk bilgisi ne demektir? Halk, halk bilgisine ve halk bilimcilerine nasıl ulaşıyor?

Cevap: Halk gelenekler seti üzerine kurulmuş en küçük gruptur. En küçük grupta ailedir. Ama siz bunu daha büyük bir grup bir millet bir devlet olarak genişletebilirsiniz. Buradaki Halk Bilgisi de ulusal halk bilgisinden başka bir şey değildir.

Soruyu Soran Kişi : Öğr. Gör. Songül KARAHASANOĞLU ATA

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Metin EKİCİ

Soru: Arabeskleşmeden söz ettiniz. Arabesk de bir halk kültürü değil midir?

Cevap: Halk kültürü veya halk bilgisi içerisinde iki farklı değişme vardır. Biri olumlu değişme diğeri de olumsuz değişme. Arabesk tabii ki halkımızın kültürü. Ama bozulmuş olan halk kültürümüzün bir değeri olarak yani olumsuz değişme olarak değerlendirebiliriz.

Soruyu Soran Kişi : Tülay KARATAŞ (Devlet Konservatuarı)

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Metin EKİCİ

Soru: Kitle iletişim araçları büyük bir kitleye ifade ederken, halkı yanlış bir kültüre ve halkın özünden yaşamdan soyutlamasının nedeni medyanın halk kültüründen uzak bir eğitim anlayışı içinde olması mıdır? Medyanın halk bilimi açısından eğitimi insanlara ihtiyaç duyması gerekmiyor mu?

Soruyu Soran Kişi : Murat TEKER

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Metin EKİCİ

Soru: Medyanın halk bilimcilere danışarak hareket etmeleri gerek diyorsunuz. Ama burada da görüyoruz ki medya yok sizi dinlemiyor. Medyaya nasıl sözünüzü geçireceksiniz?

Cevap: Medyayı bunları almak zorunda bırakmaktan başka çaremiz yok.

Soruyu Soran Kişi : Öğr. Gör. Songül KARAHASANOĞLU ATA

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Mehmet METE

Soru: TRT Arşivinin yeteri kadar değerlendirildiği ve araştırmacıların hizmetine sunulduğunu düşünüyor musunuz?

Cevap: TRT arşivi gerçekten son derece zengin. Bundan faydalanmak isteyenlere imkan veriliyor. Ama takdir edersiniz ki 80-100 senelik ürünler var. Bunların belli ısı-nem derecesinde saklanması korunması gerekiyor. Bu nedenle dışarıya çıkarılması pek mümkün olmuyor.

Soruyu Soran Kişi : Güven ÖZKOÇ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Mehmet METE

Soru: Özel kanlarda izlenen yayın politikasının eğitimden uzak ve eğitici özelliği olmayan çizgide olmasını neye bağlıyorsunuz? Acaba talep arzı mı doğuruyor? Bu bir tehlike değil mi?

Cevap: Dünyada kamuoyun araştırmaları yönüyle 5-6 tane yöntem var. TRT bilfiil araştırmayı kendisi yapmıyor. Üniversitelere, bağımsız kuruluşlara yaptırıyor.

Soruyu Soran Kişi : Sabahattin TÜRKÖĞLU

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Mehmet METE

Soru: Bilindiği gibi TRT halk müziği programlarında ekrana çıkan sanatçıların %80'i TRT kadrosunda görevli sanatçılardır. Bu duruma göre diğer özel TV kanallarıyla karşılaştırıldığından halk müziği sanatçılarının daha çok olması gerekmiyor mu?

Cevap: TRT kadrolu sanatçılarına ayrılan meblağlar nedeniyle programlarda da kendi elemanlarını kullanma yoluna gidiliyor.

Soruyu Soran Kişi : Selen ERGÖZ ÖZEREN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Mehmet METE

Soru: Sizce TRT'den son dönemde yoğun biçimde arabesk müziğe yer verilmesinin nedeni sadece tercihlerdeki değişim midir? TRT'nin bu tercihlerin oluşumunda katkısının olması gerekmez mi?

Soruyu Soran Kişi : Öğr. Gör. Savaş EKİCİ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Mehmet METE

Soru: Pop müziğinin THM ve TSM'nin önüne geçmesini neye bağlıyorsunuz?

Cevap: Pop Müzik, Türk Halk Müziği ve Sanat Müziği ile başa baş gidiyor, ancak Türk Halk ve Sanat Müziği seyircileri sessiz seyirci, pek fazla tepki vermiyor. Ancak Pop Müzik izleyicileri aktif olduğu için programcılara ulaşıyorlar ve istediklerini yaptırıyorlar. Özellikle genç kitlede Türk Müziğinden kopmalar var. Bunların bir bölümü arabeske, büyük bölümü Pop müziğe kayıyor. Bu Türk müziği sevenlerin üzerinde durması gereken bir konu.

Soruyu Soran Kişi : İskender PEKGEÇGİL

Sorunun Sorulduğu Kişi : Mehmet METE

Soru: Özel kuruluşlar tarafından gereğince yayınlanmayan kültür programları özel kanallarda bazı kişiler tarafından bilerek ve bilinçli bir şekilde yayınlanmıyor ve kültürü bozuk bir toplumu oluşturulmak isteniyor. Bize düşen görevler nelerdir?

Cevap: RTÜK kanununda “bütün Radyo Televizyon kuruluşları haftada programlarının %5’ini Türk kültürü programlarına ayırmak zorundadır” hükmü bulunur. Fakat öyle bir saate koyuyorlar ki, bunları izlemek pek mümkün olmuyor. Biz TRT olarak diğer programlardan üstün tutuyoruz ve burada diğerlerinden ayrılıyoruz.

Soruyu Soran Kişi : Aynur ÇAKIR

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Mehmet METE

Soru: TRT'nin birden fazla kanalının olmasına rağmen neden bir kanalı sadece kültürel faaliyetli yayınlarda bulunmuyor. Haber kanalının, spor kanalının, kültürel faaliyetlerinin, müzik kanalının öğrencilere yönelik eğitim konularının daha ayrıntılı ve verimli olması.

3. OTURUM

BİLDİRİLERİN TARTIŞILMASI

Soruyu Soran Kişi : Erşan KIVRAK

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. M. Öcal ÖZBİLGİN

Soru: Türk Halk Oyunlarında uygulamaya konulan notasyonu Türk Halk

Oyunlarında uyguladığımız zaman oyunun yöresel tavrını vermemiz mümkün mü?

Cevap: Burada yapılması gereken şu. Tavrı verip vermemek önemli değil, bunlar destek elemanlar. Macaristan’da bulunduğum süre içerisinde onlara halk oyunları öğrettim onlar da bana öğrettiler. Türk Halk Oyunları gibi bu kadar zengin değer içeren oyunlarımızda rotasyon yapılabilir ama okuması çok zor, bir an önce bunların eğitime alınması gerekiyor. Ben notaya almadım. Ama üniversitemizde ders olarak okutuluyor ve öğrencilerimiz bunun çalışmalarını yapıyor.

Soruyu Soran Kişi : Kürşad GÜLBAYAZ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. M. Öcal ÖZBİLGİN

Soru: Sizce Macar halkı ile Türk halkının halk oyunları yapıtlarına ilgisi neden farklıdır?

Cevap: Türk Halk Oyunlarına gereken ilgiyi çok fazla veremediğimiz için ve medya araçlarıyla halka çok fazla ulaşamadığımız için bu sorun çıkıyor. Sonuçta elimizdeki malzemeler kısıtlı olduğu için insanların ilgisini fazla çekemiyoruz. Macaristan’da ise ellerindeki tüm malzemeleri saklı tutuyor, koruyorlar.

Soruyu Soran Kişi : Sabahattin TÜRKÖĞLU

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. M. Öcal ÖZBİLGİN

Soru: Macaristan’a gelen yabancıların ilgisi Çigan Müziği ve dansı üzerinde yoğunlaşmaktadır. Macar Folklorunda bu faktörün gerçekten büyük ağırlığı var mıdır?

Cevap: Bana kalırsa var, çünkü Macaristan’ın Macar Çingeneleri ile ilgili çok büyük çalışmaları var ama bunun yanı sıra bizde nasıl yöresel ekipler ayrılıyorsa, orada da Çigan Müziği ve Çigan Dansı ayrı bir bölüm olarak sergileniyor.

Soruyu Soran Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. M. Öcal ÖZBİLGİN

Soru: Bildirinizde geleneksel yöntem, istihbarat yöntem, karşılaştırmalı yöntem sözleri geçmektedir. Bunlar yöntem değil tekniktirler. Yöntem “bilimsel yöntem” adıyla tektir. Katkı amaçlı bilginize.

Cevap: Teşekkür ediyorum.

Soruyu Soran Kişi : Tülay KARATAŞ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Araş. Gör. Nihal ÖTKEN

Soru: Sizce internet ortamında yapılan halk oyunları tanıtım çalışmaları yeterli kitleye ulaşıyor mu? Birebir hocalarla yapılacak tanıtımları internet yürütebilir mi?

Cevap: Bildirim içinde istatistik de vermiştim. İnternetin diğer medya araçlarından daha yavaş kişilere ulaştığını söyleyebilirim. Diğer medya araçlarında size verilen bilgiyi almakla yükümlüsünüz. Ancak internette tercih size ait. Tercihiniz doğrultusunda yararlanabiliyorsunuz.

Soruyu Soran Kişi : Özlem ÖLMEZ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Araş. Gör. Nihal ÖTKEN

Soru: İnternet ekonomik seviyemize dayalı olarak gerekli gelişmeyi ülke genelinde gerçekleştirememektedir. Hala bir çok fert yada grup internetten yoksundur. Bu durumda internetin ülkemizde halk oyunları tanıtımında ne kadar etkili olduğunu düşünüyorsunuz?

Cevap: Söylediğinizde gerçek payı var. Ancak diğer ülkelerle karşılaştığımda alt yapı eksikliğinden kaynaklanan bir takım sonuçlar var. Türkiye’de e-Türkiye politikası mutlaka gelişmeli. Türkiye’de bu alt yapının mutlaka tamamlanması gerektiğini düşünüyorum.

Soruyu Soran Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Araş.Gör. Nihal ÖTKEN

Soru: Web sitelerindeki bilgilerin güvenilirlik derecesi nedir? Bu bilgiler bir bilimsel çalışmada kaynak olabilirler mi?

Cevap: Web sitelerinin güvenilirliği verdikleri kaynaklar ve referanslarla doğru orantılı. Üniversiteler, devlet kurumları gibi birimlerce yapılmış web sayfalarında güvenilirlik şart. Ama bu demek değil ki kısıtlanmalı. Bilimsel bir kalıba oturtulması isteniyorsa internet sistemi geliştirilmeli.

Soruyu Soran Kişi : Öğr. Gör. Savaş EKİCİ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Araş. Gör. Nihal ÖTKEN

Soru: Halk Oyunları çalgıları halk müziği çalgılarından farklı mıdır ki halk oyunları çalgılarını tanıtan ayrı bir siteye ihtiyaç duyuyorsunuz?

Cevap: Böyle bir ayırım söylemedim ama tabi ki halk oyunlarının yapısı gereği müzik ve çalgılar da farklılaşmıştır.

