

Kültür ve Turizm Bakanlığı, İBB, TRT Katkılarıyla
21. İstanbul Türk Müziği Günleri
“Çölleşen Ruhumuzu Müzikle Yeşertelim”
(01 - 31 Mayıs 2014)

ULUSLARARASI MÜZİK ve MEDYA SEMPOZYUMU

(21-23 MAYIS 2014)

BİLDİRİLER KİTABI

İSTANBUL TÜRK MÜZİĞİ
DERNEK VE VAKIFLARI
DAYANIŞMA KONSEYİ



T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ

Kültür ve Turizm Bakanlığı, İBB, TRT Katkılarıyla
21. İstanbul Türk Müziği Günleri
“Çölleşen Ruhumuzu Müzikle Yeşertelim”
(01 - 31 Mayıs 2014)

ULUSLARARASI
MÜZİK ve MEDYA SEMPOZYUMU
(21-23 MAYIS 2014)

BİLDİRİLER KİTABI

EDİTÖRLER

Yrd. Doç.Dr. Gökten AY
Yrd. Doç. Dr. Mehmet Emin KAHRAMAN

İSTANBUL, 2014

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ

Bütün Hakları Saklıdır. © 2015, Yıldız Teknik Üniversitesi
Bu eserin bir kısmı veya tamamı, Y.T.Ü. Rektörlüğü'nün izni olmadan,
hiçbir şekilde çoğaltılamaz, kopya edilemez.

**ULUSLARARASI
MÜZİK ve MEDYA SEMPOZYUMU
(21-23 MAYIS 2014)**

BİLDİRİLER KİTABI

EDİTÖRLER

Yrd. Doç.Dr. Göktan AY
Yrd. Doç. Dr. Mehmet Emin KAHRAMAN

Kapak Tasarımı: Arş. Gör. Halil ÖNAL

ISBN: 978-975-461-516-6

Y.T.Ü. Kütüphane ve Dokümantasyon Merkezi Sayı

YTÜ.ST-2015.0888

Baskı
Yıldız Teknik Üniversitesi
Basım-Yayın Merkezi-İstanbul
Tel: (0212) 383 31 30

“Uluslararası Müzik ve Medya Sempozyumu Bildirileri” kitabında
yayımlanan bildirilerin dil, imla ve ilmi sorumluluğu yazarlarına aittir.
Bildirilerdeki görüşler YTÜ Rektörlüğü, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi ve
İstanbul Türk Müziği Konseyi (MÜZDAK) görüşü anlamında
yorumlanamaz.

Yıldız Teknik Üniversitesi Yönetim Kurulu'nun
08.01.2015 tarih ve 2015/01 sayılı Toplantısında Alınan karara göre
Üniversitemiz Matbaasında 50 (elli) adet bastırılan,
“Uluslararası Müzik ve Medya Sempozyumu” adlı
telif eserin her türlü bilimsel ve etik sorumluluğu yayına hazırlayanlara aittir.

SEMPOZYUM KURULLARI

Sempozyum Onursal Başkanı:

Prof.Dr. İsmail YÜKSEK , YTÜ Rektörü

Sempozyum Eş Başkanları:

Prof.İlhan ÖZKEÇECİ, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi Dekanı

Y.Doç.Dr. Gökten AY, İTÜ TMD Konservatuarı Öğr. Üyesi, , MÜZDAK Başkanı

Sempozyum Bilim Kurulu:

Prof.Dr. Alparslan Açıkgenç, YTÜ Fen Edebiyat Fak.

Prof. Dr. Cihat Can, Gazi Ün. Gazi, Egt. Fak.GS Bölümü, Müzik Öğrt.ABD

Prof.Dr.Turan Koç, Sebahattin Zaim Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi

Prof. Dr. Gülçin Yahya Kaçar, Gazi Ün. T.M.D. Konservatuarı

Prof.Dr. Ergün Yıldırım, YTÜ Fen Edebiyat Fakültesi

Prof. Ahmet Atan, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi

Doç.Dr. Cenk Güray, Yıldırım Beyazıt Ün. T.M.D. Konservatuarı

Doç.Dr. Alper Maral, YTÜ Sanat ve Tasarım Fak.

Doç.Dr. Süleyman Doğan, YTÜ Fen ve Edebiyat Fakültesi

Y.Doç.Dr. Gökten AY İTÜ TMD Konservatuarı Öğr. Üyesi

Y.Doç. Aslıhan Ozel, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi

Y.Doç.Dr. Tarık Emre Yıldırım, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi

Y.Doç.Dr. Mehmet Emin Kahraman, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi

Y.Doç.Dr. Sinem Özdemir, İTÜ TMD Konservatuarı

Y.Doç.Dr. Salih Denli, Kemerburgaz Ün. Güzel Sanatlar Fak.

Dr.Ayhan Sarı, Kültür ve Turizm Bak. Devlet Türk Müziği Topluluğu Sanatçısı

Öğr. Gör. Mehmet İlhan, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi

Evin İlyasoğlu, Müzik Yazarı

Serhan Bali, Andante Dergisi Genel Yayın Koordinatörü

Sempozyum Düzenleme ve Yürütme Kurulu:

Y.Doç.Dr. Göktan AY (Başkan)

Doç.Dr. Süleyman Doğan, YTÜ Fen ve Edebiyat Fakültesi, (Düzenleme ve Yür. Kurl.Üyesi)

Doç. Dr. Nesibe Özgül TURGAY, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi

Y.Doç. Aslıhan Ozel, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi

Y.Doç.Dr. Tarık Emre Yıldırım, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi

Y.Doç.Dr. Sinem Özdemir, İTÜ TMD Konservatuarı

Y.Doç.Dr. Mehmet Emin Kahraman, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi

Öğr. Gör. Mehmet İlhan, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi

Öğr. Gör. Ahmet Dolunay, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi

Arş.Gör. Çağatay BİLSEL, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi

Arş.Gör. Günsu YILMA, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi

YTÜ Rektörü Prof.Dr. İsmail YÜKSEK’in açılış konuşması;

Sayın MÜZDAK Başkanı, Sayın Dekan, Ülkemizden ve Türk Cumhuriyetlerinden sempozyuma gelen değerli bilim insanları, öncelikle etkinliğin üniversitelerimizde düzenlenmesinden büyük memnuniyet duyuyorum...

Sempozyumun konusu olan, müzik ile medya arasında önemli bir ilişki vardır. Özellikle son yıllarda ivme kazanan müzik ve medya beraberliği, yürütülen bilimsel çalışmalarla; kültür, sanat ve medya alanında toplumu eğiten ve ihtiyaçlarına uygun teknolojik ve bilimsel gelişmeyi destekleyen bir yapıya dönüşmüştür. Farklı disiplinlerle etkileşimi ve eğitimle olan ilişkisi bu beraberliği giderek kuvvetlendirmektedir. Bu birlikteliğin sonuçlarının ve etkilerinin, üniversitemiz çatısı altında irdelenmesi bizi memnun etmektedir.

YTÜ bünyesi içinde; müzik ve medya alanında lisans, yüksek lisans ve doktora/sanatta yeterlik eğitimi yapılarak bilimsel çalışmalara hız verilmektedir. Bu sempozyum da bildirileri ve sonuçlarıyla bizlere önemli katkılar sağlayacaktır.

İnsanların birçok farklı ihtiyaçları vardır. Ancak insanın en önemli ihtiyacı belki de ruh sağlığıdır, psikolojik durumudur. Günümüz toplumunda ve dünya toplumlarında ciddi bir sorun haline gelen pedagojik ve psikolojik yaşam tarzı belki de bizim sanattan ve müzikten uzaklaşmamızdan kaynaklanan bir durumdur. Aslında, müzikle ve sanatla toplumu biraz daha eşleştirirsek doktora ihtiyacımız olmayacaktır. Bu sempozyumun buna da katkı sağlayacağı düşüncesindeyim.

Bildiri başlıklarında önemli ve farklı konuların işleneceğini görmekten mutluyum. Sizler 3 gün boyunca takip edecek, tartışacak ve karar vereceksiniz.

Sempozyumun başarılı geçmesini diler, özellikle 21 yıldır “İstanbul Türk Müziği Günleri”ni büyük bir başarıyla devam ettiren ve içinde mutlaka bilimsel çalışmaları değerlendiren bir sempozyumu da ekleyen İTÜ TMDK Öğretim üyesi ve MÜZDAK Başkanı Y.Doç.Dr. Sn. Gökten AY’a ve sempozyumun diğer ayağı olan Sanat ve Tasarım Fakültemiz Dekanlığı’na teşekkür ediyorum.

**YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi Dekanı Prof. İlhan ÖZKEÇECİ’nin
açılış konuşması;**

Sayın Rektörüm, Sayın MÜZDAK Başkanı, Değerli sanatseverler, Musikişinaslar, Bilim insanları, Kıymetli öğrenciler, hepinizi saygıyla selamlıyorum.

Musikimizin bu seviyeli ortamda bir kez daha gündeme gelmesi kültürümüz adına yeni bir fırsat daha vermektedir. Bundan memnuniyet duyuyoruz. Günümüz teknoloji dünyasında insani değerlerin kontrolü hızla kaybedilirken, bir büyük cevher olan Türk Musikisinin yeni bir fırsatla akademik bir çatı altında ele alınmasını önemli buluyoruz.

“Uluslar Arası Müzik ve Medya Sempozyumu”nun gerçekleşmesinde destek sağlayan Sayın Rektörümüz Prof. Dr. İsmail Yüksek’e ve uzun yıllar bu faaliyetleri gayretle sürdüren İstanbul Teknik Üniversitesi Türk Musikisi Devlet Konservatuvarı öğretim üyesi ve İstanbul Türk Müziği Dernek ve Vakıfları Dayanışma Konseyi Başkanı Sayın Yard. Doç. Dr. Göktan Ay’a teşekkür ediyorum.

Bu noktada “Müzik” yerine “Musiki” kelimesini ismin müzikalitesi açısından ısrarla kullandığımı belirtmeliyim. Zaten tarihi kaynaklarımızdan bize intikal eden kelime de “Musiki”dir. Musiki, aynı zamanda bir milli kimlik işaretidir. Milletler; dil, toplumsal kültürler, mimari gibi musikileri ile de karakter oluşturur, şahsiyet kazanırlar. Bu perspektiften bakıldığında Türk Musikisi, Türk kültür ve sanatının sesler dünyasında mühim bir yıldızı olarak görülür.

Yeni nesillerimizin gelişen teknolojilerle birlikte yaşadığı kültür tahribatını burada dile getirmek isterim. Ülkelerin gelişmesinde önemli görevleri olan Üniversitelerin bu konuda yapacakları pek çok şey vardır. Bu sempozyum bu adımlardan birisini oluşturuyor.

İnternet dünyası ve dijital âlemin insanlarımıza sunduğu kolaylıklardan başka zorluk ve sıkıntıları da vardır. Özellikle teknolojik aletlerin cep telefonu gibi küçültülerek ceplere girmesi, aynı zamanda çok küçük yaşlarda (daha konuşmayı dahi bilmeden) bu cihazlarla tanışması çocuklarımız açısından ciddi sakıncaları da beraberinde getirmektedir. Bu doğrultuda empoze edilen musikin de genç dimağlara olan negatif etkisi göz ardı edilemez.