Soruyu Soran Kişi : Alparslan ÜNVEREN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Araş. Gör. Nihal ÖTKEN

Soru: Web siteleri alana hizmet açısından sizce yeterli mi eğer değilse sebepleri neler olabilir? Eğer uzun bir süre bu siteleri takip etmiş iseniz sitelerin güncelleme düzeyi nedir?

Cevap: Yeterli değil. Henüz alt yapı yeteri kadar gelişmediği için yeterli değil. Güncelleme konusunda da tabi ki belli aralıklarla güncelleme yaptıklarını biliyorum.

Soruyu Soran Kişi : Erşan KIVRAK

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Ahmet Turan DEMİRBAĞ

Soru: Gelişmiş Batı ülkeleri Türk Halk Oyunlarını yöresel tavrını verememek kaydıyla öğrenebilirler düşüncesindeyim.

Cevap: Bu dansçı kalitesine göre değişir. Oyuncular profesyonel ise fark edilmiyor. Türkiye'den en çok daha kaliteli işler yapmanız mümkün. Çok hassaslar.

Soruyu Soran Kişi : Muhdet COŞKUN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Ahmet Turan DEMİRBAĞ

Soru: Kılıç Kalkan ekibini örnek vererek, Türk Kültürüne diğer milletlerin ön yargılı baktığını söyleyenlere katılmadığınızı söylediniz. Buradan yola çıkarak Sivas halayındaki bayılma(yanlama)bölümünün müstehcenlik içerdiğini söyleyenler olmakta hatta Sivas Belediye Konservatuarında bu bölümün değiştirilmesi gündeme gelmiştir. Bu konu hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

Cevap: Benim haddim değil o. Halkın kendine yakıştırdığı bir şeyi benim yargılamam haddim değil.

Soruyu Soran Kişi : Kürşad GÜLBEYAZ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Ahmet Turan DEMİRBAĞ

Soru: Avrupa, dans ve sahneleme üzerine bizden çok ileride. Siz Avrupa'da Dans okullarında görev yapmış bir kişisiniz. Sizce, onlarla bizim bakış açımızı kıyasladığınızda fark nerede? Sorun sadece medya mı yoksa bizler de mi? Biz gençlere kısaca neleri tavsiye edersiniz?

Cevap: Sorun medyada değil sistemde. Sistemde programlıysanız kısa sürede sonucunu alıyorsunuz. Burada olay Türkiye’de sistem yok. Sizin yapacağınız, kendinizi geliştirmeniz. Araştırmacı olmanız.

Soruyu Soran Kişi : Oğuz ŞAHİN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Ahmet Turan DEMİRBAĞ

Soru: Sultans of the dance adı altında kurulan grup halk oyunlarımızı tanıtmak amaçlı mı kurulmuştur? Yoksa ticari amaçlı mı kurulmuştur?

Cevap: Bu bir show tarzı. 5000 kişiye gösteri yapıp çok büyük paralar kazanmak için de bir şey yapabilirsiniz. Sadece küçük bir gösteri yapmak için de hazırlayabilirsiniz. Bu bir yaklaşımdır. Herkes kendi çizgisinde istediğini yapabilir.

Soruyu Soran Kişi : Yurdagül FIRATAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Ahmet Turan DEMİRBAĞ

Soru: Türk Kültürünün alıcısı yok dediniz. Alıcısı yokken Türk Kültürünü Türk gençliğine nasıl aktarıp öğreteceğiz?

Cevap: Yaptığınız şeyin bugünkü piyasada sadece sattığınız zaman işe yaradığını söyledim ben. Eğer bugün siz bir kilimi, çantada ayakkabıda görüyorsanız onu üreten yok oluyor. Serbest piyasanın sorgulanması gerekiyor.

Soruyu Soran Kişi : Eda YATMAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Ahmet Turan DEMİRBAĞ

Soru: Türk Halk Oyunlarının genel olarak toplu ve medyadaki önemi, konumu ve yerini gün geçtikçe kaybetmesi buna bağlı olarak halkın Türk Halk Kültürünün önemli bir ögesi olan halk oyunlarından uzaklaşmasının sebebi, sayısı ülkemizde sadece birkaç tane olan Konservatuvarların halk oyunları bölümlerinden mezun öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun eğitimciliklerinin önünün tıkanması olabilir mi?

Cevap: Biz mezun veriyoruz ama her şey diplomayla olmuyor, kesinlikle kendinizi geliştirin sürekli arayış içinde olun. Bugün Japonya’da Alaska’da Türk dansları yapılıyor. Oraya hoca gerek. Ama nitelikli hocalar gerek. Bizim çok başarılı hocalarımız var. Bugün çok büyük bir potansiyele ulaştık. Ama bunları verimli bir şekilde imkan olarak kullanıp faydalandırmalıyız.

13 ARALIK 2002 CUMA

1. OTURUM

BİLDİRİLERİN TARTIŞILMASI

Soruyu Soran Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. Engin YILMAZ

Soru: Reklam yazıcısının bir ürün tanıtımından Türkçe olmayan “wawvvv” sözcüğünü kullanmasını, etkileyici de olsa doğru buluyor musunuz? Çözüm Önerileriniz nedir?

Cevap: Reklamcılıkta asıl hedefin sunulan ürünün veya varolan ürünün daha çok satılması. Televizyonda reklam sektörü ile ilgili programlar var. Bunları incelediğimizde de görülüyor ki reklamcıların hedefi daha çok satmak. Bir takım reklam filmlerinin etkisiyle ilgili yapılan anketler de var. Bu anketler sonucunda hedefe ulaşıp ulaşılmadığı anlaşılıyor. Ama ana dilin burada kullanılmasını doğru bulmuyorum. Ama reklamda metni yazan değil o metni alanın da özen göstermesi gerekiyor. Ama bu bilinçle yeterli değil. Bunun bir şekilde firmaya iletilmesi tepkilerin gösterilmesi gerekiyor.

Soruyu Soran Kişi : Öğr. Gör. Songül KARAHASANOĞLU ATA

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. Engin YILMAZ

Soru: Saptamalar yaptığımız reklamcılık dilinin halk kültürüne etkisi var mıdır, varsa bu konuda ne düşünüyorsunuz?

Cevap: Vardır. Zaten bu etki karşılıklıdır. Halk Kültürünün reklam metinlerine reklamlarında halk kültürüne etkisi vardır.

Soruyu Soran Kişi : Kürşad GÜLBAYAZ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. Engin YILMAZ

Soru: Bildirinizde “halk kültürünün” medyada reklamlarda yer aldığını belirttiniz. Peki “halk kültürünün” haber olarak görsel ve yazılı medyada yer almamasının sizce sebebi ve çözümü ne olabilir?

Cevap: Burada reklamcılığın gelişimini de ele almalıyız. Ülkemizde reklamlarda eğlendiricili bir taraf var. Okuma oranı az olduğu için eğlence yolu kullanılıyor.

Dinle ilgili bir şeyler söyledik. Hedef kitlenin hassasiyetini iyi analiz ederek kullanıyorlar.

Soruyu Soran Kişi : Fahri TUNA

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. Engin YILMAZ

Soru: Reklamlar Türkçe'mizi nereye götürüyor, on yıl sonra TV argosu, reklam argosu iyice yerleşecek mi?

Cevap: Reklam dili diye bağımsız bir alan düşünebilir miyiz? Sanırım düşünebiliriz. Ancak reklam dilinde fayda esas olduğu için genel dilin bütün imkanlarından yararlanıyor. Anlam değişikliklerinden, v.s. Reklam metninde fayda esas olduğu için böyle bir şey söz konusudur.

Soruyu Soran Kişi : Emel KIRTILLI

Sorunu Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. Engin YILMAZ

Soru: Reklamlarda tanıtılan ürün ne olursa olsun, içerdiği cümleler dillerde kalıyor. Örneğin özellikle çocukların ilgisini çeken “Merhaba, ben Çelik, Arçelik, ya sen kimsin?” gibi. Bu ve benzer reklamlar günlük yaşamımıza ister istemez giriyor. İyi yada kötü toplumumuzca da hemen benimseniyor. Özellikle ana dilimizin bozulmasına sebep olan reklamlar konusunda daha seçici olmamız gerekiyor mu? Sizin, dilimizdeki bu bozulmuşluğun önüne nasıl geçebileceğimiz konusundaki tavsiyeniz ne olurdu?

Cevap: Eleştiren reklam okumaları diye bir yöntem var. Bu şekilde önüne geçebiliriz. İzlerken seçici olmalıyız. Eleştirmeliyiz. Reklamlarda çok büyük abartılar da var. Bunları kabul etmek güç. Konuya eleştirerek yaklaşmamız ve bu hassasiyetimizi duyurmamız gerekiyor. Reklam firmalarına ulaşmalı ve eleştirilerimizi onlara bildirmeliyiz. Kullanılan dilimize karşı hassasiyetimizi belirtirsek dilimiz kurtulur.

Soruyu Soran Kişi : Ferdi KOÇ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. Nilgün DOĞRUSÖZ

Soru: Bazı Türk Müziği sazlarının mucidi, Yabancı müelliflerin bazı kitaplarında Araplara, İranlılara, Yunanlılara ait olduğu gösterilmektedir. Batının bu fikrini değiştirmek hususunda neler düşünüyorsunuz?

Cevap: Aslında bunun cevabı çok uzun. Ama Avrupa'da Türk Müzikleri genelde İslam Dünyası müzikleri olarak algılanıyor. Bütün İslam ülkeleri birlikte düşünülerek hepsi birden doğu müzikleri olarak algılanıyor. Örneğin Farabi Farsça yazdığı için İranlı mı gibi düşünülüyor. Bence müziğimizde orijinal çalgılara doğrudan başvurmak daha doğru.

Soruyu Soran Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. Nilgün DOGRUSÖZ

Soru: Sunumunuzu İngilizce kaynaklardan derlediğinize göre, Türkçe adlandırılmış ve tanımlanmış sözleri tekrar Türkçe'ye çevirirken garipliklere rastladınız mı, zorlandınız mı?

Cevap: Zorlandım. Bunu genellikle Yıldray Erdener' in çalışmasında belirttim. Örnek bir İngilizce cümleyi "Türk Aşıklarının Şarkı Atışması" diye çevirmiştim. Ama buradaki şarkı yanlış bir kelime ama başka türlü çeviremezdim. Öyle bir anlama geliyordu ki ne anladığımı anlatmaya çalıştım.

Soruyu Soran Kişi : Sabahattin TÜRKÖĞLU

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. Nilgün DOGRUSÖZ

Soru: Siz daha ziyade Türkiye'den alınma parçaları almaya çalıştınız. Bir kısım yabancı sanatta Türk Müziği var. Bunlara çalışmanızda yer vermemişsiniz. Bunları ayrı bir konu olarak mı çalışmak istersiniz?

Cevap: Onu dahil etmek istemedim. Onu detay olarak düşündüğüm için kullanmadım. Başka arkadaşlarım bu konuyu ele alsın diye düşündüm.

Soruyu Soran Kişi : Alparslan ÜNVEREN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : N. Zeynep ÖZÇÖREKÇİ GÖL

Soru: Ulusal ve Uluslararası TV yayınlarda kültürel anlamda olumsuzlukların kaldırılması ve doğru yayıncılık yapılması gerektiğini belirterek K.Bakanlığı kontrolünde bir denetim olması gerektiğini belirttiniz. Şu anda kültürel yayıncılıkta bir yasal sınırlama var mıdır? Kültür Bakanlığında medya ile ilgili bir birim var mı? Kültür Bakanlığının bir TV veya kanal girişimi var mı?

Cevap: Kültür Bakanlığında böyle bir birim yok. Bir kanal çalışmalarından da haberim yok. Görsel medyada kültürel içerikli yayınlarda bir sınırlama bildiğim kadarıyla %20 oranında THM ve bu RTÜK tarafından yapılan bir yapılanma. Daha başka sınırlayıcı bir mekanizma olmadığını düşünüyorum.

Soruyu Soran Kişi : Kürşad GÜLBAYAZ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : N.Zeynep ÖZEÇÖREKÇİ GÖL

Soru: Televizyonun çok önemli bir yeri olduğunu vurguladınız. Özel kanallarda "halk müziği" ile ilgili programlar yapılmakta fakat video gösterinizdeki gibi programlara yer verilmemektedir. Bu tarz programların özel kanallarda yayınlanabilme-

si için neler yapılmalı? Acaba çalışma tarzınızın değiştirilmesi mi gerekmektedir?

Cevap: Şüphesiz Halk Kültürü Ulusal Kültüre etki eder. Bunu popülerleştirirken halkın dikkatini çekecek şekilde yayınlanması gerektiğini düşünüyorum.

Soruyu Soran Kişi : Öğr. Gör. Songül KARAHASANOĞLU ATA

Sorunun Yöneltildiği Kişi : N.Zeynep ÖZÇÖREKÇİ GÖL

Soru: HAGEM yaptığı araştırma ve derlemeleri nasıl değerlendirmektedir, yoksa sadece arşiv materyali olarak mı kalmaktadır?

Cevap: HAGEM' in yaptığı çalışmaların büyük bölümü arşivleniyor. Ancak arşivleme yanında araştırmacılar kendi ürünlerini değerlendirirler. Ayrıca HAGEM arşivi bütün bilim adamlarına açık bir arşivdir.

Soruyu Soran Kişi : Nilgün DOĞRUSÖZ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : N.Zeynep ÖZÇÖREKÇİ GÖL

Soru: Araştırma yaptığınız yörelerdeki köylü halkın, görsel medyadan olmadığımızı öğrendiklerinde gösterdikleri çekince den söz ettiniz. Bu çekinceyi ülke çapında genelliyor musunuz?

Cevap: Hayır. Daha çok kırsal kesimde böyle bir şey olduğunu düşünüyorum. Kırsal kesimdeki insanlar kendilerini sadece bu yayınlarla gösterebildiklerini söylüyorlar. Televizyonda kendilerini gördüklerinde kendilerini önemli hissettiklerini söylüyorlar. Şehirde ise bu böyle değil. Bunda kentleşmenin etkisi vardır.

Soruyu Soran Kişi : Müjgan ZAMAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yosef Ben ISRAEL

Soru: Yahudilerin göçünü anlatırken Türkiye'den yeni kurulan İsrail'e gidenlerin beraberlerinde Türk müziği ve Sanat müziğinden de ezgiler götürdüğünden neden bahsedilmedi?

Cevap: Bildirimim okuyamadığım kısmında bunlara yer vermiştim. Açıklayayım. Türkiye'deki bütün Yahudiler İsrail'e göç etmedi tabii. Ama oraya gidenler Türk müziğini de beraberlerinde götürmüşlerdir. (Oradaki bir müziği de örnek verdi.)

2.OTURUM

BİLDİRİLERİN TARTIŞILMASI

Soruyu Soran Kişi : Muhdet COŞKUN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Sabahattin TÜRKÖĞLU

Soru: Türk Halk Kültürünün medyada fazla sergilenmediğini, bunun başlıca sebebi olarak da halkın bu tür programlara rağbet etmediğini belirttiniz. Sizce devletin halk kültürüne yönelik yaptığı çalışmalar yeterli mi? Milli Eğitim tarafından ilk ortaöğretim kurumlarında Folklor ve Halk Oyunları dersleri verilemez mi? Bu konudaki çalışmalarınız varsa bilgilendirmenizi rica ederim.

Cevap: TRT ile özel televizyonları ayırmak lazım. Dün TRT temsilcisi burada bildiri verdi. Ancak kendi kurumunu temsil edecek elinde çok güzel döne vardı. Bundan bahsetmedi. Ben söylemek istiyorum. TRT'nin övünebileceği çok güzel bir program var. 23 Nisan Çocuk Şenlikleri. Aslında TRT o programı uluslararası bir faaliyet ve Türkiye'nin önderlik yapması gereken bir program olarak ele almış. Kendi folklorumuzun tanıtıldığı hem de dünya organizasyonunun sağlandığı bir program. Halkın da çok büyük ilgisini çekiyor. Dolayısıyla TRT bu işin tam içinde. Devletin bütçesinin ne olduğu biliniyor. Her şeyi devletten beklemek yanlış. Özel toplum kuruluşları, dernekler, vakıflar bu işi götürecekler artık. Ben şahsen Federasyondan da çok ümitliyim.

Soruyu Soran Kişi : Kürşad GÜLBAYAZ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Sabahattin TÜRKÖĞLU

Soru: Yurt dışında özellikle Avrupa ve Kanada'da halk kültürünün medyada önemli bir şekilde yer aldığından bahsettiniz. Bu bilgi ve gördüklerinize dayanarak "halk kültürümüzün medyada gerektiği şekilde yer alabilmesi için biz halk kültürü ile uğraşanların neler yapması gerektiği konusunda tavsiyeleriniz ve fikirleriniz nelerdir?"

Cevap: Yurt dışındaki başarılı örnekleri nasıl yaparız. Benim tespitim; Çok iyi mücahiz olacaksınız. Bilgi yoksa hiçbir şey yoktur. Yalnız Halk müziğini, halk oyununu bilmek yetmiyor. Hangi Konservatuarımızda, Üniversitemizde sahne psikolojisi, sahne teknikleri inceleyen bir ders var. Bütün bu olaylar etraflı bir şekilde incelenmeli. Bilgiden sonra araştırmaya başlanmalı.

Soruyu Soran Kişi : Alparslan ÜNVEREN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Sabahattin TÜRKÖĞLU

Soru: Çok değerli uluslararası izlenimleriniz var. Ancak Türkiye’den diğer ülkelere giden topluluklar çok farklı amaçlı gittikleri aşikardır. Oysa ülke kültürümüzle birlikte birçok sunum yapılabilir. Dolayısıyla bu ülkelere giden toplulukların daha gitmesi açısından bu deneyimlerinizi hiçbir kurum yada kuruluşa sundunuz mu? Bu alanda bir çabanız oldu mu, varsa nasıl karşılandı?

Cevap: Bu kadar ekip yurtdışına çıkıyor. Bu gittiğimiz ülke bu festivali nasıl yapıyor hiç düşündünüz mü. Bu kişiler nasıl bir çaba içerisinde bulunuyorlar. Bunu tez olarak inceleyen var mı? Tabii ki başarısız olanları da var. Ama çok başarılı olanlarını incelemek lazım.

Soruyu Soran Kişi : Oğuzhan ŞAHİN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Sabahattin TÜRKÖĞLU

Soru: Kanada’daki festivalin çok iyi olduğunu söylüyorsunuz. Bu festivalde devlet desteği var mıydı? Böyle bir festivali Türkiye’de meydana getirmek mümkün müdür? Türkiye’de böyle bir festival yapılmak istendiğinden devlet neden maddi destekte bulunmuyor?

Soruyu Soran Kişi : Öğr. Gör. Songül KARAHASANOĞLU ATA

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Sabahattin TÜRKÖĞLU

Soru: Kanada örneğini verdiniz, ama Kanada göçmenlerden oluşmuş, çok kültürlülüğü ile övünen bir ülke ve devletin çok büyük bir desteği var, bu neden olabilir?

Cevap: Halkın ilgisi canlı tutuluyor. Dijon’ da halkın ilgisi sıfıra düşmüş. Halkın ilgisini canlı tutmak için çaba yok.

Soruyu Soran Kişi : Erşan KIVRAK

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Sabahattin TÜRKÖĞLU

Soru: Halkın ilgisiyle medyanın ilgisinin paralel olduğunu söylediniz. Buna kesinlik kazandırabilir miyiz? Cevabınız evetse; daha önceki oturumlarda Türk Halk Müziğinin ve Türk Sanat Müziğinin dinleyicilerinin pop müziği dinleyicilerinden çoğunlukta olduğu söylenmişti. Oysa medya pop müziğiyle daha fazla ilgilenmektedir. Medya pop müziğiyle daha fazla ilgileniyor diye pop müziği dinleyicilerinin çoğunlukta olduğunu söyleyebilir miyiz?

Cevap: Pop müziğine ilgi duyan medya değildir. Gençlerdir. Gençler ilgi duyduğu için medya da ilgi gösteriyor.

Soruyu Soran Kişi : Birsal HASÇELİK

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Sabahattin TÜRKÖGLÜ

Soru: Medya organları özellikle TV halkın isteklerini dikkate alarak haber yayınlıyorlar dediniz. Acaba halkın istekleri mi ön planda yoksa cazibesi veya parıltılarıyla ön plana çıkan bize ait olmayan yaşam tarzlarını yayınlayıp izlenme oranlarını yükseltme kaygısı mı?

Soruyu Soran Kişi : İskender PEKGEÇGİL

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Sabahattin TÜRKÖGLÜ

Soru: Medya ile örnek verdiğiniz yerin halkı ortak bir dilde buluşmuş, bütünleşmiş fakat biz bundan yoksunuz. Peki biz bu dili nasıl oluşturacağız. Medyaya mana buluyorsak bu konuda bizim eksliğimiz yok mu? Halkın kültürümüze tekrar ilgisini nasıl canlandırabiliriz?

Cevap: Önemli olan halkın ilgisini çekmek sürekli canlı tutmak. Bu folklorik olayları iki şekilde sunmak lazım. Ya otantik olayı tam anlamıyla ele alacaksınız. Bütün gelenek görenek müziği ile sunacaksınız. Ya çok orijinal olaylar yaratacaksınız. Yada içeriğini bozmadan sanatsal yönünü güçlendireceksiniz.

Soruyu Soran Kişi : Öğr. Gör. Songül KARAHASANOĞLU ATA

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Özkul ÇOBANOĞLU

Soru: Sanayi devrimi ile Halk kültürü geriye düşmüştür. Öyleyse önerdiğiniz yöntemler yeterli olacak mıdır?