Türk musikisinin evrensel kuşatıcılığında söz etmek gerekiyor. Orta Asya’dan, İran’a, Kafkasya’ya; Anadolu’dan Balkanlara kadar yüzyıllar boyu pek çok değerli esere imza atmış bu kültür âbidesi bizim hemen yanı başımızda duruyor. Günümüzün sıkıntılarını, hayatın zorluklarını aşmak için adeta bir iksir

gibi deva olacak değerler manzumesi. Musıkimizin ruhen tedavi ettiği gibi bedenen de rehabilite etmesi bir büyük gerçek. Bize düşen ise bu kıymetli kaynaktan bütün imkânlarımız ve bütün gücümüzle yararlanmaktır.

Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi, bu yolda gelecek nesillere ulaşmak ve musiki kültürümüzün sağlıklı bir şekilde intikal ettirmek adına önemli görevleri üstlenmiş bir kurumdur. Bu sempozyum da hedefe doğru giden mesafe taşlarından birisi olacaktır. Bu vesile ile bütün emeği geçen arkadaşlarımıza teşekkür ediyor, sempozyumun başarılı geçmesini diliyorum.

İTÜ TMDK Öğretim Üyesi ve MÜZDAK Başkanı Y.Doç.Dr. Gökten AY’ın açılış konuşması:

Sayın Rektörüm, Dekanım, İstanbul ve yurt dışından gelen bildiri sahipleri, öğretim elemanları, öğrenciler ve basın mensupları; “İstanbul Türk Müziği Günleri” programı içinde artık geleneksel hale gelen sempozyumlarımız, akademik/sanatsal çalışma yapan bilim insanlarının çalışmalarını değerlendirmesi amacıyla, her yıl değişik konu başlıklarıyla devam ettirilmektedir.

İtiraf etmeliyiz ki; konu itibarıyla çok yoğun bir başvuru bekledik. Çünkü; konu önemliydi ve konservatuarlara, GSF’lere, sanatçılara, İletişim Fakültelerine, medya mensuplarına, müzik ve medya STK larına, ilgili köşe yazarlarına duyurularımızı -2 şer defa- ulaştırmıştık.

Medya ve müzik birbirinden kesin sınırlarla ayrılamayan, birbirini tamamlayan iki önemli olgu. Ama; hangi medya, hangi müzik? dediğinizde aramıza bazı güvensizlikler giriyor doğal olarak... Gerçek, kalıcı, yıllara yayılmış, gönüllere yer etmiş, üretilen, çağdaş normlarda kabul görmüş, orkestralaşmış müzik mi?!. Yoksa; bugün var olup yarın olmayan/unutulan, ama medya sayesinde desteklenen/yaygınlaştırılan popüler müzik mi?

Hangi yazılı basının müzik/sanat sayfası var?

Hangi sanatçıların konserleri yazılı ve görsel basında ne kadar yer alıyor?

Kim sanatçı? Kim sanat/kültür yazarı?

Kaç tane müzik-medya dergimiz var? Varsa, kaç abonesi var?

Müzik-medya insanları olarak yayınları okuyor muyuz?

Bu kadar koro/topluluk/konservatuar/müzik/iletişim fakülteleri/bölümleri var da! kendi imkanları ile müzik kütüphanesi kuran Pan Yayıncılığın v.b. kapısını kaç kişi açıyor?

Bakanlıkların müzik ve medya stratejileri var mı? Nasıl?

Müzik ve medya okuryazarlığında nerdeyiz?

Medyada kullanılan müziğin çocuklar üzerindeki etkisi var mı?

Acaba, müzik ve medya hareketi başlatılabilir mi?

Müzik ve medya ile çocukların/gençlerin şiddetten korunması sağlanabilir mi?

Medya ve müzik okuryazarlığı, genel olarak eğitimde yerini alabildi mi?

Reklamlarda, internette müzik-medya ilişkisine nasıl bakmak lazım?

Müzik ve medya alanında STK lar görevlerini yerine getiriyor mu?

Sempozyumumuzun konferanslar bölümünde, çok değerli alan uzmanları sizlere önemli bilgiler verecekler. Kendilerine katkı ve desteklerinden dolayı huzurunuzda çok teşekkür ediyorum. Bildirilerin ana başlıklarına baktığımızda çok farklı konuların ele alınacağını ve tartışmaya açılacağını göreceksiniz. Bildiriler konulara göre sınıflanmamış, böylece disiplinler arası bir paylaşımın yapılması hedeflenmiştir. Özellikle Türkiye ve İstanbul dışından katılan bildiri sahipleri olmak üzere, siz değerli bilim insanlarına katılımınız için teşekkür ediyoruz. Bildirilerin çok kısa zamanda YTÜ Yayınları arasında yayınlanmasını bekliyoruz.

Barışa giden yolda müzikle buluşmayı istedik, müziği onunla beraber yürüyen medya ile destekledik. Dinleti için Eskişehir’den gelen sanatçı Sn. Elif YAYGINGÖL’e (Moskova Tchaikovsky Devlet Kons. Y. L. Mez./ Keman sanatçısı) ve piyano eşlik sanatçısı Sn. Alper DEMİREL’e (İTÜ TMDK Kompozisyon Böl. Mez.)teşekkür ediyorum. YTÜ Rektörlüğü ile Sanat ve Tasarım Fakültesi’de bize kapılarını açtı. YTÜ Rektörü Prof.Dr. Sn. İsmail Yüksek’e, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi Dekanı Prof. Sn. İlhan Özkeçeci’ye, Yürütme Kurulu Üyeleri; Y.Doç. Aslıhan Erüzün Özel’e, Doç.Dr. Süleyman Doğan’a ve Komisyonlarda görev alan öğretim elemanlarına, salon görevlilerine çok teşekkür ediyor, başarılı bir sempozyum diliyorum.

SEMPOZYUMDA SUNULAN BİLDİRİLER

MİLLİ SANATLARIMIZ VE MUSİKİMİZE BUGÜNDEN BİR BAKIŞ

Prof. İlhan ÖZKEÇECİ*

“Musiki, insanlığın ahlâkını tasfiye eden kudsî bir ilimdir.”
Dede Efendi¹

Türk sanatı, tarih içerisinde önemli bir yere sahiptir. Orta Asya’dan başlayarak Türkiye topraklarına ve Avrupa’ya kadar uzanan bu heyecanlı serüvenin tarihi halen tam manasıyla yazılamamıştır. Türk sanatının geçirdiği bu gelişim sonucunda ulaştığı evrenselleşme, doğrudan onun ifade kabiliyetinin zenginliği ve yorum tarzının farklılığıyla ilgilidir. Bu çerçeve mimariden, musikiye, edebiyattan süsleme sanatlarına kadar çeşitli dalları görmek mümkündür. Orta Asya’dan, Türkistan’dan Türkiye’ye kadar uzanan hat üzerinde Karahanlı, Gazneli, Büyük Selçuklu gibi kültür sahalarından intikalen batıya doğru gelişen Osmanlı kültürü de bu çerçeveye dâhildir. Türk sanatının fonksiyonel olarak işlendiği her malzeme, her eşya bir anlam taşır ve gündelik hayatından yaşanan izlerini zamanından bugüne taşır. Bu eserlerin tarihin tozlu dehlizlerinden bugüne yeterince aktarıldığını söyleyemiyoruz. Belgesel olarak bugüne intikal edenlerinin dışında ulaşamayan pek çoğunun olduğu bir gerçektir. Bunlar hem dönemlerindeki savaş, kıtal, kavgalar sebebiyle tahrip olmuş hem de zamanın getirdiği etkilerden uzak kalamamıştır.

I. KLASİK TÜRK SANATI

Klasik Türk Sanatı; her dem taze olan, kalıcı, geçmeyen, solmayan, dünden bugüne ve geleceğe kalacak olan bir değerler hazinesidir. Her çağın, her milletin kendi özgü sanat gruplaması vardır. Bizim sanatımızda öne çıkanlar ise Mimari, Yazma Kitap Sanatları, Edebiyat, Musiki ve Süsleme Sanatları (Dekoratif Sanatlar) olarak sıralanabilir.

Muhakkak ki burada en önde gelen dal mimari olmalıdır. Mimari yapıların oluşumu, şehirlerin kurulması, yaşanan mekânların meydana gelmesi hep mimari sanatın tezahürleridir.

I.a- MİMARİ

Yaşanılan bölgenin imkânlarına göre; kerpiç, tuğla, taş gibi malzemelerden inşa edilmiş Türk mimari eserleri devre devre farklı özellikler gösterebilirler.

Uygur devri Türk mîmârî eserlerinden çok sayıda örnek kalmıştır. Yerleşik hayatla birlikte, mîmârî yapıların arttığı gözlenen bu dönemde, Uygurlar çok sayıda mabed, manastır ve stupalar inşa etmiştir. Bir yandan da, mağaraları oyarak, büyük tapınaklar yapmışlar, tapınakların duvarlarını çok etkileyici duvar resimleriyle süslemişlerdir. Mîmârî yapıların bir kısmı kesme taştan yapılmıştır ve Sâsânî etkileri taşır, bazıları da Hint mîmârîsinden esinlenerek yapılan stupalardır. Bütün Uygur yapılarında malzeme olarak tuğla kullanıldığı görülür. Bu yapılar arasında, kare mekândan kubbeye geçişi tromplarla

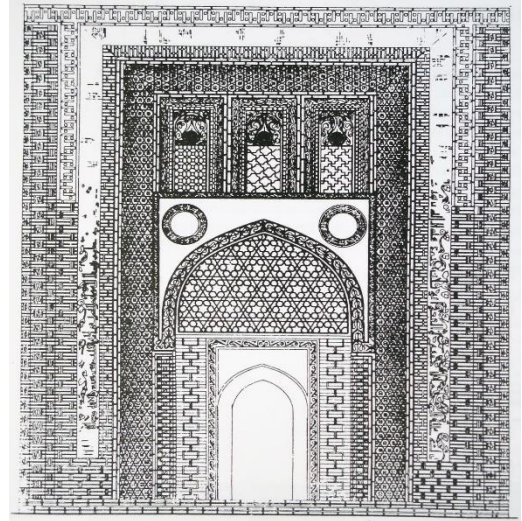
* Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Dekanı, YTÜ Davutpaşa kampüsü, ilhanozkececi@gmail.com

¹ Bekir Grenebe, Müzikle Tedavi, Güven Kitabevi Yayınları, Ankara 1978, s. 2

sağlayan örtü sistemlerine ve fresklerle süslenmiş, bindirme tekniğinde ağaçtan çatı örtülerine rastlanmaktadır.²

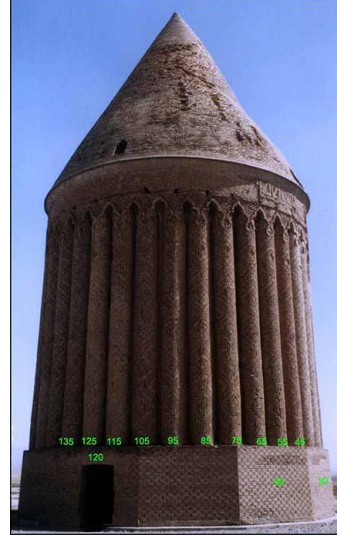
Bu özellikleriyle Uygur Mimarlığı İslam sonrası mimarisine ciddi ilham sağlamıştır. İslam döneminde Uygur eserlerinden farklı dinamizm ve estetiği taşıyan binalar inşa edilmiştir. Karahanlılar döneminden kalan eserlerin ilklerinden birisi de Tim Arap Ata Türbesidir. 978 tarihli Arap Ata Türbesi – mezar mimarisinin en eski örneklerinden birisidir.