Cevap: Avrupa'da yazılı kültür ortamında fotokopi folkloru yapıldığına dair doktora tezleri yapılıyor. Bilgisayar folkloru çok gelişmiş. Dolayısıyla biz hala romantik milliyetçilikle yapılmış çalışmalarını kabul edersek, Arabesk gibi bir tür ortaya çıkar. Arabesk de kültürümüzün bir parçasıdır. Dahası biz sadece sözlü kültür ortamında icra edilen müziği ve dansı algılıyoruz. Ama dünyada halk bilimciler paketlenmiş gösterileri ele alıyorlar. Örneğin Van'da askerlik yapan bir arkadaş Sezen Aksu'nun bir kasetini alıyor. Sevgilisine gönderecek. Müziği alıyor üzerine sözler yazıyor v.s. Hepimiz halkın bir parçasıyız. Biz hala 19 yy. halk bilimiyle uğraşıyoruz. Kültür değişir, zenginleşir. Dünden beri medyaya yükleniyoruz. Hadise bu değil. Eğer bilimsel olarak yapılırsa halk biliminin 200 yıllık gelişimi göz önünde tutulursa ve böyle pazarlarsak... Marketbl olmak diye bir terim var dünyada. Halk bilimi derlediği ürünleri pazara sunabilmeli. Biz buna yaklaşmadığımız müddetçe

medyaya kızmakla bir şey elde edemeyiz. Yazılı kültür oranında reklam nasıl olur, sözlü oranda, elektronik oranda reklam nasıl olur bunları incelemeliyiz.

Filmleri birbirimize anlatmıyor muyuz. Türk filmlerinden “nayır nolamaz” v.s. sözleri benimsemedik mi. Medya oluşturuyor bunu. Onlara kızmak yerine Erol Güngör’ün kitabında tespit ettiği gibi, biz kültürümüzü ihmal ediyoruz. Buna kızmak yerine milli kültürümüze özen göstermeliyiz. Yasakçı bir zihniyetle bunun altından kalkamayız. Kendi kültürümüzün özünü araştırmalı, incelemeli kendi kültürümüzü güçlendirmeliyiz.

Soruyu Soran Kişi : Kürşat YILDIZ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Soru: Aile toplumun beklentileri için bireyi yetiştirir dediniz. Aile toplumun beklentilerine yabancı kalıyor ise burada söz konusu olan birey ailenin mi yoksa toplumun beklentilerini mi benimsemeli?

Cevap: Burada aile-birey-toplum çatışması var. Ana dil olarak bir kere aileyi reddetmemiz mümkün değil. Genel bilgileri, güveni, bir çok şeyi biz aileden alırız. Paranın her şey olmadığını yine aileden öğreniyoruz.

Soruyu Soran Kişi : Öğr. Gör. Ruhi ERSOY

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Soru: Sadece halk bilimcilere soru sorulması için değil bunun da hangi konuda olursa olsun bir medya mensubu soru soracağı söyleşi yapacağı kişi veya kurumların bağlam dokusunu bilirse daha güzel sonuçlar alır. Buna örnek batılı gazetecilerin geçenlerde T.Erdoğan’a yönelttikleri “Kasımpaşalı tavrınızla Avrupalıdan bir şey alamazsınız” ifadesi sanırım bunu anlatıyor.

Cevap: Ben toplum bilimci olduğum için yanlı olmak zorundayım. Her bilim dalı antropolojiyi bilmek zorundadırlar.

Soruyu Soran Kişi : Ersin BALKAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Soru: Medyada ve halk arasında halk kültürünün sesini duyurabilecek halk kültürü gönüllüleri nasıl çoğaltılabilir. Eğitim sistemimizde verilen bilgilerin buna ne kadar yardımcı olabileceğini düşünüyorsunuz?

Cevap: Devletten her şeyi beklemeyin. Maddi olarak bir şey vermez. Ama ben devletten bekliyorum yine de. Devlet kültür politikasında halk kültürüne yer vermedir. Her parti geldiğinde devletin projeleri değiştirilir. Ama buna Kültür Ba-

kanlığı sahip çıkmalı. Bu bir kültür politikasıdır.

Soruyu Soran Kişi : Katılımcı

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Soru: Ezanı geçmişe ait ve artık folklorik bulan bir din bilimci; folkloru sanata düşman gören bir ikinci yenici veya halk oyunlarına folklor diyen bir gazeteci anlıyoruz ki “Folklor”un içeriğini ve asıl tanımını bilmemekteler. Bizler tanımlamayı önemli bulmuyor muyuz? Yada halk edebiyatını da folklordan ayırmış gibi görenlere tanımlayanlara ne demeli?

Cevap: Bilmiyorum ne denir. Eğer yeteri kadar bilimsel bilgiye inanıyorsa Türk halk edebiyatını folklorun dışında kimse tutamaz.

Soruyu Soran Kişi : Muhdet COŞKUN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Soru: Günümüzde kültür kavramının medya tarafından yorumlandığını, buna örnek olarak Tarkan adlı sanatçının Kültür Elçisi ilan edildiğini ve hatta Kültür Bakanlığı tarafından destek verildiğini bilmektesiniz. Tarkan adlı sanatçının yapmış olduğu müzik bir hayli rağbet görmüştür. 20.yy.’ ın Türk Kültürü diyebilir miyiz? Zira günümüzde yaşıyor.

Cevap: Hayır. 20.yy’ ın kültür taşıyıcısı diyemeyiz. Ama Türkiye’yi dışarıda temsil ettiği için, daha bağışlayıcı olursunuz. Tarkan Kültür Bakanına geldiğinde ben de sizler kadar üzuldüm. Ama Kültür Bakanlığı ona kültür açısından değer verdiği için değil, telif hakkını kendi üzerine almak için çağırdı bence.

Soruyu Soran Kişi : Birsal HASÇELİK

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Gamze TÜFEKÇİ

Soru: Batı müziği alanında kendilerini geliştiren Türk müzisyenler Türk müziğine kuralı ve sistematik olmadığını savunuyorlar. Özellikle teori ve pratiğin birbirine uymaması gerekçe olarak gösteriyorlar. Siz bu konuda ne düşünüyorsunuz? Bu fikrin ne kadarı doğru ne kadarı yanlış?

Cevap: Teoriyle pratiğin birbirini tutmadığını gerçekte görebiliyoruz. Düşünün bir şeyi yapabiliyorsunuz ama yazamıyorsunuz. Sanat müziğinde bu daha yoğun görülür. Çünkü onların farklı nota düzeni vardır. Teori ve pratiğin birbirine uymaması bugüne kadar problem olmadı, ama artık senfoni orkestralarda v.s. yapılan çalışmalarda problem çıkmaya başladı. Çözülmesi çok zor, binlerce nota ve büyük bir sistemin değişmesi gerek. Bizim yaptığımızı da batının yapabilmesi kolay değil. Bir

arada yapıldığı zaman problem çıkıyor.

Soruyu Soran Kişi : Kürşad GÜLBAYAZ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Gamze TÜFEKÇİ

Soru: Arabesk müziğin bize ait olmadığı fikrinde olduğunuz anlaşılıyor. Türk Müziğinin Halk ve Sanat olarak ikiye ayrıldığını söylediniz. Arabesk müziğin hiç de azımsanamayacak bir dinlenme oranı dikkate alınarak artık halk kültüründe yer aldığı ve Türk Halk Müziğinin 3.sıkkı olup olmadığı konusundaki fikirleriniz ve yaklaşımınız nedir?

Cevap: Benim fikrim hiç önemli değil. Bize ait olmak veya olmamak meselesi de değil kastettiğim. Arabesk müzik tarzında türkü okunmasına karşı çıktım ben.

Soruyu Soran Kişi : Öğr. Gör. Songül KARAHASANOĞLU ATA

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Gamze TÜFEKÇİ

Soru: Arabesk müzik bizim müziğimiz değil midir? Öyle düşünüyorsanız neden değildir?

Cevap: Değil bence. Ama bir gün belki bizim müziğimiz olacak. Yaklaşık 25 senelik bir müzik bu. Ben diyorum ki keşke şu arabeske gösterdiğimiz hassasiyeti kendi müziğimize gösterseydik daha iyi olurdu. Ben karşıyım evet ama benim karşı olmama neden bu kadar üzüyorlar onu anlamıyorum. Bu benim fikrim.

Soruyu Soran Kişi : Kürşad YILDIZ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Gamze TÜFEKÇİ

Soru: Bence toplum kendi yetiştirdiği kültüre uygun bir müzik dinler veya icra etmeye çalışır. Türk Halk Kültüründe yetişen bir insan kendi yöresinin melodisiyle yaşamını şekillendirirken Mozart'ın herhangi bir eserini dinlemesi sizce nasıl değerlendirilir?

Cevap: Bu kişisel bir şey. İnsanların illa Mozart'ı sevmesi de gerekmiyor. Bence insanlar sadece tek yönlü bakmamalı hadiseye. Biz birçok şeyi böyle kaybettik. Çevremizi dinlemediğimiz için yaptığımız birçok şeyi yeni sandık. Halbuki Batı onu çoktan yapmıştı, takip edemedik. Bakın Çifte Çıkar Martinimin Dumanı diye bir türkü var. O bir hapisane türküsü. Şimdi bilinmiyor ama eskiden hapisanelerde bu türkü söylenirdi. Hapishanedeki adam bugün gidin arabesk dinliyor, okuyor.

Soruyu Soran Kişi : Muhdet COŞKUN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Dr. Luyben BOTUSHAROV

Soru: Bildiğiniz üzere Bulgaristan çok uzun bir süre Osmanlı İmparatorluğu hakimiyeti altında barış içerisinde yaşamıştır. Günümüz Bulgar Folklor'ünde Türk Motifleri görüyor musunuz? Bu konuda bizleri bilgilendirebilir misiniz?

Cevap: Aslında bu benim bildirimle doğrudan ilgili bir şey değil ama ben bunu açıklamaya çalışacağım yinede. Çeviride bu tam olarak belirtilmemiştir. Bulgaristan halkıyla ilgili bir takım ayrıntılarda vardı bildirimde. Osmanlı İmparatorluğu döneminde Bulgaristan devleti yoktu. Sadece öyle bir ulus vardı. Bunu etnik grup içerisinde incelememiz gerekiyor. 17.yy' da olan ulusla şimdiki çok farklıdır. Buna evet veya hayır demekle olmuyor. Bunu araştırılması gerektiğini düşünüyorum. Benzerlikler olabilir fakat bunları bulmak için alt yapıya bakmamız gerekiyor. Bunun için Osmanlı nasıl bir etki bırakmış bunların da incelenmesi gerekiyor.Şimdi biz global ve yerel yöntemlerden bahsediyoruz. Osmanlı döneminde daha çok şehir kültüründe etkili olmuştur. Köylere gidildiğinde farklı olduğu görülecektir.

3.OTURUM

BİLDİRİLERİN TARTIŞILMASI

Soruyu Soran Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Mustafa ÜNAL

Soru: Medya-Din konusunda kimi yanlış duyurular karşısında kimi Bakanlıklardan daha çok bütçeden hisse alan Diyanet İşleri Başkanlığının tutumu nedir?

Soruyu Soran Kişi : Özgür AKAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Mustafa ÜNAL

Soru: Televizyonda din üzerine tartışmaların din üzerinde olumsuz etki yarattığını söylediniz. Sizce bu olumsuzluğun nedeni; programlara katılımcı olarak katılanlardan mı yoksa din yeterince açıktır tartışılması mı yanlışır?

Soruyu Soran Kişi : Kemal NALÇIN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Mustafa ÜNAL

Soru: Medyada yer alan dini içerikli tartışma programları hakkında neler düşü-

nüyorsunuz? Bu bağlamda özellikle son dönemlerde “Kur’an-ı Kerim’in Şifresi” adı altında gündeme gelen programların Müslüman halkın üzerindeki etkisi sizce ne olur?

Soruyu Soran Kişi : Muhdet COŞKUN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Mustafa ÜNAL

Soru: Ramazan ayında bazı televizyonlarda hatim programları yapılıyor. İnsanlar ellerine Kur’an-ı Kerim’i, karşlarına da televizyonu alarak hatim indiriyorlar. Bu konudaki düşünceleriniz nelerdir? Hatim kabul olur mu?

Soruyu Soran Kişi : Gülcan TEKİN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Mustafa ÜNAL

Soru: “Halk inanışlarının medyada yer alışı ile ilgili yayınlar bakımından belli dönemlerde bir yoğunlaşma olduğu dikkat çekicidir. Özellikle bazı yatırlarda insanlar adeta birbirlerini ezercesine toplanmakta, dualar etmekte, medet ummaktadır. Bu tür karelerle sık sık karşılaşmamızın en önemli sebebinin içinde bulunduğumuz sosyo-ekonomik şartların hem toplumumuz hem de medya üstündeki olumsuz tesiridir” tespitine sizin yorumunuz ne olacak?

Soruyu Soran Kişi : Mustafa YURITTUTAR

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Mustafa ÜNAL

Soru: Türklerin Müslüman olmadan önceki inanışlarına ve geleneklerine bakılarak İslamiyete çok yakın olduğu anlaşılıyor. Sizce bu konu hakkında Türklerin çok daha önceki ilahi dinlerle bir ilişkisi veya bir haberi var mıdır? Yoksa tesadüf müdür?

Soruyu Soran Kişi : Yakup BOZOĞLU

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Mustafa ÜNAL

Soru: Bugün birçok bölgede yer alan bazı tekkelerin hiçbir tarihi nitelik taşımayan ve sonradan bu durumda kullanılan tapınaklar haline getirilmiş sıradan yerler olduğu görülmektedir. Bu tür yerlerde yapılan ziyaretler ve olmayan bir şahıstan dilenen dileklerin İslam diniyle bağdaştığı söylenemez. Ayrıca İslam Dininin bir milli Din adıyla adlandırılmasını anlamakta zorluk çekiyorum. Çünkü din Kur’an-ı Kerim ve Hadis-i Şeriflerde sabit değil midir?

Soruyu Soran Kişi : Tülay KARATAŞ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Mustafa ÜNAL

Soru: Halk Kültürünün bir kısmını kapsayan halk inanışlarına batıl inanışlar da deniyor. Bunları neye göre ayırt etmeliyiz. Sizce batıl inanışlar halk kültürünü nasıl etkiliyor?

Soruyu Soran Kişi : Murat TEKER

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Mustafa ÜNAL

Soru: Halkı din konusunda bilinçlendirmemiz gerekiyor diyorsunuz. Sizin bu konuda çalışmalarınız var mı?

Soruyu Soran Kişi : Fadime ALAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. Feriha AKPINARLI

Soru: Gösterilen çorap motiflerinin yöresi genelde Afyon ve Konya yörelerine ait. Anadolu'da başka yörelerde çorap yapılmıyor mu? Bunu Anadolu'nun birçok yöresine yayarak yani diğer bölgelerden örnekler sunmanız daha iyi olurdu diye düşünüyorum. Örneğin Doğu Anadolu Bölgesi iklim ve coğrafi şartlardan dolayı çorap yapımında çok gelişmiş ve çeşitli örnekler vermiştir.

Soruyu Soran Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. Feriha AKPINARLI

Soru: Halk bilimine konu olan çorap “motif dili” yanında Karadeniz’de “ıslık dili” Gaziantep ve çevresindeki “dibek dili” gibi özgün kültür ürünlerinin diller grubu içinde bir kümede toplanmasına gerek var diye düşünüyorum, ne dersiniz mümkün mü?

Soruyu Soran Kişi : Gökhan KILIÇ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. Feriha AKPINARLI

Soru: Başta genç kitle olmak üzere makineleşme ile birlikte günümüzde markaya olan sempatiye meydanın da ilgisini çekerek Türk Kültürünün bir yansıması olan el yapımı motifli çorapları günümüz anlayışıyla nasıl empoze edilebilir?

Soruyu Soran Kişi : Ersin BALKAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Savaş EKİCİ

Soru: Halk Müziği diğer sanatçılar tarafından kendi tarzlarına göre yorumlamaları ve kitlelerine ulaştırmalarının sadece olumsuz yanları mı bulunmaktadır. Halk müziğine ve türkülere yeni neslin ilgisini çekmede rol oynamamakta mıdır? Yeni nesile tanıtıcı öğretici yolu var mıdır?

Soruyu Soran Kişi : Tülay KARATAŞ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Savaş EKİCİ

Soru: Halk müziği sizce çağdaş değil midir? Çağdaşlık halk müziğinde neyi temsil eder? Çağdaş halk müziği batılı sazlarla mı elde edilebilir?

Soruyu Soran Kişi : Neriman İNCE

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Savaş EKİCİ

Soru: Halk Müziğinin temellerinin bozulmaması taraftarıyım. Ama bir sorum var. Az evvel çalınan şarkıları söyleyen insanların arkasında çalan müzisyenlerin çoğu konservatuarlı. Orada ekmeğine bakan, öğrenci veya söyleyen kişi, bunu yapmıyorsa bunun sebepleri aldığı eğitim eksikliğinden mi yoksa basın yoğun talebinden mi yada geçim nedeni mi?

Soruyu Soran Kişi : Emel KIRTILLI

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Savaş EKİCİ

Soru: Türkülerimizin günümüzde ilgi görmesi, gençlerin ilgisini çekmesi açısından, türkülerimizin sırf ilgi çeksin diye yeni versiyonlarıyla poplaştırılmaları yanlış elbet. Ama gençliğin ilgisini çeken bu yöntemse uygulamada böyle oluyor. Sizce gençlerin ilgisini çekmek için başka nasıl bir yöntem uygulanmalı?

Soruyu Soran Kişi : Murat TEKER

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Savaş EKİCİ

Soru: Aslımızı nasıl koruyacağız. Medya buna neden destek vermiyor?

Soruyu Soran Kişi : Muhdet COŞKUN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Savaş EKİCİ

Soru: İstanbul Türkçesi ile Doğu Türküleri, Doğu Türkçesi ile Karadeniz Türkülerinin söylenmesinin yanlışlıkları nelerdir? Avrupa'ya açılmayı düşünen bir Türk Halk Müziği Sanatçısı Mısırlı Kuruttun mu adlı Karadeniz Türküsünü Kara-

deniz ağzıyla İngilizce olarak nasıl okuyabilir?

Soruyu soran Kişi : Ali KOCAKAYA

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Savaş EKİCİ

Soru: Vermiş olduğunuz müzik dinleti örnekleri gerçekten çok güzeldi. Eserlerin yöresel tadlarının ve tavırlarının verilmediği, arabesk ve pop müziği kalıplarına konularak yapılmıştır. Fakat; 1970'li yıllarda Arif Sağ'ın okuduğu Arabesk parça olan "Ellerini Çekip Benden" eseri 2002 yılında halk müziği kalıbında okunmuş ve halkın beğenisini kazanmıştır. Bu olaya nasıl bakıyorsunuz?

Soruyu Soran Kişi : İskender PEKGEÇGİL

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Savaş EKİCİ

Soru: Bir tezatlığı söylemek istiyorum. Şu an folk müzik yapan insanlar arasında pek de az olmayan konservatuarlılar var. Ve bu insanlar kendilerinin okullu olduğunu söyleyip reklam yapıyorlar. Bu kişileri örnek almaya çalışan insanlar da var. Peki bu konservatuarlıları yetiştiren insanlar okulda yeterli eğitim ve kültürü vermiyor mu? Bu sorun hocalardan mı kaynaklanıyor?

Soruyu Soran Kişi : Mehmet Emin ERTAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Uzman M. Tekin KOÇKAR

Soru: Halk kültürünün siyasal amaçlı kullanılmasının fayda ve zararları üzerine durulmadı. Amaçlı kullanılmasındaki zorlama halk kültürünü ve müziğini olumsuz etkilemiyor mu?

Soruyu Soran Kişi : Salih KAŞHAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Uzman M. Tekin KOÇKAR

Soru: Kültürel aktarımı üstlenen insanlar, turistik yerlerde sergiledikleri kültürel danslar ve müziklerin ne kadar doğru yada abartılıdır. Bunların bu turistik yerlerde sergilenmesi doğru mudur?

Soruyu Soran Kişi : Neriman İNCE

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Uzman M. Tekin KOÇKAR

Soru: Turizm sektöründe otellerde ve teknelerde yapılan animasyonlarda yada Türk Gecelerinde yapılan etkinlikler ve seyirlik oyunları sahneye koyan kişileri de-

netleyen bir kurum var mıdır?

Soruyu Soran Kişi : Kürşad KOCA

Sorunun Yöneltildiği Kişi : İsmail TAŞDEMİR

Soru: Kültür turizminin %10'larda olduğunu söylediniz ve bunun gerekçesinin de 11 Eylül olayları olduğunu belirttiniz. 11 Eylül öncesi durum farklı mıydı? Ülkemizde üyesi bulunduğunuz kurumun kültürel turizmi canlandırmaya yönelik yerli çalışma yaptığını söyleyebilir misiniz?

Soruyu Soran Kişi : Neriman İNCE

Sorunun Yöneltildiği Kişi : İsmail TAŞDEMİR

Soru: Kültürel aktarımı üstlenen Turizm Bakanlığı, bu aktarımı yaparken yöreyi yada bölge oyunlarını ve kostümlerini kullanırken, esnek davranıyor mu? Yada sırf bu ülkeye döviz girecek diye yöre oyunları bozulmalı mı, yoksa Bakanlık bu kültürel aktiviteleri denetliyor mu? Denetlerken tarafsız yada esnek davranabiliyor mu?

Soruyu Soran Kişi : Serkan AVCI

Sorunun Yöneltildiği Kişi : İsmail TAŞDEMİR

Soru: Turistik işletmelerde yapılan Türk gecelerinde turistlere karşı yapılan halk oyunları ve seyirlik oyunların denetlenmesi gerektiğine inanıyor musunuz? İnanıyorsanız eğer ne gibi önlemler aldınız?

4.OTURUM

BİLDİRİLERİN TARTIŞILMASI

Soruyu Soran Kişi : Gülcan TEKİN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Dr. H. Örcün BARIŞTA

Soru: Halk plastik sanatlarımızın tanıtımı ve devamı için medyanın konuya ilgi göstermesi gerektiğini vurguladınız. Günümüz Türk Medyası, içinde bulunduğu durum itibarıyla halk kültürümüze plastik sanatlarımıza destek vermeden önce kendine bir çeki düzen verip yayın ve yayımlarında kaliteye estetiğe önem vermesi gerekmez mi?