Eserin cephe tanzimi fevkalade ahenkli ve dengeli bir manzarayı temsil eder. Kümbet-i Kâbus – 1006-7 yıllarında inşa edilmiş önemli bir mimari figürdür. Bundan sonra yapılan kümbet mimarisine ilham kaynağı olmuştur. Günümüzden bin yıl önce yapılmış olan bu yapı birçok yönlerde günümüz teknik ve sanatına da ilham vermektedir. Kümbet mimarisi bir türbe mimarisidir. Bu eserden itibaren Türk dünyasında bilhassa Büyük Selçuklu devletiyle birlikte gelişen bir ekol haline gelmiştir. Radkan Kümbedi – 1205-6 tarihlerinde inşa edilen muhteşem bir abidedir. Çok dilimli gövdesi ve muazzam külâhı, aynı zamanda güzelliklerle dolu süslü kufi yazıları onu aynı zamanda insanlık tarihinin ortak kültür mirasından birisi olmasına sebeptir.



Resim 1-2Turfan'da Uygur mimari kalıntılarından bir görünüm(solda), Tim Arap Ata Türbesi ön cephe tasarımı (sağda). (978)

² İlhan Özkeçeci, Zamanı Aşanlar -IX.yüzyıla Kadar Türk Sanatı, Güzel Sanatlar Matbaacılık, İstanbul, 2004, s.197.



Resim-3 Kūmbed-i Kabus 1006-7 Resim-4 Radkan Kūmbed'i.³(inşası: 1205-6 veya 1281)

Tevhid inancının önemli bir simgesi olan hat sanatında kufi yazının yeri büyüktür. İslam'ın ilk devrelerinde güçlü hattatlar elinde göz alıcı şekillerde kaleme alınırken zamanla yaşanan gelişimin onu daha estetik ve vazgeçilmez kayıt unsurlarından birisi kılmıştır. İşte bu serüvenin sonucunda ortaya çıkan süslü kufi yazı Türk kültür tarihinin ana noktalarına ışık tutar. Bilhassa mimari eserlerin aydınlatıcısı olan süslü Kufiler; (1087) tarihli Hargird nizamiye Medresesi'nde, Kazvin Mescid-i Cuması'nda (XII.Yy.), Pir-i Bakran Türbesi (1303-12) gibi eserlerde dikkati çeker.



Resim-5 Horasan'da Hargird Nizamiye Medresesi'nden kufi kuşak yazıları (1087). Yükseklik yaklaşık 90 cm. Harf derinlikleri 8-10 cm.dir.

Bu değerler Türkiye Selçuklularında da farklı güzelliklerle yansır. Bu devirden bize önemli mimari miras intikal etmiştir. XI. – XV. yüzyıllarda Ahlat Şehri dikkatleri üzerine çeker. Tarih derin şahitleri olan mezar taşları ve kumbetler bu devrede inşa edilmişlerdir. Bugün de ayakta kalan birçok numunesi ile bu eserler kültür hazinemizin büyük delillerindendir. Yine Selçuklu döneminde başkent olan Konya'dan başka Kayseri, Sivas, Malatya gibi şehirlerde değerli mimari eserler bulunur. Bunlar içerisinde Ulu camiler, Medrese ve kumbetler ciddi yer tutmaktadır. Niğde Alaeddin Camii (1223), Divriği Ulu Camii (1228), Kayseri Döner Kumbet XIII.(yy.), Beyşehir Eşrefoğlu Camii (1299),

³<http://www.jamejamshid.com/radkan.htm> erişim:31.08.2010

Konya- İnce Minareli Medrese (1264), Niğde Sungur Bey Camii (XIV. yy.) gibi mimari yapılar bu meyanda zikredilebilir.



Resim-6 Ahlat mezar taşlarından bir detay.



Resim-7 Niğde Alaeddin Camii (1223).



Resim-8 Divriği Ulu Camii (1228).



Resim-9 Divriği Ulu Camii batı cephesinde çift başlı kartal figürü.



Resim-10 Kayseri Döner Kumbet XIII. (yy.)



Resim-11 Beyşehir Eşrefoğlu Camii mihrabından (1299).



Resim-12 Konya- İnce Minareli Medrese (1264).

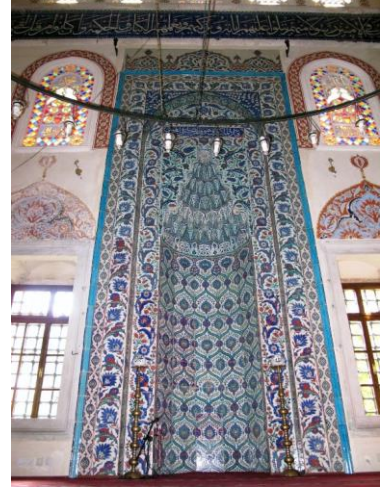


Resim-13 Niğde Sungur Bey Camii (XIV. yy.).

Osmanlı döneminde erken dönem ve olgunluk dönemlerinde meydana getirilen eserler yine dini, sosyal yapılar olarak mütalaa edilebilir. Bu çerçevede Bursa, Edirne ve İstanbul camileri medreseleri ve çeşitli binalarıyla Türk sanatının dünya çapındaki şaheserleridir.



Resim-14 İstanbul'dan Çinili Köşk giriş eyvanı (XV. yy.).



Resim-15 İstanbul Piyale Paşa Camii mihrabı (XVI. yy.).



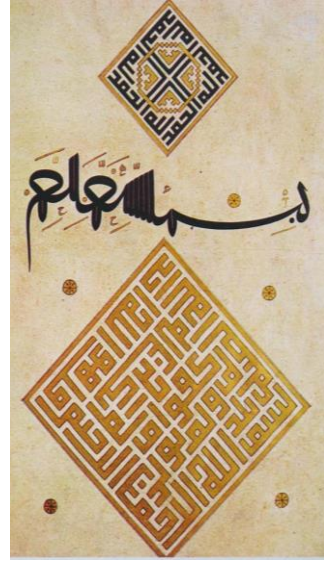
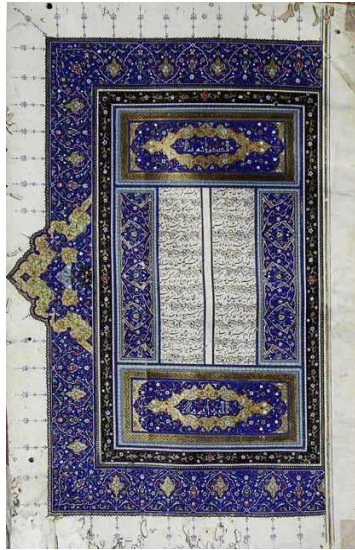
Resim-16 İstanbul Yeni Cami iç mekanından (XVII. yy.).



Resim-17 Topkapı Sarayında Harem girişinden bir çini pano (XVII. yy.).

I.b- YAZMA KİTAP SANATLARI

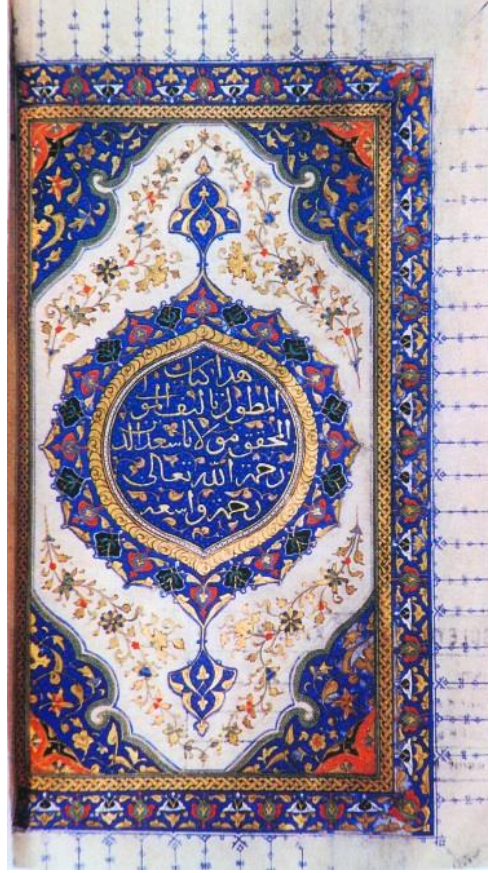
Yazma Kitap Sanatlarının başında muhakkak ki hat sanatı gelir. Kur'an sayfalarına bu harflerle dizildiği düşünüldüğünde yazının önceliği hemen anlaşılır. Tezhibi bunun yanında vazgeçilmez sanat değerlerimizden sayılmak gerekir. Bir sabır ve ahenk duygusu ile yazılan satırlar altınla ve çeşitli renklerle ince ince bezenir. Gözlere, gönüllere şenlik verir. Bu zarif tezyinli eserler zaman zaman ince kitap resimleriyle desteklenmiştir. Bütünü bu şekilde hazırlanan kitaplar bir koruyucu olarak ciltler arasına alınır. Her bir ayrı güzellikteki klasik cilt eserlerimizin ünü tüm dünyaya ulaşır.



Resim-18 Tezhipli bir Kuran nüshasında Serlevha tezhibi. (Süleymaniye K. Ayasofya 3807)

Resim-19 Hattat Ahmed Karahisari'ye ait En'am-ı Şriften bir sayfa. Müselsel Besmele ve ma'kili hatla yazılmış İhlas Suresi. (XVI.yy.)

Tezhibi geniş bir çerçevede ele almak zarureti var. Çünkü müzehhipleri büyük tasarımcılar olarak görmek gerek. Bu noktada devrin her türden tezyin edilecek eserinin dekoratif tasarımını yapmak, kompozisyonlarını oluşturmak müzehhiplere düşen bir görevdir aynı zamanda. Mimari yapılar gibi kullanım eşyaları, mutfak eşyaları silahlar, kitaplar, kumaş ve halılar hep bu bahiste yeri olan unsurlardır. Müzehhipler aynı zamanda devirlerinin nakışhanelerini idare eden ve devletin tasarım planlarına yön veren kreatörlerdir.