Cevap: Ben bunu bir soru olarak kabul edemeyeceğim. Tebliğimle ilgili bir şey değil.

Soruyu Soran Kişi : Hakan ÇAKMAK

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. H. Selen ERGÖZ ÖZEREN

Soru: Sizin bildirinizde ticari amaç taşıyan albümlerde sanat değeri taşımayan parçaların yer aldığından bahsettiniz. Bütün otantik parçaların sanat değerinin yüksek olduğunu düşünüyorsunuz. Beste olan “Mihriban” ın sanat değeriyle “Burası Muştur” un sanat değerini kıyasladığınızda ne gibi bir sonuca varırsınız? Bunun kıstası nedir?

Cevap: Ben esasen Halk Müziği ile türkü formunda beste yapılması arasında bir ayırım yapmadım. Sadece kültürel çalışmalara hitap eden özellikle yayınlar, kasetler v.s. olmadığını söyledim. Genç insanların talep ettiğinde satmaz gerekçesiyle geri çevrildiğini söyledim.

Soruyu Soran Kişi : Çağlar ALTUN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. H. Selen ERGÖZ ÖZEREN

Soru: Liselerarası yarışmalarda İngilizce bestelerin yapılması öğrencilerin müzik derslerinde Türk Müziğinin öğretilmemesi, Konservatuar veya Eğitim Fakültesi mezunları öğretmenlerin etkisi yok mudur?

Cevap: Elbette vardır. Zaten dikkat ederseniz ben esasen halk müziğinin yeterli kadar medyada vurgulanması gerektiğini dile getirdim. Bunu eğitimle bağdaştırdım. Ben şuna inanıyorum. Medyanın başındaki kişiler de eğitimden geçiyor. Öncelikle eğitim sistemimizi düzeltmeliyiz.

Soruyu Soran Kişi : İskender PEKGEÇGİL

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. E. Ahmet TERZİOĞLU

Soru: Medyanın neler yapması gerektiğini söylediniz. Diğer sunuşlarda da genel medyanın eksikliği ve ilgisizliği konuşuldu. Bizim neler yapmamız gerekir, nasıl bir yol izlemeliyiz? Hep medyanın eksikliğinden bahsettik. Bizim bu konuda eksliğimiz yok mu?

Cevap: Tabi ki var. Önce sabunu yıkamak gerekir. Sabunda da kirlilik var. Önce sabunu yıkayacağız sonra temizlikte kullanacağız.

Soruyu Soran Kişi : Selçuk Kürşad KOCA

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Dr. Hakan POYRAZ

Soru: Konuşmanızda basın ve yayın kuruluşlarını önüne geçilmez bir güç olarak gösterdiniz ve yine konuşmanız esnasında medya neyi doğru gösterirse o doğrudur dediniz. Medyada yapılan yanlışlar onun izlenirliğini azaltır veya güvenilirliğini azaltır dediniz. Bu medyayı denetleme yolu değil midir?

Cevap: Ben temel bir paradokstan başladım. Medyanın zorbalığı isimli eserde Umberto Eco'dan bir alıntı yapıyor. Prenses Di' nin cenaze töreninden bahsediyor. Biz o güne kadar atların geçerken arkalarında bıraktıkları pisliklerinin pastel renkli olduğunu görmemiştik ve törene katılanların giysilerinin de oldukça pastel olduğunu gördük diyor. Sonuçta anlaşıldı ki görüntü güzel olsun diye atlara 1 hafta ilaç verilmiş. Görüntünün bu kadar egemen olduğu bir ortamda bizim tek koruma şansımız işitme yanında anlama duyumuzu da geliştirmemizdir.

Soruyu Soran Kişi : Erol EROĞLU

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Ruhi ERSOY

Soru: Sayılan filmler (Koroğlu, Battal Gazi v.b.) eserin orijinaline ve topluma, adının bilinmesinden başka hangi katkısı sağlamıştır?

Cevap: Ben bu filmlerin çekilmesinin daha iyilerini yapmamıza olanak sağladığına inanıyorum. Sözel anlatım ortamlarında bunların anlatılmadığı bir ortamda yaşıyoruz. Şu an inanıyorum ki, herkes belli bir eğitim seviyesinde, ama vakit olursa, hala bir Battal Gazi, bir Koroğlu filmi seyrediyoruz. Cüneyt Arkın' ın kolundaki saatleri v.s.,görür, eleştiririz. Biz bundan yola çıkarak daha iyi daha ideal nelerin yapılabileceğini düşünüyoruz.

14 ARALIK 2002 CUMARTESİ

1.OTURUM

BİLDİRİLERİN TARTIŞILMASI

Soruyu Soran Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Dr. M. Zeki KUŞOĞLU

Katkı: Kapitalist ekonomik sistem daha çok tüketmeyi gerektirir ki bu tür ekonomilerde gereklidir. Bizim gibi kalkınmakta olan ülkelerde bu türden tüketimler

bir tuzaktır; bu oyuna gelmemek gerek.

Cevap: Teşekkürler.

Soruyu Soran Kişi : Kürşad GÜLBEYAZ

Sorunu Yöneltildiği Kişi : Prof. Dr. M. Zeki KUŞOĞLU

Katkı: Günümüzde bir çok kanalın “ana haber” programlarında “mayo, güzellik salon ve sistemleri” gibi haberler ağırlıkta yer almaktadır. Bu tip görüntülü haber ve programlar 15 yaş ve altı yaş grupları yeni nesli için yavaş yavaş Ana Haber, Yarışma ve Paparazzi programları kültürünü oluşturmaya başlamıştır.

Cevap: Evet, televizyonlarımızda hep güzel kadın ve güzel erkek çıkarılıyor. Bence bu sakıncalı. Ben öğrencilerime hep şunu söylerim. “Gençler fiziğiniz size ihanet edecektir. Aklınızı güzelleştirin.” Fiziki güzelliğin hayatımızda önemli olduğu doğru, ama fiziki güzellik geçicidir...

Soruyu Soran Kişi : Nuh ARSLAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Dr. M. Zeki KUŞOĞLU

Soru: Son yıllarda gerek yazılı basındaki tanıtım grafiklerinde gerek TV reklamlarında çok başarılı olduğu görüşü toplumda hakim görülmekte. Bu durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Cevap: Konuşmamın içinde ben bunların başarılı ve başarısız olmaları konusunu değerlendirmedim. Başarılı olanları da var içlerinde. Ben yerini, zamanını ve töremize olan menfi etkilerini ele almak istedim. Öğrencilerim iyi bilir. Ben 32 yıllık hocalık mesleğimde hep Türkiye'nin meselelerini gündeme getiririm. Mesela Yeşilay, Kızılay için hazırlanan afişler benim öğrencilerim tarafından hazırlanmıştır. Ben içki etiketi yaparak öğretimime başladım. Ama ben Eğitim Fakültesindeki öğrencilerime bunu tavsiye etmedim. Meyve suyu, Süt v.b. etiketi yaptırdım. Sigara, alkol v.b. etiketleri yapmalarını istemedim.

Soruyu Soran Kişi : Nilgün DOĞRUSÖZ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Dr. M. Zeki KUŞOĞLU

Soru: Sempozyumda bazı konuşmacılar geleneğin değişimi üzerinde durarak bu değişim olumlu ise gelişim olumsuz ise bozulma olduğuna işaret ettiler. Bu meseleyi reklam boyutunda düşünürsek olumlu değişim ile ilgili bir iki misal verebilir misiniz?

Cevap: Başarırsanız kahraman, başaramazsanız hain olursunuz. Zaman içinde bizim törelerimiz de değişikliklere uğramıştır. Binlerce yılda oluşmuştur kültürü-

müz. Bundan sonra da yüzyıllarca yine değişime uğrayacaktır. İyinin, güzelin, doğrunun muhafazası, artı çağın zevk ve ihtiyaçları hepsi bir bütündür. Güzelliklerimizi muhafaza ederek, onların üzerine yenilerini de eklemeliyiz.

Soruyu Soran Kişi : Aynur ÇAKIR

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Dr. M. Zeki KUŞOĞLU

Soru: Bazı reklamların “haklara tecavüz” ettiğinden bahsettiniz. Peki bu reklamlar ekranda nasıl yayınlanabiliyor ve izleyici tarafından nasıl bu kadar ilgi görüyor?

Cevap: Nasıl yayınlandığını bende hayretle karşılıyorum. Yayınlanmaması gerekir. Veya komisyon olmalı ve bunlar yayınlanmamalı. Kimse kimsenin duvarına yazı yazamaz. Bunlar hem belediyenin hem kişinin iznine bağlıdır. Siz gideceksiniz birisinin duvarına yazı yazacaksınız. Bu mümkün değildir. Burada 3 gündür tartışıyoruz. Ne ilgi görüyor, ne görmüyor? Hep eskiden toplumun okuma yazma bilmeyişini cehalet diye nitelendirirdik. Bugün okuma yazma biliniyor. Ama bugün etrafımızdaki birçok şeyi okumuş olmak kavga eder dövüşür hale gelmemize sebep oldu. Milli Eğitim Bakanlığında çalışanlar kendilerine hakaret edildiğinin farkında mıdırlar acaba? Bir kumarın bir oyunun adı nasıl piyango olur, milli kelimesi çok şeyler ifade eder. Öyle herkese verilecek bir uluve değil. Bu da okumuş cahiller olduğunu düşündürüyor. Kimin eli kimin cebinde, ne zaman, nerede olmuş gibi sorular soruluyorsa günümüzde bunun neresi doğru. Sokaktaki insan, kasap, bakkal, şoför, biz eğitimciler ve siz öğrenciler... Sizlere de biz öğretiyoruz ama sizlerinde öğretecekleriniz var, aldıklarınızı nakletmezseniz, doğruları uygular, yanlışları yapmazsanız, kötü iyiyi kovar.

Soruyu Soran Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Ali Rıza ABAY

Soru: Bilimsel çalışmalarda Yöntem amaca ulaşmada bir yol, bu amaca ulaşmada kullanılan tüm araçlar da yordamdırlar. Bu nedenle evlenme yöntemleri kullanmak yerine evlenme teknikleri kullanılmalıdır ne dersiniz?

Cevap: Biliyorsunuz bu bilimsel çalışmaların en belalı tarafı yöntem-teknik meselesi. Bir noktada bu bir yöntem mi diyorsunuz, arkasından bakıyorsunuz bu teknik mi diyorsunuz. Üniversitede verdiğim derslerden de biri bu konuda ama zaman zaman bunları bizde karıştırıyoruz.

Soruyu Soran Kişi : Yrd. Doç. Dr. Türker EROĞLU

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Ali Rıza ABAY

Soru: Kız kaçırma bazı yörelerde adet haline gelmiştir. O halde kız kaçırma tercihli evlilik olarak düşünebilir miyiz?

Cevap: Tercihli evlilik gelenek itibariyle dayatılmış oluyor. Gerek ekonomi gerek sosyo-psikolojik sebeplerle böyle bir olgu söz konusu, ancak bazı Türk boylarında her şey normal yolunda gittiği halde bile, yiğitlik için kız kaçırma yöntemi kullanılıyor. Bunlar kaynaklarda da gösteriliyor. Bu belki sosyal hayatın gerekleri diye bahsedilebilir.

Soruyu Soran Kişi : Erşan KIVRAK

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Ali Rıza ABAY

Soru: Kız kaçırma Türk Kültürünün bir parçası haline gelmiştir. Kız kaçırma bir gelenek diyebilirsek bu geleneği yaşatmak gerekir mi? Gerekirse biz gençlere bu geleneği yaşatmak için kız kaçırma türlerinden hangisini önerirsiniz?

Cevap: Ben kız kaçırma usulünü tavsiye etmem. İyi bir yol değil.

Soruyu Soran Kişi : Sacide GÜNGÖR

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Ali Rıza ABAY

Soru: Perdede izlediğimiz görüntülerin TGRT televizyonu Tele Kritik programına ait olduğunu sanıyorum. Görüntüler Anadolu'da sonu hasımlıkla bitebilen bir kız kaçırma olayını mizahi bir anlatımla ekranlara taşımış. Sizce tüm medya kurumları sonu kanla belki de ölümlü bitebilecek kız kaçırma olayını örnekte olduğu gibi mi işlemelidir? Medyanın toplumu etkilemede etkili olacağı düşünülürse, kız kaçırma, kan davası, hasımlık gibi halen günümüzde Anadolu'nun kanayan yarası olan örfler biraz daha mizahi yapı içerisinde yumuşatılarak ekranlarda halka sunulması toplumun eğitilmesinde etkin rol oynar mı?

Cevap: Toplum kız kaçırma olayına örtülü bir destek veriyor. Onaylıyor. Hatta filmi izlerken nasıl tebessüm ediyorsunuz demiştim. Bu bile bir destektir. Medyayı eleştirdiğimiz tarafları bir yana bırakırsak, medya bir yansıtma aracıdır. Toplumu yansıtır. Medya bu istenmeyen olayların ortadan kalkması için ne gibi katkı sağlayabilir. Sonuçta bir bilim uzmanının görüşü alınarak, bu iyi bir şey değildir bunlar zaman içinde toplumumuzdan uzaklaşması sağlanmalıdır gibi bir yorum katılmış olsaydı, bu magazin haberinin değeri daha iyi anlaşılabilir olacaktı.

Soruyu Soran Kişi : M. Zeki BAYKAL

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Doç. Dr. Ali Rıza ABAY

Soru: Günümüzde kız kaçırma olayı gündemde kalmakta. Oysa ki yakın tarihte bir bayanın da erkek kaçırdığı ekranlardan yansıtıldı. Artık kız kaçırma yanında erkek kaçırma olayı da var denilebilir mi?

Cevap: Bizim çalışmamızın sınırlarını belirtirken evlenme dışındaki kaçırılmaları konumuzun dışında tutmuştuk. Ben bu konuyu araştırırken erkeklerinde kaçırılabilirliğini düşünmemiştim. Bu istisnai bir durumdur.

Soruyu Soran Kişi : Muhdet COŞKUN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. Hülya Serpil ORTAÇ

Soru: Halk Eğitim Merkezlerinde dikiş, nakış kursları verilmektedir. Halk Eğitim Merkezlerinde oya ve dantel işleme kursu veriliyor mu?

Cevap: Evet veriliyor.

Soruyu Soran Kişi : Işıl ALTUN

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. Hülya Serpil ORTAÇ

Soru: Türk halkının özelliklerinden biri de kendi ürettiğine dil mantığı içinde somutlama yoluyla ad verme gücüdür. Çalışmalar yaptığınız el ürünlerinin Türkçe'mizin gücünü yansıtan adları vardır diye düşünmekteyim. Zaman içinde aynı dantel ve oyalarda adları itibariyle bir değişime uğramaktalar mı? Çalışmalarınızda böyle bir değişime tanık oldunuz mu?

Cevap: Bu oyalarmızda, dantellerimizde de var. Özellikle bunları eskiden yapan kişiler bunlara isim vermişler. Çünkü oturumda Yrd. Doç. Dr. Feriha AKPINARLI'nın bildirisinde belirttiği gibi el örgüsü ve çoraplarda, birçok dokumamızda da bu söz konusu. Eski insanlar çevresinde gördüğünü motif olarak kullanmış, çiçeği örnek alırsa onu örnek almış, bazen üzüntüsünü bazen sevgisini isim almıştır.

Soruyu Soran Kişi : Birsal HASÇELİK

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. Hülya Serpil ORTAÇ

Soru: Sunumunuzdan adıyla, içeriğinde sunduğunuz bilgilerin medyada tanıtılmasının nasıl gerçekleştiği konusunu ilişkilendiremedim. Bu konuda bilgi verirseniz sevinirim.

Cevap: Bizim konularımız maalesef kapalı kalmış. Günümüzde Türk El Sanatlarının tanıtılmasının önemli olduğunu düşünüyorum. Her geçen gün bizim kültü-

rümüzdeki oyların başka kùltùrlere mal edilmeye çalışıldığını görùyoruz. Bunların engellenmesi gerektiğini düşünüyorum.

Soruyu Soran Kişi : **Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN**

Sorunun Yöneltildiği Kişi : **Kasım KARAMAN**

Soru: Araştırmanın sonuçlarının doğruluğu, geçerliliği, güvenilirliği kullandığınız tekniklere hakim olmanıza bağlıdır. Araştırmanızda yoğunluk, Yöntem ve Tekniklerde olmalıdır. Bu konuya yeterli ağırlık verdiniz mi?

Cevap: Bu daha geniş kapsamlı ve 1979-1980 yılları sonu yapılan bir anketin bir bölümüdür. Çalışmanın bir bölümünde de bu değerler gösterilmiştir. Bu örnekler belli bir çevrede yapılan bir şeydir. Başka bir çevrede yapılırsa farklı sonuçlar elde edilir diye düşünüyorum.

Soruyu Soran Kişi : **Muhdet COŞKUN**

Sorunun Yöneltileceği Kişi : **Kasım KARAMAN**

Soru: Kitle İletişim araçları kişiye başka bir kişi yapmaz dediniz. Geçmiş zamanda televizyonda yayınlanan Pokemon adlı çizgi filmi seyrettikten sonra kendini pikachu sana çocuklar acaba uçabiliyor muyum diyerek kendilerini oturdukları dairenin camından aşağıya bırakmışlardı. Bu olayı hangi aşamada değerlendirebilirsiniz?

Cevap: Bu olayı değerlendirme durumunda değilim. Benim teorilerim genel anlamda bizim içinde bulunduğumuz durumun teorilerinin bulunduğudur. Ben bu şekildedir diye bir ithamda bulunmadım. Teori geliştirilmiştir. Benimde bu teorilere şu şekildedir diye karşılık vermem söz konusu değil. Ancak bu konuda da bir teori oluşturulursa bu konuda bir yorum yapma hakkım olabilir.

Soruyu Soran Kişi : **Yücel HATİPOĞLU**

Sorunun Yöneltildiği Kişi : **Muhittin YILDIRIM**

Soru: Türk Halk Oyunları Yarışmalarında Canlı Müzik ile oynanılması yerine CD kaydı ile oynanılması olabilir mi? Ciddi anlamda sizin kurumunuz da dahil, Türkiye’de bir halk oyunları araştırması yapılması gerekiyor. Bu bağlamda kurumunuzun bir girişimi var mı? Yoksa bir ilk olarak başlatmanız iyi olmaz mı?

Cevap: Teşekkür ediyorum. Buradaki önerileriniz halk oyunlarına yönelik değil, çalışma ve prova aşamasında sıkıntı çeken kurum veya öğrencilere yöneliktir. CD kullanılması bir ara denendi. Milli Eğitim Bakanlığı ve Gençlik Spor Müdürlüğü bunu çalışmalarında denedi. Ama esas olan canlı eşliktir. Ama bizim yurt dışında ilgili kişilerin ilgilerini canlı tutmak için ellerinde materyalleri hazır tutmamız ge-

rekir. Çünkü bunlara ihtiyaç duyuyorlar. İlgiyi canlı tutmak Kültür Bakanlığımızın görevi olmakla birlikte Milli Eğitim Bakanlığımızın da yetki ve görevleri arasındadır. Gerek yurt içi, gerek yurt dışındaki ilgililerin ihtiyacı olan materyallerin kullanılması olabiliyor.

Soruyu Soran Kişi : Muhdet COŞKUN

Sorunun Yöneltilceği Kişi : Muhittin YILDIRIM

Soru: Halk oyunlarının yaygınlaştırılması hepimizin isteğidir. Ama önemli olan sadece halk oyunları öğrenmek midir? Öğrendiklerimizi icra etmek en az öğrenmek kadar önemli değil midir? Bir cemiyete dahil olmadan Televizyon veya İnternette icra mümkün müdür?

Cevap: Hiçbir şey yapmaktan önce bir şeyler yapılmalı. Olmaz yanlış yapılır, yanlış çalınır anlayışıyla çok fazla bir şey yapılmamıştır. Ama hiçbir şey yapılmaktan önce bir şeyler yapılmalı diye düşünüyorum. Almanya'da görevli olduğum sürece, orada binlerce öğrenci vardı. Halk oyunlarına karşı çok büyük ilgi olduğunu ancak ellerinde kendilerine destek verecek materyal olmadığı söylenmişti. Arkadaşımız orada görevli başka bir arkadaşımızı çocukların eline muğalları vererek çayda çıra oynatmaya çalışıyordu. Ertesi gün gazetelerde işte Türk Folkloru diye haberler çıktığını görüp hoşumuza gitmişti. Medyanın imkanlarını bir kenara bırakmak da çok anlamlı değil.

Soruyu Soran Kişi : Erşan KIVRAK

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Muhittin YILDIRIM

Soru: Halk Eğitim Merkezlerinde çok büyük paralar ödenerek Halk Oyunlarının yaygınlaştırılmasını sağladığınızı söylediniz. Ama Halk Eğitim Merkezleri arasındaki iletişim eksikliklerinin farkındasınızdır. Sistemli bir çalışma olduğuna inanıyor musunuz?

Cevap: Doğrudur. Tabi ki Halk Eğitim Merkezlerinin görevlerinin sadece halk müziği, halk oyunu çalıştırmak olduğunu söyleyemeyiz. Bir sürü görevleri var. Bu iletişim eksikliği geçmiş zamanda vardı doğrudur. Bunun geliştirilmesi için çabalarımız vardır. Türk halk oyunlarına bütçe ayıran kadrolu konservatuar mezunu öğretmen tahsis eden halk eğitim merkezleri ülkemiz için büyük bir şanstır.

2.OTURUM

BİLDİRİLERİN TARTIŞILMASI

Soruyu Soran Kişi : Doç. Dr. Ali Rıza ABAY

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Prof. Dr. Nevzat GÖZAYDIN

Soru: Milli Kültür ile Halk Kültürü ayırımını nasıl anlıyorsunuz. Bu bağlamda Batı Avrupa ülkelerindeki işçilerin kültürel faaliyetlerini hangi kavramla ifade etmek gerekir?