Resim-20Fatih Devri tezhipli eserlerinden şemseli sayfada temellük kitabesi. (Süleymaniye K. Şehzade Mehmed 88)

I.c- TÜRK MUSİKİSİ

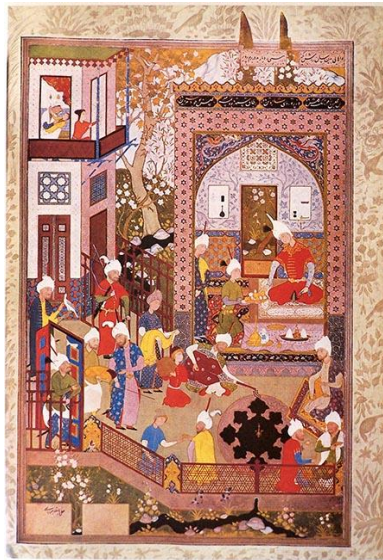
Tarifi, tavsifi, karakteri, etkileri ve yansımaları bakımında çok ayrı bir yere sahiptir musikimiz. Bir milleti millet yapan, onun da ötesinde bir medeniyet musikisi haline gelen “Türk Musikisi” halen geçmişin hazinelerinin keşfini beklemektedir. Bu alanda yapılacak yeni kaliteli çalışmalar musikimizin ne kadar derin bir ifade kabiliyetine sahip olduğunu bir kere daha ortaya koyacaktır. Tarihte Türk musikisinin geçirdiği dönemler pek çok tecrübe ve birikimi de bünyesinde barındırır. İnsan tabiatı gereği güzel sese olan düşkünlük, onu her gördüğü yerde peşinden sürüklemiş ve hayatının pek çok safhasında onunla hemhal olmuştur. İnsanın günlük yaşamı, çevre toplum ilişkileri, dini tören ve meclisler, savaş-mücadele ortamları hep bu temel dinamik çevresinde yaşama şansı bulmuştur. Bu bakımdan Türk tarihinde de Orta Asya erken dönemleri olsun, Horasan-Türkistan dönemleri, Türkiye devreleri olsun her birinde musiki hayatın merkezinde yer almış bir tarihi kıymettir.



Resim-21 Uygurlara ait resimli bir mani yazması (VIII-IX. Y.yıllar)
Muhtemelen Kağana kopuz çalan ve destan okuyan iki sanatçıyı dinlemektedir.



Resim-22 XII. Yazmalarında yer alan bir resimde musiki toplantısı.



Resim-23 Bir kitap resminde musiki icraatı (Timurlu dönemi)



Resim-24 Hamse-i Nizami resimlerinde musiki faslı.

Dünyaya geldikten sonra sadece anne kucağında dinlemiş olduğu ninniler bile insanın ileriki hayatındaki temel kodları bina eder. Hatta anne karnında iken aldığı mesajlar, titreşimler İnsan faktörünün musiki temelli bir altyapıyla yoğrulması, onun gelecek hayatı ve ruh dünyasının zenginliği açısından fevkalade olumlu etkiler üreteceği açıktır. Bir ezginin, bir türkü, bir ilahinin nağmeleri daha o çağlarda kulağa nüfuz eden yavru kendisini nasıl bir dünyada hisseder? Bu nağme ve motiflerle bilinç dünyası şenlenen insanoğlunun nasıl bir ruh olgunluğuna ve güçlü karakter yapısına sahip olacağını düşünebiliriz? Bu konuda daha farklı misaller de getirilebilir.

Musikinin bir diğer önemli etki alanı tıbbi tedavi noktasındadır.⁴ Ruhi hastalıkların aynı zamanda musiki ile tedavi edildiğine dair tarihi kayıtlar bulunmaktadır.

Evliya Çelebi, vaktiyle Arap şehirlerinde melankolinin, hatta zincire bağlanmış hiddetli hastaların, hallerine uygun sazların nağmeleri ile tedavi edildiği fakat herkese aynı havanın tesir edemediğini ve hastalığa göre nağme ve makam değiştirilmesi lazım geldiğini ifade eder. Kös, Tabıl, Zurna, Nakkare, Nefir gibi aletlerden mürekkep musiki heyetlerinin konserler verdiği, Mehter-i Hâkânî'nin ise 16 Zurna, 16 Davul, 12 Trompet, 20 Nakkare, 7 Zil ve 4 Kavs'tan ibaret olduğunu ve haftanın belirli günlerinde Bimarhanelerde konserler verildiğini de Evliya Çelebi Seyahatnamesinden okuyoruz. Ayrıca musiki takımları kurulduğunu yukarıdaki enstrümanlardan başka Ney, Keman, Tanbur, Santur gibi musiki aletleri de kullanılır, bunlardan zevk duyan hastaların teselli olduğu da kaydedilmektedir.⁵

Türk tarihinde Hunların, Göktürk ve Uygurların da bir kısım musiki faaliyetlerinden bahsedilebilir. Avrupa Hunlarında musiki hakkında bazı tarihi kaynakların verdiği bilgiler var. Tarihçi Priskos'un rivayetine göre Attila, sefer dönüşünde başkente girerken, saflar halinde dizilmiş güzel giyimli Hun kızlarının söyledikleri Hun şarkıları ile

⁴ “Meşguliyetle tedavinin son yıllarda oldukça önem kazanan bir kolu da ruh hastalıklarının müzikle tedavisi (Music Therapy; Mélotherapie; Musichotherapie.) dir. Meşguliyetle tedavinin diğer alanlarında olduğu gibi müzikle tedavinin de uzun bir geçmiş vardır. Ancak son yıllarda diğer rehabilitasyon alanlarından çok daha fazla önem kazanmış, psikiyatristlerin, psikologların, eğitimcilerin ve hekimlerin dikkatini çekmiş yepyeni bir araştırma dalı olarak parlamaya başlamıştır... Müzikle tedavi, bugün Amerika’da ve Avrupa’nın birçok yerinde yalnız psikiyatride değil, nöroloji, ortopedi, kadın-doğum hastalıkları ve diş hekimliği gibi tıbbın diğer alanlarında uygulanmaktadır.” B.Grenebe, a.g.e., giriş kısmından.

⁵ F. Kerim Gökay, “Konu’ya Girerken” (B.Grenebe, a.g.e, s. I)

karşılanmıştır. Attila, Burgond kralına bir Hun orkestrası göndermiştir.⁶ Çin kaynakları 28 çeşit Hun halk türküsünden bahsediyor... Ayrıca Türklerde askeri mızıka yaygındı. Göktürk, Uygur bandolarında şüphesiz davul başta olmak üzere çeşitli borulu çalgılar da bulunuyordu.⁷

Uygurlara ait bir kitap resmi de bu konularda bir belge olarak görülebilir. Bu sayfada; muhtemelen Kağan kopuz çalan ve destan okuyan iki sanatçıyı dinlemektedir. Bu resimler minyatür sanatının erken örneklerinden sayılabilir. VIII. ve IX. yüzyıllara tarihlenen bu sayfa o dönemlerdeki musiki hayatına önemli bir delil sayılabilir.⁸

Türk musikisinin yüzyıllar boyu gösterdiği gelişim ve kalite Osmanlı döneminde olgunluk devresini idrak eder. XIII. yüzyılda Sultan Veled ve Safiyyüddin'in ön planda görüldüğü musikimiz XIV ve XV. yüzyıllarda Abdülkadir Meraği ile daha da parlar. XVI. yüzyılda bu gelişim devam ederken XVII. yüzyılda Hafız Post ve Itri önemli eserler imza atar. XVIII. Y.yılın ilk yarısında Şeyh Osman Dede, Mustafa Çavuş, Ebu Bekir Ağa, Tab'î Mustafa Efendi, ikinci yarısında ise Sultan III. Selim, Mehmed Ağa ve Sadullah Ağa deha eseri gösteren bestekârlardandır.⁹

Hamamizade İsmail Dede öğrencileri Dellalzade ve Zekai dede, Tanburi Osman Bey, Hacı Arif Bey, Şevki bey de XIX. yüzyılın önemli isimlerindendir. Asrın Türk Musikisinde en mühim hadisesi, Romantik ekol dediğimiz Arif Bey'in şarkı ekolünün hâkim olmaya başlamasıdır. Bu ekolün başlıca hususiyeti şarkı formunun, büyük güfteli klasik formların yerini almış olmasıdır. 1850'de başlayan şarkı musikisi hâkimiyeti başka devreler geçirip dejenere olarak zamanımıza gelmiştir.¹⁰ III. Selim ekolü bir geçiştir. Gerçi klasik musikinin son safhasıdır fakat birtakım yenilikler arandığı ortadadır. Klasikten romantığa geçiş ve bir asra ulaşmadan onun da çözülüp yozlaşması, toplumdaki kültür değerlerinin değişmesi ve zevkin gerilemesi ile büyük buhranlar ve felaketler, yoksulluk ve sanat geriliği ile açıklanabilir.¹¹

XX. yüzyılda musikimiz güçlü sanatkâr ve bestekârlar elinde hayatiyetini sürdürmekle önemli eserlere imza atmaktadır. Bu çerçevede Tanburi Cemil Bey, Rahmi bey, İsmail Hakkı bey, Tanburi Refik Fersan, Rauf Yekta Bey, Dr. Subhi Ezgi ve daha birçok isim sayılabilir.

Türk kültür ve musikisi devletin siyasi ve ekonomik gücüne paralel olarak ihmal görmüş ve performans kaybı yaşamıştır. Aslında XVIII.yüzyıldan başlayan Batı karşısındaki etkilenmeler daha sonraki yüzyıllarda artarak devam eder. Artık cephelerde beklenen başarıları elde edemeyen devlet yurt sathında, eğitim, kültür ve ekonomi sahalarında da kendi kimliğini koruma konusunda beklenileni veremez. Ordunun düzeni, savaş sistemleri, batı ülkelerinin sömürgeci politikaları sonucunda elde ettiği güç hep aleyhimize puan kaydediliyordu. Batıda yeni silah sistemlerinin geliştirilmesi, eğitim alanlarında başarının artması, yeni keşif ve icatların yapılması yalnızca Osmanlı'da değil bütün Doğuda ve İslam âleminde açıkça hissedilir. Türk Musikisi eserlerinin ifade tarzı ve eğitim usulleri ile önceki yüzyılların seviyesini yakalayamaması da bunu gösterir.

⁶ İ. Kafesoğlu, Türk Milli Kültürü, Boğaziçi Yayınları, 13. Baskı, Bayrak Matbaacılık Ltd. Şti. İstanbul 1995, s.322; F. Altheim, Attila et LesHuns, Paris 1952, s. 59, 137; F. Altheim, HunnischeRunnen, Halle 1948 s. 287.

⁷ İ. Kafesoğlu, a.g.e, s.328; F. Köprülü, Türk Edebiyatının Menşei, MTM, II, 1331 (1916), s. 61-68.

⁸İ. Özkeçeci, a.g.e, s.221.

⁹ Y. Öztuna, Türk Musikisi –Teknik ve Tarih, Türk Petrol Vakfı Lale Mecmuası Neşriyatı, İstanbul 1987, s.88.

¹⁰ Y. Öztuna, a.g.e, S.95.

¹¹ Y. Öztuna, a.g.e, s.96-97'den kısaltma.

II. GÜNÜMÜZ MUSİKİ DÜNYASI

Cumhuriyete kadar Türk musikisi faaliyetleri Osmanlı son dönemlerinin bir devamı gibidir. Bu devrede İttihatçıların Devlet üzerinde kurduğu baskı ve tahakküm toplum huzursuzluğunun önemli nedenidir. Musiki konusunda istikrarlı politikalar sürdürülemez. Bu suretle devlet 1908’den itibaren ele geçirildiği İttihat ve Terakki eliyle savaşa sürüklenerek bilinmeyen maceralara atılır. Cephelelerdeki savaşların birer birer kaybı, toprakların süratle elden çıkması sonucunu getirir.

Cumhuriyetin ilanından sonra devlet batı tarzı yeni uygulamalara hız verirken Türk musikisinin de bir şekilde yasaklanması gibi akıl almaz uygulamalara yol açar. Bu dönemde musiki üstadları ve öğrencileri kendi çizgilerini korumakta zorlanmışlardır. Buna rağmen kişisel bir kısım çalışmalar, hamiyetli eller marifetiyle devam ettirilerek bu kültür ve musikinin canlı kalmasına vesile olunmuştur. Bu yıllarda klasik hoca-talebe tedrisinden gelen musikişinaslar kendi çevrelerinde müzikaliteyi korurlar.

Bu arada yeni politikalardan cesaret alan bir kısım zayıf kişilikli şahsiyetler bu musikiyi bir taraftan hafife alırken, bir taraftan da “piyasa” tabir edilen düşük seviyeli faaliyetlerde bulunur. Gerçek musikinin olgun ve şahsiyetli bir insan yapısını ortaya çıkarması mümkün iken bir kısım çevreler artık onu alt seviyelerde bir eğlence haline getirir.

Bir diğer yönden de radyonun kaliteli musikinın yayılmasında önemli rolünü kaydetmek gerekiyor. Televizyon daha ortada yokken radyo vasıtasıyla topluma ulaşan mesajlar gerçekten çok başarılıdır. Genç zihinler bu sayede musikimizin güzel eserlerini tanımak ve istifade etmek imkânı buldular.

1970’lere kadar musiki ortamı kısmen önceki yılların bir devamıdır. 80’e kadar radyo yanında televizyon desteği musikişinasları az çok destekler ve belli bir seviye kazandırır. O dönemlerde Gazinolar birer piyasa musikisi icra alanları olsa da belirli isimlerin sahneye çıktığı mekânlardır. Televizyon ve radyo devlet elinde olduğu için sanatkârların kısmen destek gördüğü alan mevcuttur. Genç kabiliyetler de bu ortamdan cesaret alarak musikide profesyonel olmağa gayret gösterirlerdi.

1980 sonrasında televizyon ve radyo yayıncılığında özel teşebbüsün devreye girerek yaygınlaşmasıyla birlikte musiki icraatı da bozulmağa ve seviye kaybetmeğe başladı. Yakın zamanlara kadar sadece batı musikisi eğitimi veren devlet konservatuarların ve üniversitelerin Türk musikisi eğitimine imkân sağlamasıyla bu alanda yetişen eleman sayılarında ciddi artışlar oldu. Ancak genç mezunların istihdam alanları da çözüm bekleyen meselelerden oldu.

Günümüz ortamları Türk musikisi dinleyici ve takipçisi açısından pek olumlu görünmüyor. Kaliteli musikinın takdim mekanizmaları yeterli değildir. Sanatkâr ve icraacı olarak yetişen gençlerimiz vasıflı eserlerin yorumu konularında teşvik edilmemekte, takdir de görememektedir. Genç musikişinasların, teşkil ettikleri guruplardan çok azı kendisine medya kanallarında yer bulurken; bunlara özenen fakat yeterli imkânı bulamayan büyük bir kısmı da arzu etmedikleri alanlarda kendisine gelecek aramaktadır.

Bir diğer olumsuz etki kaynağı da dijital ortamlardır. İnternet ve web dünyasının yaygınlaşmasıyla musikinın kaynağı ve kalitesi aranmadan her çeşidinin “download” edildiği, indirildiği alan revaç bulmağa bağladı. Bu suretle Türk musikisinin adı okunmazken dünyanın öbür ucundaki herhangi bir müziğin hemen önünüzdeki bilgisayara anında indirilebilmesiyle genç kulaklar ve dimağlar ne olduğu bilinmeyen kültürlerin müziklerin bombardımanına tabi tutuldu. Bu da milli musikinın köklerinin yeni nesillere intikalini önleyen bir gerçektir.

Bugün yeni kuşakların kendilerini kültürel anlamda ifade edebilecekleri güçlü kaynakları da maalesef bulunmuyor. Dinlenen musikinın hangi ülkenin, hangi dönemin,

nasıl bir ruh yapısına sahip insanlarca üretildiğinin artık bir önemi de kalmamıştır. Bir var olma, davası olan gerçek musikin hak ettiği yere gelmesi için hepimize önemli görevler düşüyor. Çok açık ve acımasız bir şekilde sürdürülen bu kültürel saldırılar, geçmişimizi harcadığı gibi geleceğimizi de yok etme amacını gütmektedir. Batı musikisi nasıl bir kültür, duygu ve sistem ürünü ise; Türk Musikisi de en az onun kadar sistemli, zengin ve duygu yüklüdür. O halde neden bu öz mirasımıza karşı bu derece bigâne ve kayıtsız?

Günümüzde ülkemizdeki medya global etkinlikleri de ön plana alan bir yaklaşım içerisindedir. Buna dijital dünyayı da ilave edersek her halde bizi ifade eden, geçmişimizden, klasiklerimizden, öz değerlerimizden, türkümüzden, şarkımızdan söz edilen bir ortam bekleyemeyeceğiz. Genç neslimizin musikimiz karşısındaki merak ve ilgisi bizi heyecanlandırıyor, mutlu kılıyor. Onların bu beklentisi boşa çıkarmamak gerekiyor. Nedir üzerimize düşenler? İyi niyetli, sorgulayıcı, detaylara önem veren, sabırlı araştırmalara imkan sağlamak ve bu birikimleri eğitim alanlarında hayata geçirmek.

SONUÇ

Buraya kadar temas edilen hususlar sanatlarımızın tarihten gelen özellikleri ve günümüze yansımaları üzerine olmuştur. Bu fasılda temele alınması gereken, sadece bir mimari, süsleme sanatları, hat sanatı veya musiki değil bir bütün halinde bu kültür değerlerimizin ortak yansımalarına ulaşmaktır. Bu, her şeyiyle yeni bir yaşam tarzıdır. Dili, edebiyatı, musikisi, günlük hayatın gereklilikleri, toplum hayatı, yaşanan mimari mekânlar, insan ilişkileri, yeni neslin yetişme şartları gibi bütün noktalara temas eden bir dinamiktir. Bu sayede geçmiş kültürümüzde yaşanan hayatın temel felsefesine sahip olarak günümüzde, gelişen ve değişen dünyanın, teknolojinin de katkılarını içine alan yaşamın bilinç ve huzur içerisinde devamına yol aralamaktır. Giyim-kuşam, kıyafetler, törenler, merasimler, yeme içme adetleri daha hayata dair pek çok şey. Kısacası hayatı dolu dolu yaşamak ve bundan güzel semereler, sonuçlar çıkarmaktır. Tabii ki musiki insanın iç dünyasına etki açısından çok daha tesirli olması sebebiyle ön plana geçmektedir.

Musiki, derin ifadeler içeren bir büyük tesir sahasına sahiptir. Hiçbir notanın, motifin insan kulağına etkisi göz ardı edilemez. Kaliteli musikin insanı yücelttiği, olgunlaştırdığı gibi düşük kaliteli, dejenere musikin de insan yapısına zarar vereceği muhakkaktır. Bu sebeple, her dakika ve saniyemizin kıymetini bilmeli ve o derece pespaye, düzensiz ve negatif musikin kendi dairemize girmesine izin vermemeliyiz. Ve özellikle de gelişme çağındaki çocuklar ve gençlerimizin bu zararlı etkilerden uzak tutulmalıdır ki, kimlik ve kişilikler iyi yönde gelişip, olgunlaşsın.

Reklam programlarında çok basit görünen küçük bir musiki parçasının dahi tekrarlarla insan beynine, şuuraltına çok büyük etkilerde bulunur. Bütün hayatımızı yönlendiren medya akımlarına karşı tedbirlerimiz olmalıdır. Sürekli tüketimi teşvik için geliştirilen reklamlar, tanıtım faaliyetleri, toplumun bilinçaltına girme taktikleri aslında fevkalade önem taşımaktadır. Mimari anlayışımız, estetik bakışımız, göz zevkimiz, evimiz, eşyamız hep bizim sağlıklı, başarılı ve geleceğimizden ümitli olmamız açısından önemlidir.

Modernleşme anlayışlarının bu kadar yıldır ülkemize getirdiği yeni, iyi, insani, yararlı ne gibi unsurlar vardır ki biz bu yolda devam edelim? Bu soruya olumlu cevap vermek zor görünüyor. Şu halde başta musikimiz olmak üzere milli ve kültürel dinamiklerimizi yeniden ilham kaynağı kabul ederek geleceğimize yeniden yön vermek zamanı çoktan gelmiştir.

Sonuç olarak yapılması gerekenleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- 1- Musıki eğitimini genç nesle bir meslek edindirme endişesiyle değil, kültürel bilincin ve estetik kalitenin yükseltilmesini ön plana alarak vermek.
- 2- Genç, kabiliyetli musikişinasların bir kısım teşviklerle desteklenmesi. Özel sektörün bir kültür programı olarak Türk musıkisine kapılarını açması. Bu çerçevede nasıl ki sportif alanlarda takımlar oluşturuluyorsa Türk Musıkisi dalında da küçük-büyük demeden gruplar teşkil etmek ve bunları düzenli bir desteğe kavuşturmak.
- 3- Türk Musıkisinin kalitesinin yükseltilmesi konusundaki politikaları geliştirmek. Basın-Yayın kuruluşlarını ilgi çekici program ve etkinlik hazırlama yönünde destek ve teşviklerde bulunmak.
- 4- Aynı zamanda Türk Dili'nin temel değerlerini koruma amacına yönelik olarak günlük kullanım ve bilim dilinin hassasiyetle muhafazasına çalışmak.
- 5- Türk musıki tarihinde devirler açmış, önemli eserlere imza atmış şahsiyetleri eserleriyle birlikte daha yakından tanıtım konularında kamu-özel eğitim destek faaliyetlerini gerçekleştirmek.
- 6- TV filmi, dizi, çizgi film, reklam filmi vb. gibi yapımlarda Türk musıkisi figürlerine, enstrüman, musıki eseri, yorum gibi kategorilerde yer verilmesini teşvik etmek.
- 7- Daha da önemlisi; Türk musıkisi öğrencisinin evrensel müzik bilgilerine sahip olarak kendi musıkisi üzerinde yapacağı akademik, klasik ilmi çalışmaları sağlamak.

KAYNAKLAR

- Altheim, F., Attila et LesHuns, Paris 1952.
Altheim, F., HunnischeRunnen, Halle 1948.
Gökay, F. Kerim, “Konu’ya Girerken” (Bekir Grenebe, Müzikle Tedavi, Güven Kitabevi Yayınları, Ankara 1978).
Grenebe, Bekir Müzikle Tedavi, Güven Kitabevi Yayınları, Ankara 1978, s. 2
Kafesoğlu, İbrahim. Türk Milli Kültürü, Boğaziçi Yayınları, 13. Baskı, Bayrak Matbaacılık Ltd. Şti. İstanbul 1995.
Köprülü, Fuat, Türk Edebiyatının Menşei, MTM, II, 1331 (1916).
Özkeçeci, İlhan, Zamanı Aşanlar -IX.yüzyıla Kadar Türk Sanatı, Güzel Sanatlar Matbaacılık, İstanbul, 2004.
Öztuna, Yılmaz, Türk Musıkisi –Teknik ve Tarih, Türk Petrol Vakfı Lale Mecmuası Neşriyatı, İstanbul 1987.
<http://www.jamejamshid.com/radkan.htm> erişim:31.08.2010

“MÜZİĞİ OKUMAK HAYATI OKUMAK DEMEKTİR!”