Cevap: Elbette Milli Kültür kavramı üzerinde aşağı yukarı Ziya Gökalp' ten beri çok büyük çalışmalar yapıldı. Bugünde hala Ulusal Kültür, Milli Kültür şeklinde tanımlar yapıldı. Özellikle halk evlerinin kurulmasından sonrada çokça tanım yapıldı. Hangisi Halk, hangisi Millettir. Batı Avrupa'da bizim ülkemizden giden işçilerimiz kendi buldukları bölgelerden hiçbir eğitime tabi olmadan gittikleri için kendi öğelerini de beraberinde oraya götürdüler. Kendi kültürleri batılılar tarafından Türk Kültürü olarak algılandı. Sonuçlarında da Avrupa Birliği'ne girme konusunda sık sık seyrettik. Yabancılar Türkleri o kıyafetlerle o göreneklerle tanıdılar. Dolayısıyla bu yanlış. Çünkü yöresel kültürleri araştıran çok az bilim adamı var. Bir takım araştırmalar da doğrusu biraz kasıtlı yapıldı. Bölücü veya siyasi ideolojik empoze etmelerle bu yapıldı. Onları bir tarafa bıraktığımızda dış dokunur bir kültür araştırmasını göremiyoruz. Bizim oradaki vatandaşlarımız da bunun farkında değiller. 40-45 yıldır bizim hükümetlerimiz de onları altın yumurtlayan tavuk olarak gördüler. Yabancılar Avrupa'daki Türkler Avrupa Birliği'ne girmek için neden uğraşmıyorlar diye soruyorlar. Siz nasıl bir çalışma yaptınız da karşılığımı istiyorsunuz. Sadece paralarını aldınız. Ama artık gönderdikleri paralar giderek azalıyor. Giderek Alman pasaportu kimliği almaya başladı Türklerde orada. İleride ancak dedelerinin Türk olduğundan bahsedecekler. Onların ulusal kimliğinden bahsetmek de söz konusu olmayacak. Dolayısıyla Milli Kültür veya Halk Kültürüne ilişkin batıdaki işçilerimiz arasında böyle bir sorun yok. Yeni bir takım derneklerde toplantılar yapılıyor ama maalesef bizim işçilerimizin oradaki ulusal kültürlerini orada lanse edebilecek boyutta değil.

Soruyu Soran Kişi : Yrd. Doç. Dr. Türker EROĞLU

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. Sait BAŞER

Katkı: Töre kavramının kanun anlamında özel, moda, teamül, görenek, adet ve örf gibi sosyal normları kapsayan genel anlamı vardır. Bundan hareketle mesela, Türk Töresi denildiğinde Türk Kültüründeki bütün toplumsal kuralları anlatmaktadır. Ancak bir milli kültür içinde türdeş veya türdeş olmayan alt kültür grupları, tabi olduk-

ları üst kültürüne ait töreyi benimsemekle beraber kendi “töre”lerini de meydana getirebilirler. Dolayısıyla bir milli kültür içinde dahi törelerden söz edilebilir. Ayrıca genel insanlık kültürü söz konusu olduğunda rahatlıkla “töreler” denebilir.

Soruyu Soran Kişi : Raide SAİT

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Yrd. Doç. Dr. Sait BAŞER

Soru: Kutadgu Bilig kelimesindeki Kutad ve Bilig kelimelerinin anlamlarını verdiniz. “-gu” hakkında ne diyebilirsiniz?

Cevap: Kutadgu Bilig çok bilinen ancak çok az anlaşılan bir eser. Birçok konu gibi. Yani bir genel kültür çerçevesinde bir kaynak olabiliriz ama içinde ne var ve nasıl anlatılır bundan haberdar değiliz. Töre Kutadgu Bilig’ de bir kere bile çoğul kullanılmamıştır. Töre çok konuşulabilir. Adalete dayanan töre gökyüzünün direğidir. Eğer töre olmasaydı gökyüzü yerinde durmazdı diyor Kutadgu Bilig’ de bir cümle. Töre öndi bilmez diyor. Öndi kanun anlamında. Kanun anlamı da var ama kanun değil. Töre gelenek görenek de değil. Peki ne? Onun için 3192. beyiti arz ettim sizlere. Kainata dair tanrının koyduğu yaratma nizamları şeklini kabul etmemiz gerekir.

Soruyu Soran Kişi : Kürşad GÜLBEBAYZ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Songül KARAHASANOĞLU ATA

Katkı: Vermiş olduğunuz örnek güzel bir örnektir. Bu örnekleri halk oyunları ve müzikleri açısından çoğaltmak da mümkündür. Bu derlemelerin; yapıldığı zamandaki “teknik cihaz ve ekipmanların” yeterliliği de göz önüne alınarak HA-GEM, TRT, KONSERVATUAR ile diğer kurum ve kuruluşların ortaklaşa bir çalışma ile, konusunda uzman eleman ve teknik cihazlar eşliğinde tekrar yapılması gerek bu gibi eksikliklerin giderilmesi gerek de halk oyunları ve müziklerinin ne derecede değişime uğradığı konusunu ortaya koyması açısından çok yerinde ve değerli bir çalışma olacağı kanısındayım.

Cevap: Tabi ki karşılaştırmalı çalışma iyidir. Ama son zamanlardaki çalışmalarda eski çalışmaların zenginliğini bulamıyoruz. İvedilikle yapılması gereken, var olan malzemeyi değerlendirmedir. Bir an önce bu işi çözmeliyiz.

Soruyu Soran Kişi : Murtaza TUNÇ (Sakarya Üniversitesi Devlet Konservatuarı)

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Songül KARAHASANOĞLU ATA

Soru: TRT Kurumunun Arşivlerindeki ses ve nota kayıtlarına siz değerli hocalarımız bile ulaşamazken bizler nasıl ulaşabilir, bu kayıtlardan faydalanabiliriz?

Soruyu Soran Kişi : Belirtilmedi

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Songül KARAHASANOĞLU ATA

Katkı: Yemen Türküsünde geçtiği söylenen “Muş”un gerçekte Yemen’de bir yerleşim yeri olan “Huş”tan bozulma olduğu, Yemen savaşında huş adı verilen bu bölgede çok sayıda Türk askerinin şehit olduğu çok sayıda makalede belirtilmektedir. Türküde geçen Redit Kışlası’nın Harput’ a 1,5 km. mesafedeki bu yolun sağında olduğunu ve Yemen Savaşı sırasında askerlerin buradaki Redif Kışlasında toplanıp Yemen’e gönderildiğini İshak Sunguroğlu “Harput Yollarında” adlı eserinde açıklamaktadır. Bugün bu kışla aynı yerde 8.Kolordu Asker Toplanma ve Sevk Merkezi olarak ve Redif Kışlası adıyla varlığını sürdürmektedir.

Cevap: Bu bildirimde Huş’u açıkladım. Hus var sadece. Hus’un bir kasaba olduğunu tespit ettim. Ben bu türkünün Anadolu’da yakılmış olduğunu söylüyorum.

Soruyu Soran Kişi : Ali AKBAŞ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Araş. Gör. Hatice Çiğdem KILIÇ

Soru: Son birkaç yıldır Televole kültürü diye bir tabir kullanılmaktadır. Bu çarpık ilişkilerin kültür olarak nitelendirilmesi ne kadar doğru?

Cevap: Aslında onların da folklor özellikleri incelenebilir. Sadece bir köye gidip halk bilim araştırması yapılmaz. Televolenin de bir folkloru vardır. Bir inceleme yapılırsa bunun da katkısı olabilir.

3.OTURUM

BİLDİRİLERİN TARTIŞILMASI

Soruyu Soran Kişi : İbrahim EĞLİK

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Okutman Muharrem ÖZALAN

Soru: Medya yerine basın yayın ve sempozyum yerine bilgi şöleni dediniz. Bu iki kelimenin ve yabancı dillerden dilimize geçmiş olan kelimelerin kullanılmamasını telkin ettiniz. Günlük hayatta, toplum tarafından kabul gören hostes, vapur ve televizyon kelimelerini kullanıyor musunuz?

Cevap: Dilde ırkçılık yapmıyoruz biz. Dilde sadeleşmeyi özleşmeyi savunurken, Ziya Gökalp’ in tabiriyle Türkçeleşmiş kelimelerin milliyetini aramıyoruz. Ama mademki Fuzuli’ yi sözlükle anlamak zorundayız, o zaman bundan sonra çocuklarımızın Türkçe’yi daha iyi kullanabilmesi için daha hassasiyet göstermemiz gerek-

tiğini düşünüyorum. Elbetteki dilin içerisinde bir takım yabancı kelimeler olacak ama bunların oranını artırmamak bizim elimizde. Yoksa geçmişte yaşadığımız şeyleri yeniden yaşarız. Bu dili binlerce yıllık tarihten gelmiş bir dili, en azından bizden sonraki dönemlere taşımak sorumluluğumuz var. Teşekkür ediyorum.

Soruyu Soran Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Sorunun Yöneltileceği Kişi : Okutman Muharrem ÖZALAN

Soru: Dilde kirlenme hızlanarak artmaktadır. Bir yandan yeni yabancı sözcükler sokulurken, öte yanda doğru olanlar da yeni ve çirkin olanlarla değiştirilmektedir. “Cankurtaran”, “ambulans” vb. Dilimize sahip çıkmanın bir yada birden fazla yolu vardır. Sizce çözüm önerileriniz nedir?

Cevap: Dili korumanın çok yolu var. Ana dil şuuruna sahip aydın yetiştirmemiz lazım. Ama nesillerimizi çocuklarımızı duyarlı hale getirebilirsek, gençlerimizi duyarlı yetiştirirsek, epey bir adım atmış oluruz. Okullardaki bilgi ve uygulamayı bir arada yürütmemiz gerekiyor. Gençlerimizin okuması ve yazmasını öğütlememiz ve bunun önünü açmamız gerektiğini düşünüyorum.

Soruyu Soran Kişi : Prof. Dr. Ali Rıza BALAMAN

Sorunun yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Yavuz KÖKTAN – Öğr. Gör. Erol EROĞLU

Soru: Doğru yönlendirme için devlet-kültür politikası gerekmektedir. Sizce bu politika var mı? Varsa uygulanıyor mu?

Cevap: Kültür Politikası da dahil olmak üzere uygulandığını sanmıyorum.

Soruyu Soran Kişi : Aydın EKMEKÇİ

Sorunun Yöneltildiği Kişi : Öğr. Gör. Yavuz KÖKTAN – Öğr. Gör. Erol EROĞLU

Soru: Enformasyon toplumlarında kültürün yaşatılması ve geliştirilmesini sadece medya ve diğer organlarla sınırlamak doğru mudur?

Cevap: Olması gerektiğini söyledik. Eğer şu anda medyadan herkes şikayet ediyorsa, bunun sebebi kimsenin kendi tepkisini ortaya koymamasıdır.

EKOL®



+90 (212) 513 43 64 • www.ekolgold.com.tr

 **KAMEROĞLU**