Ali SAYDAM

İletişim uzmanı, Yazar

Müziği ve hayatı okumak arasındaki bağlantıyı bütünüyle anlatan Bertol Brecht’in çok anlamlı, çok sık kullandığı sözdür: ‘Der Ton Macht Die Musik’. ‘Müziği müzik yapan tonudur’ ifadesinde anlamını bulan yaklaşım, içinde bulunduğumuz bu mekanda ne anlatacaksam hepsinin içinden geçecek olan bir ‘leitmotiv’ olarak ele alınacaktır. Müziği müzik yapan o ton ile, hem konuşmamızın özüne ve aynı zamanda anlatım diline de gönderme yaptığımızı düşünebilirsiniz. Nerede olursanız olun o ortamda ve dinleyenler nezdinde ritm meselesini tutturamazsanız, müziğin muhataplarınız üzerindeki etkisini görmeniz de, kontrol etmeniz de mümkün değildir. O nedenle müziğin tonu ‘kodlanarak’ verilir. İnsanlık âleminde ve bu topraklarda söz gibi müzikte de, ‘kelamın özü’, hele de kadim bir geleneğin içinden geliniyorsa, çıplak haliyle, doğrudan doğruya ifade edilemez.

Küçük çocuklar, aşırı yaşlılar, akli denge bozukluğu ya da diyelim ki herhangi bir yıkıcı beyin hastalığından muzdarip olanlar dışında tüm insanlık âlemi birbiriyle doğrudan, ya da bir mecra üzerinden veya aracılığıyla ama mutlaka kodlayarak konuşur. Kodlama düzeyi, kültür ve değerlerdeki sofistikasyon oranında karmaşıklaşır ya da basitleşir... Başarı oranı ise, hedef kitle ya da kişinin kültür ve değerlerini (müzik konusunda ruhsal tekâmül düzeyini ve ritm duygusunun gelişmişliğini) ‘okuma’ konusunda gösterilecek yetkinlikle düz orantılıdır...

‘Okuma’ konusundaki yetkinlikte sorun olduğunu düşündürebilecek bir örnek vermemi istemeniz halinde, üzerinde konuşabileceğimiz benzerleri arasından seçebileceğimiz Fasil’ın reklam filminden söz edebilirim. (Link) Çok ilginç ve gerçekten de iyi yapılmış bir reklam filmi olduğunu açık yüreklilikle

ifade edelim. Batı standartlarına uygun hazırlandığı izlenimi veren bu reklam filmi gayet hoş ve estetik bir anlatım diline ve ritmine sahip. Fakat iş hedeflerine ne kadar hizmet ettiği sorusuna verilecek yanıtın olumlu olduğunu söylemek mümkün değil.

Bu örneğimizdeki reklamla ne tanıtımı yapılmış ürünün büyük bir satış başarısı elde ettiğinden söz edebiliyoruz, ne de o güzelim reklam filmine harcanmış olan zaman, insan ve para kaynağının yerini bulduğunu... İşin güzel olması, doğru olmasını gerektirmiyor. Buna en güzel örneklerden bir tanesi bu rakı reklamıdır. Aslında çok başarılı bir iletişim çalışması olabilecekken tek bir laftan dolayı ‘çakıldı’ iddia edilebilir: “Yumuşak içimli Türk rakısı!”...

Türk erkeği ile yumuşak kelimesi yan yana gelemmez çünkü. Oksimoron bir ifade gibi algılanır... “Sessizliğin sesi” gibi bir deyiş... Pek olacak iş değil. Ritmi bozduğunuz zaman en başarılı iş bile çökebiliyor.

Bir başka örnekle ne demek istediğimizin altını çizmeye çalışalım:

Bu kez bir başka reklam filminden söz edeceğiz... Buradaki hata sonradan fark edildi. Ama çok geç fark ettiler. Yayınlandıktan bir süre sonra filmin hedef kitlenin değerleriyle pek buluşmayan bölümünü filminden çıkardılar.

‘Güzel’ olan da doğru olmayabildiği gibi ‘ilginç’ olan da doğru olmayabiliyor. Bu da böyle ilginç bir reklam işte: Lipton Ice Tea’nın Wesley Sneijder ve eşi ile çekilen reklamında söylenen, ‘Yengen hararet yapınca Lipton Ice Tea içiyorum, ferahlıyorum’ lafı Batı dünyasının kültür ve değerlerinde espri olarak belki gayet rahat kullanılabilir.

Bizim kültürümüzde bu türden bir diyaloga cinas, kinaye sanatı falan denilebilir ama işin içine bu kadar ‘sert’ sayılacak bir ‘cinsellik’ göndermesi girince, elinizdeki bu estetik araç işlemez ve tam tersine bir tepkiyi tetikler.

O replik söylenirken sol altta arka plandaki büfenin duvarında belirli belirsiz bir yazıyla ‘yengen tost’ yazdığı görülüyor. Bu ‘yengen’ lafı ile de o tost kast ediliyormuş ve yengen tost yendikten sonra oluşan hararet Lipton içince geçiyormuş... Açıklama böyle yapılmak istenmiş. Ancak bu ‘çifte anlam’ numarası bizim halkın değerleriyle biraraya gelmemiş elbette.

Hiç kimse ilişki ve iletişim yönetiminde doğrudan, kodsuz mesajlarla konuşmaz; ki bütün problem de buradan çıkar. Herkes kodlayarak konuşuyor. Müzik de kodlayarak ifade eder ruhunu...

Bu duruma bir sistematik model ile bakabiliriz. En klasik anlatımıyla, iletişim sistematığında bir gönderici ve alıcı vardır. Gönderici bir mesaj vermek istiyor; diyelim ki, erkek star kadın stara ‘Gel seninle New York’a gidelim’

diyor... Ancak aslında demek istediği ve ana amacı New York’un çok ötesindedir... Bu kodlama meselesi sinemada, müzikte sanatın her dalında vardır. Hele non- figurative ve sürrealist sanatta bu kodlama meselesi en abartılı şekilde kendini gösterir. İnsan niyetini hiçbir zaman çıplak biçimde, direkt, olduğu gibi, birebir dile getirmez.

Kodlanarak yollanan mesaj bir kanal vasıtasıyla alıcıya ulaşmadan önce hedef kitle ya da kişinin ‘decoder’ından (çözücünden) geçer. Karşı taraf, eğer doğru yapılmışsa kodlamayı çözer ve arka planda ne söylenmek istediğini algılar. İletişim sistematğinde bir de ‘noise-gürültü’ vardır. Yani çevrede inanılmaz bir enformasyon kirliliğinden söz edilebilir. Bu gürültüyü aşmak da gönderici için ayrı bir problemdir.

Hedef kitlenin ortak ruhi şekillenmesini, kültür ve değerlerini doğru okuyarak kodlanmış mesajlarla üretilmiş işler, aynı zamanda en iyi algılanan çalışmalaradır.

Yanlış anlamalar ise ‘ters okumalar’dan kaynaklanır. Buna da bir örneğimiz var

‘Don’t judge me too quickly’ videosunda (Link) hastaneye babasını ziyarete gelen kız ve anneyi görüyoruz. Babanın öldüğünü zannediyor her ikisi de. Halbuki elektroşok aletiyle öldürülen sinektir.

İstanbul’da boşanma oranının %40’lara doğru ilerliyor olması gerçekliğinin altındaki ortak paydada şiddetli geçimsizlik ve anlaşamamanın olduğu görülüyor. Anlaşamama işte biraz da bu kodları doğru dürüst çözemeden, ya da yanlış kodlamalardan kaynaklanıyor, diyebiliriz.

Müzikte kodları çözerek işe başlayabiliriz. Veya sinemada kodları çözmeyi öğrenirken kendimize ‘Yönetmen ne diyor?’u sorarak işe başlayabiliriz. En büyük tehlike de budur zaten; hep ‘Biz ne hissediyoruz?’ diye olaya bakmışızdır... Oysa ki aslında ne hissetmemizin istendiğini merak etmemiz gerekiyor. Kodları çözmeden, bize sunulan işin ya da eserin kendi içimizdeki reproduksiyonları ile ilgilenmişizdir de, bu iş ya da eserin sahiplerinin bizi etkileyebilmek için kullandıkları araçları, yöntemleri sorgulamamışızdır. Yönetmenin zihin haritanızı görmeyi istemez misiniz? Sizi etkilemek, şekillendirmek isteyen asıl özü ve kurguyu belirleyen kişinin hedefini bilmek, kodları teker teker çözmekle mümkün.

Çok basit bir soru var aslında kendimize sormamız gereken:

‘Sanatçı ya da yönetmen, bu muhteşem görünümlü yemeği hazırlayıp önüme getiren, servis eden aşçı veya kitabın yazarı bana ne diyor?’ Sanatı okumayı öğrenirsek, Bertolt Brecht’in, “Tüm sanatların amacı, sanatların en

yücesi olan yaşama sanatına hizmet etmektir” diye vurguladığı hayatın sanatını okumayı da öğrenebiliriz.

Müziğe dönelim ve Nina Simone’un çok popüler bir şarkısını bu gözle okumaya çalışalım. Ben 68 kuşağı olarak o dönemler bu şarkıyı çok sevmeme rağmen aslında anlayamamışım. Ta ki, duymak, dinlemek, görmek, bakmak yerine ‘okumaya’ çalışmaya başladığım yıllara gelinceye kadar. O çok sevdiğim şarkıyı ancak o zaman ‘anlamayı’ da başarabildiğimi söyleyebilirim.

‘Okuma’ söz konusu olduğunda (Sevmekle yetinebilirsiniz elbette) çok değerli bir örnek olduğunu düşündüğüm şarkının sözleri şöyle...

Baby... You understand me now

(Yavrucuğum, şimdi beni anlıyorsun değil mi)

If sometimes you see that I’m mad

(Bazen çılgın gibi olsam da...)

Don’t you know no one alive can always be an angel?

(Bilmiyor musun, hayattayken hiç kimse her zaman bir melek olamaz)

When everything goes wrong you see some bad

(Ancak her şey ters gittiğinde görürsün kötülükleri)

But I’m just a soul whose intentions are good

(Oysa, ben sadece niyetleri iyi olan bir fâniden başka bir şey değilim)

Oh Lord, please don’t let me be misunderstood

(Tanrım, n’olur yanlış anlaşılmama izin verme)

You know sometimes baby I’m so carefree

(Biliyorsun yavrum bazen kafaya hiçbir şeyi takmam)

With a joy that’s hard to hide

(Öyle bir sevinçtir ki yaşadığım, gizlemesi güçtür)

Then sometimes again it seems that all I have is worry

(Bazen de hüznün sarar her bir yanımı)

And then you burn to see my other side

(Bilirim ki o zamanlarda, yanıp tutuşursun öbür yüzümü görmek için)

But I'm just a soul whose intentions are good

(Oysa, ben sadece niyetleri iyi olan bir fâniden başka bir şey değilim)

Oh Lord, please don't let me be misunderstood

(Tanrım, n'olur yanlış anlaşılmana izin verme)

If I seem edgy I want you to know

(Gergin olduğum zamanlar bile, şunu bil ki)

I never meant to take it out on you

(Hiçbir zaman hırsımı senden çıkarmayı düşünmedim)

Life has its problems and I get more than my share

(Hayat sorunlarla dolu, ben de payıma düşenden fazlasını alıyorum)

But that's one thing I never mean to do

(Bunun faturasını hiçbir zaman sana kesmeyi düşünmedim)

Cause I love you

(Çünkü seni seviyorum)

Oh baby, I'm just a human

(Ah yavrucuğum, ben sadece bir insanım)

Don't you know I have faults like anyone?

(Benim de herkes gibi hatalarım var, bilmiyor musun?)

Sometimes I find myself alone regretting

(Bazen kendimi, yalnız ve pişmanlıklar içinde buluyorum)

Some little foolish things some simple things that I've done

(Bazı küçücük aptallıklar... Yaptığım basit şeyler...)

But I'm just a soul whose intentions are good

(Oysa, ben sadece niyetleri iyi olan bir fâniden başka bir şey değilim)

Oh Lord, please don't let me be misunderstood

(Tanrım, n'olur yanlış anlaşılmana izin verme)

Don't let me be misunderstood

(Yanlış anlaşılmana izin verme)

I try so hard

(O kadar çaba harcıyorum)

So, please don't let me be misunderstood

(N'olur yanlış anlaşılmana izin verme....)

Bu şarkıyı bu anlayış ve yaklaşımla ‘okuduğunuzda’ bambaşka bir soyutlamaya gidiyorsunuz. Don't let me be misunderstood... İlk kez Nina Simone için yazılmış fakat en az onun kadar Rock müziğin büyük starlarından Animals’ın sahiplendiği kült bir parçaydı. Burada Nina Simone’un müthiş yorumuyla dinlerken Animals’inkinden çok farklı bir ritm içindeki duygusal mesajı yakalıyorsunuz. Bu okumayı çok sonraları yapabildiğimi itiraf etmeliyim.

Konuyu son bir örnekle tamamlamaya çalışalım. Sezen Aksu’dan bir parça dinleyeceğiz bu kez. Onun çok da fazla meşhur olmamış ama aslında bence hem bestesi hem de güftesiyle doğru ‘okunduğu’ zaman dünyada ‘yaşama sanatı’na hizmet eden en güçlü parçalarından biri olduğunu söylersek abartmış olmayız. Az önce hatırlattığım Bertolt Brecht’in vurgusu olan ‘sanatların en yücesine, yaşama sanatına’ hizmet ettiğini düşünüyorum. Birlikte sadece dinlemeyelim, ‘okuyalım da’...

*Bende zincirlere sığmayan o deli sevdalardan
Kızgın çöllerde rastlanmayan büyümlü rüyalar
Kolay kolay taşınmayan dolu dizgin duygulardan
Yalanlardan dolanlardan daha güçlü bir yürek var*

*Haydi gel benimle ol
Oturup yıldızlardan bakalım dünyadaki neslimize
Oradaki sevgililer özenip birer birer
Gün olur erişirler ikimize*

*Uzanıp yüreğimin ateşiyle yeniden
Yıldızları tek tek yakacağım*

*Sarılıp güneşlere, sevgimize göklerden
Mavi mavi taşlar takacağım, ne olursun*

*Haydi gel benimle ol
Oturup yıldızlardan bakalım dünyadaki neslimize
Oradaki sevgililer özenip birer birer
Gün olur erişirler ikimize*

*Bende zincirlere sığmayan o deli sevdalardan
Kızgın çöllerde rastlanmayan büyüğü rüyalarından
Kolay kolay taşınmayan dolu dizgin duygulardan
Yalanlardan dolanlardan daha güçlü bir yürek var*

*Haydi gel benimle ol
Oturup yıldızlardan bakalım dünyadaki neslimize
Oradaki sevgililer özenip birer birer
Gün olur erişirler ikimize*

*Uzanıp yüreğimin ateşiyle yeniden
Yıldızları tek tek yakacağım
Sarılıp güneşlere, sevgimize göklerden
Mavi mavi taşlar takacağım, ne olursun*

*Haydi gel benimle ol
Oturup yıldızlardan bakalım dünyadaki neslimize
Oradaki sevgililer özenip birer birer
Gün olur erişirler ikimize*

Bu kadar uzun cümleli şarkılar kalmadı artık. Burada bir cümle 4 satırdan oluşuyor; oysa şimdi 3 kelime, 140 karakterden oluşan ifadelerle konuşuyoruz... Yani soyutlaması derin şarkılar bulmak zor. Bu durumdan da en çok ‘yaşama sanatı’ hasar görüyor. ‘Oturup yıldızlardan bakalım dünyadaki neslimize’ hayali herkesin becerebileceği bir soyutlama değildir. Yani yıldızlardan dünyaya bakıp, bu gezegendeki neslimizin bize özenip mutlu olmalarını düşünmek çok sıkı bir soyutlamadır. Şarkıları okumak, hayatı okumaktır; ve sanatların tek bir amacı vardır; o da yaşama sanatına hizmet etmek!

Bize sunulan güzellikleri ‘doğru okuyabildikçe’ içselleştirebilir ve belleğimizde kalıcı olmalarını sağlama fırsatını yakalayabiliriz. Bu fırsatı yakalayabilmek içinse ciddi bir kültürel ve mesleki donanım ve bize sunulan iş ya da eserin şifrelerini çözebilme merak ve arzusuna ihtiyacımız var.

Beni dinleme merakı, arzusu ve sabrı gösterdiğiniz için teşekkür ediyorum.

MÜZİK YAZARLIĞI VE MEDYA İLİŞKİSİ

Evin İLYASOĞLU

Müzik yazarı, evini@boun.edu.tr

Medya, görsel sanatları, müziği, tiyatroyu, baleyi, tanıtır, bilgiyi yayar, eğitir, eğlendirir; ya da bilgiye yönelik davranışlardır. Bunun sayesinde insanlar görerek, duyarak, okuyarak edindikleri bilgileri çevresindekilere de yansıtırlar. Bir kısmı olumlu, bir kısmı olumsuz tepkiler gösterirler. O medya aracına gösterdikleri güven oranında tutum ve tavırları da değişiklik gösterebilir. Seçilen bilgileri belleklerinde saklayıp daha sonra bunlara başvurabilirler.

Görsel kanallar, yazılı araçlardan daha etkilidir. İnsanların çoğu televizyon karşısında haftada en az 15 saat oturuyorsa, yazılı basın için günde 15 dakika bile oturmuyor. Görsel medya daha çok sayıda alıcı veya hedef kitleye iletilir.

Medyanın temel görevleri bilgilendirme, yönlendirme, eğitme, duyguları dile getirme, toplumsal ilişki kurma, eğlendirme ve uyarma ...

Müzik, güzel sanatlar, edebiyat dallarının sütun sahibi yazarları, kendi dallarını yakından izleyen, eleştiren, irdeleyen ve yazarak okurlarına ulaştıran kişilerdir.

Ben 1991'den bu yana Cumhuriyet gazetesinin sürekli müzik yazarıyım. Haftalık yazılarımda, müzik sorunlarımıza değinirim, gittiğim bir konserden

izlenimlerimi aktarırım, gelecek bir konsere yönlendirme yaparım, yeni müzik kitaplarını ve kayıtları anlatırım, genç yetenekleri tanıtmaya özen gösteririm.

Yazılarımin sınırlı bir okur kitlesine seslendiğini, klasik müzikle ilgilenen dar bir kitlenin izlediğini bilirim. Doğal ki okur kitlemi her zaman genişletmek isterim. Ama benim yazılarımin genel anlamda medyatik değildir. Amacım klasik müziği sevenleri mutlu etmek, klasik müzik saflarına daha çok okuyucu-dinleyici çekmektir. Bu nedenle de çok teknik terimler sıralayıp okuru yabancılaştırmak istemem. Sonuçta benim yazılarımin günlük bir gazete sayfasında yer alır. Bu bir müzikoloji yayını değildir. Müzikbilimsel ayrıntıya girmek de benim görevim değildir.

Müzik yazılarımin bugüne kadar başka ortamdaki çalışmalarım da destekledi. Önce uzun yıllar TRT Radyo 3’te yaptığım programlar, sonra televizyon programlarım, dergi yazılarımin, ardından Boğaziçi’ndeki müzik tarihi derslerim, ve 1989’dan beri yayımlanan 24 adet kitabım için yaptığım araştırmalar ister istemez dağarcığımin zenginleştirdi.

Bilimsel müzik eleştirisi çok az kişinin, yalnız o konsere gitmiş olup, o gazeteyi okuyanların ilgisini çekecek türde yazılardır. Ben bilimsel müzik eleştirisi yazan bir yazar da değilim. Daha çok insana seslenmek adına teknik deyişlerden uzak duruyorum kullanmam gerekirse parantez açıyorum. Teknik eleştiri yazmak benim görevim değil, çünkü müzikbilimci olmadığım için bu tür eleştiriler yazmanın yapay olduğuna inanıyorum.

Türkiye’de yetişmiş müzikbilimcilerimizin de sayısı azdır;

Cevad Memduh Altar, Estetik ve Müzik Tarihi dersleri, radyo programları ve dört ciltlik Opera Tarihi (Pan Yayıncılık) ile her zaman anıtsal kişiliğini korumuştur. Gültekin Oransay’ın kitapları sonraki nice yazar için temel kaynak olmuştur. İlhan Mimaroğlu, Bülent Tarcan, Faruk Güvenç (CSO), Filiz Ali, Ahmet Say, Leyla Pamir, müzik bilimsel yazılar yazmış eleştirmenlerdi.

Öte yanda Faruk Yener, 1949’dan ölümüne, 2001’e kadar radyo programı yapmış, aynı dönem içinde müzik yazıları yazmış, nice okuruna kolayca müziği sevdirmek adına kitaplarıyla rehberlik etmiştir. Üner Birkan da böyle bir yazarımızdır.

Müzik eleştirmenliği, müzik yazarlığı son yıllarda iyice şekil değiştirdi. Artık belli bir imzanın görüşünü merak eden okur sayısı çok azaldı. Her türlü konuyla ilgilenen köşe yazarı, müzik üstüne de yazı yazabiliyor. Üstelik müziğin kendine özgü dünyasının kapılarını kırıp içeri girebildiği için kahraman kesilenler de var. (E.Ö’nün opera eleştirileri).

Magazin sayfalarına konu olabilen ve medyanın dikkatini hiç yitirmeyen sanatçılarımızın başında Fazıl Say gibi bir klasik bestecimiz ve piyanistimiz bu dalın en medyatik örneği oldu. Onu ben biraz da Pavorotti’ye benzetiyorum. Hiç operayla ilgisi olmayan bile Pavorotti’den sonra bir Verdi ariası mırıldanmaya başlamıştı. Fazıl’ın yarattığı medya ise onun müziğini dinleyenlerin polifonik bir dokuyu duymalarına yol açıyor.

MEDYA YARATMAK

Osmanlı İmparatorluğunda müzik adına ilk medyatik atılım Donizetti Paşa’nın kurduğu Asakiri Mansureyi Muhammediye’nin Bandosu’dur. Sokaklarda konser veren bando halka ilk polifonik ezgileri duyurur. Keza sarayda Donizetti paşanın kurduğu topluluklar büyük ilgi görür.

Naum tiyatrosu, Fransız tiyatrosundaki opera turpları (Paris’te vizyona giren yeni bir operanın ertesi mevsim İstanbul’a getirildiği bilinirmiş) kantolar ve tangolar daha Cumhuriyet perdesi açılmadan dikkat çeken Batı müziği örnekleridir.

Cumhuriyet ile devlet eliyle İstanbul’da ve Ankara’da köklü değişiklikler yapılır.

Klasik müzik alanında önce İstanbul’un ardından Ankara’nın sanat başkenti olmuştur. İstanbulda bu medyayı yaratan_Cemal Reşit Rey’dır._İlk koroyu kurduğunda çarşafli hanımlar ve fesli beyler vardır. Onlara simizasyon usulü Mozart’ın Requiem’ini söyler. Sonra Union Français konserlerini düzenler, Şehir Orkestrasını kurar, Filarmoni Derneği’nin kurucuları arasında yer alır ve dünyanın en ünlü solistlerini İstanbul’a getirtir. Radyodaki Piyano Dünyasında Gezintiler programında kendi sesiyle anlatarak çalar. Bestelediği senfonik şiirleriyle ilk kez müzikle resim çizer.(Enstantaneler). Ve Kardeşi Ekrem Reşit Rey ile tıpkı Paris’in Foli Berger’indeki gibi operetler, revüler sahneler.

Onuncu Yıl Marşı’nın bu kadar popüler olmasını sol elinde kullandığı mehter vuruşlarına bağlamıştır.

Cemal Reşit Rey halka düzenli konsere gitme alışkanlığı getirmiştir. Şan sineması konserleri.. Analiz Müzikal Dersleri. (konservatuvar öğrencisi olmayanlar da girip dinleyebilir) İstanbulda bir müzik ortamı yaratmıştır. Onun operetlerinden çıktıktan sonra birkaç gün insanların birbirlerine operetlerden şarkılar söylemeleri, kürklerini giyip pırlantalarını takıp operetlere gitmeleri.. bir medyanın oluştuğudur.

ANKARA’da: Necil Kazım Akses’in opera müdürlüğü sırasında halkın tıpkı Batı’daki gibi giyinip kuşanıp operaya gitme alışkanlığı başlaması da medyatik bir olaydır.

MEDYA çok önemli bir etken. İnsanların en önemli eğitimi medyadan geçiyor.

Hüsnü Mubarek geldiğinde Dolmabahçeye iki sıralı dizilen öğrencilerin saatlerce Dalin Dalin Şampuanın reklam müziğini söylediklerini anımsıyorum.

Şimdi okullardan müzik dersleri kalktı. Çocukların eğitimini yine televizyon medyası veriyor. Operalar ve senfoni orkestraları ve herhalde ona bağlı olarak konservatuvarlar da kapatılmak üzere olan bir toplumun tedirgin aydınları haline geldik. Belki de yakında bizim müzik yazılarını içeren sütunlarımız da artık çok az insana hitap ettiği gerekçesiyle kaldırılacaktır. O zaman popüler medyanın bizi yönlendirdiği sularda dalgalanıp duracağız.

TÜRK MÜZİĞİ ANA DİZİSİ İÇİN BİR ÖNERİ

Doç.Dr. Hanefi ÖZBEK

İstanbul Medipol Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
Kavacık/İstanbul, hozbek@medipol.edu.tr

Bir müzik sisteminin doğru bir temele oturması ve müzik teorisi ile müzik pratiğinin birbirine uyumunun azami düzeyde sağlanabilmesi için müzik sistemine ait temel konularda soru işaretlerinin bulunmaması, bu konularda ortak bir mutabakata varılmış olması gerekir. Ana dizi de bu temellerden biridir. Türk Müziği’nde (TM) ana dizi meselesi henüz çözüme kavuşmamış temel konulardan biri olup bilimsel bir çözüm beklemektedir.

TM’nde “ana dizi” konusu ile ilgili literatür incelendiğinde, TM için şimdiye kadar üç farklı ana diziden (*Çargâh*, *Rast* ve *Hüseynî makamlarına ait ses dizileri*) bahsedildiği görülmektedir (1-7). Buna karşılık TM’de ana dizinin *Çargâh* veya *Rast* makamı dizisi olamayacağı yönünde görüşler de bulunmaktadır (8-10). Yani “bir ana dizi için üç farklı makam dizisi ileri sürülmekte, ancak bunlardan hangisinin ana dizi olacağı konusunda araştırmacılar arasında bir birlik bulunmamaktadır(11).

TM nazariyatçıları tarafından ileri sürülen ana diziler ve bu konuyla ilgili nazariyatçıları şöylece sıralanabilir:

1) Rast makamı dizisi: XV. yüzyıldan itibaren gelen kaynaklar [Hızır bin Abdullah (ö. 1441) ve sonrası], Rauf Yekta Bey (1871-1935), M. Ekrem Karadeniz (1904-1981) ve Abdülkadir Töre (1873-1946) (1-3).

2) Çargâh makamı dizisi: Hüseyin Sadeddin Arel (1880-1955), Dr. Suphi Ezgi (1869-1962) ve takipçileri (4-6).

3) Hüseyini makamı dizisi: Kemal İlerici (1910-1986) (7).

ANA DİZİ KAVRAMI

Batı Müziği (BM)’nde, bir oktav içerisinde hiçbir değiştirici işaret almadan oluşturulan doğal dizi ana dizi olarak kabul edilmektedir (4). Bugün kullanılan ve eğitimi verilen TM teorisi sistemi ise Rauf Yekta Bey, Hüseyin Sadeddin Arel ve Dr. Suphi Ezgi tarafından ortaya konulmuş olup, Arel ve Ezgi tarafından son şekli verilmiştir (10). Arel’e göre TM için ana dizi olma şartları şunlardır:

- 1) Diğer bütün dizilerin oluşturulmasında esas tutulmaya elverişli bir dizi olmalı,
- 2) Sadece tanini ve bakıyye aralıklarından yapılmış olmalı,
- 3) Notasında hiçbir diyez veya bemol içermemelidir.

Arel, sıraladığı bu şartların ardından Çargâh makamı dizisinin TM ana dizisi olduğunu ileri sürmektedir(5). Arel’in yukarıda saydığı 2 ve 3 numaralı şartlar, Do majör diziye tarif etmektedir. Ancak bu dizi yukarıdaki 1 no’lu şartı TM için yerine getirememektedir. Çünkü bu dizinin ses aralıkları olan tanini ve bakıyye aralıkları ile Uşşak makamındaki Si için koma bemolle ifade edilen mücenneb bölgesi seslerini elde edebilmek mümkün değildir. Aynı şekilde Hüzzam, Hicaz, Garip Hicaz ve Sabâ gibi makamların ses dizilerinde yer alan Hicaz aralığı seslerini de yine Do majör diziden elde etmek mümkün değildir. Örneğin, BM ses sistemine göre kurgulanmış bir saz olan piyanodan elde edilen Hicaz aralığı sesleri TM’nde kullanılan Hicaz aralığı seslerini genel itibariyle karşılayamamaktadır.

Çünkü Hicaz aralığı da kendi içinde çeşitlenmekte ve birbirinden farklı 4 adet Hicaz aralığı bulunmakta olup, bu aralıklar ancak TM’ne özgü perdeleri icra edebilen tanbur veya kanun gibi perdeli veya mandallı sazlarla ya da keman veya ud gibi perdesiz sazlarla ifade edilebilmektedir.

Arel’in sistemi kabul edilip Çargâh makam dizisi (Do majör dizi) ana dizi olarak alındığında, TM’nin kendine has seslerini ve makam dizilerini **unutmak** gerekecektir. Çünkü Arel’in ana dizi için “diğer bütün dizilerin oluşturulmasında esas tutulmaya elverişli bir dizi olmalı” şartının Do majör dizi ile gerçekleşmeyeceği açıktır.

TM’DE BİR ANA DİZİ GEREKLİ MİDİR?

Her sistemin bir mantığı vardır. Bu mantığın sınırlarını fazla zorlamadan sistem daha da geliştirilebilir. Bu konuların her birinin geçerli olduğu bir evren ve bu evrende geçerli olan bir mantık sistemi vardır. Bu evren ve mantık sistemi iyi anlaşılmazsa, konuya hakkıyla vakıf olunamaz. Aynı şekilde sanat adamı da ilgilendiği alanın ait olduğu evreni ve bu evrenin oturduğu mantık kurallarını kavrayamamış ise ancak el yordamıyla kendine yol arayabilir.

Buna göre BM ses sisteminin dayandığı “ses mantığı”nı “**majör veya minör dizi kalıpları**”nın ifade ettiği söylenebilir. **TM ses sistemi** ise hemen tüm Doğu Müziklerinin seslerini içine alan, hatta BM seslerini de ihtiva eden **bir sistemdir**. TM ses sisteminin dayandığı öyle bir “ses dizisi mantığı”, dolayısı ile öyle bir “ana ses dizisi” ortaya konulmalıdır ki **TM’nin tüm ses dizileri bu ana dizi temel alınmak suretiyle elde edilebilsin ve anlaşılır** olsun. Bu sayede TM ses sisteminin bilimsel bir temelde, herkesin aynı dilde konuşabileceği şekilde yazmak, tartışmak mümkün olabilecektir düşüncesindeyiz. Yoksa bugün de olduğu gibi tam olarak kavranamayan, öğreticilerin dahi bir yerde zihnen koptuğu bir müzik ses sistemiyle uğraşmak zorunda kalınacaktır. Bu nedenlerle TM’nin dayandığı ses sistemi mantığını içerisinde toparlamış “**bir ana dizi TM için gereklidir**” görüşündeyiz. Nitekim Kemal İlerici, “*Herhangi bir müziğin ses dünyası sırlarını çözebilmek için bir örnek dizi, bir ana dizi seçmek ve onu incelemek işimizi kolaylaştırır. (7)*” demektedir.

TM ANA DİZİSİ DENİLİNCE NE ANLAŞILMALIDIR?

Evvela TM ana dizisinin ve bunun üzerine oturtulacak olan TM teorisinin, hem seslendirmede hem öğretimde TM pratiği ile çelişmemesi gerektiğini düşünüyoruz. TM ana dizisi olarak kabul edilecek ses dizisi TM makam dizilerinin bir prototipini (**ses aralıklarını** ve/veya **dörtlü ve beşlilerini**) içeren bir ses dizisi olmalıdır.

Arel-Ezgi sistemine göre, TM makamlarına ait ses dizileri, dörtlü ve beşli adı verilen ses dizilerinden oluşmaktadır. Safiyyüddîn’den (1216-1294) beri cinsler (dörtlü ve beşliler) şeklinde var olduğunu bildiğimiz (12, 13) bu yaklaşım, yapılan eğitim pratiğinden de görüleceği üzere oldukça pratik ve öğreticidir.

TM ana dizisini belirlemek için gerekli ana şartlar 3 madde halinde toparlanabilir:

1. TM ana dizisinin arızasız seslerden oluşmalıdır.
2. Ana dizi, TM’deki tüm ses aralıklarını içermelidir.
3. Bu ana diziden TM’de kullanılan tüm dörtlü ve/veya beşliler elde edilebilmelidir veya bu ana dizide TM’de kullanılan tüm dörtlü ve/veya beşliler bulunmalıdır.

Birinci maddenin gerçekleştirilmesi şu an için mümkün değildir. Çünkü TM’nde BM notalama sistemi kullanılmakta olup bu sistem TM için değil BM için kurgulanmıştır.

TM için ana dizi tanımlarsak: **TM ana dizisi, TM’deki tüm renkleri içinde barındırabilen, yani bütün bu renkleri kendi içerisinde doğurabilen bir ses dizisidir.**

TM’deki tüm renkler derken iki hususu kast ediyoruz:

1) Sadece TM’deki tüm ses aralıklarını yani “bakıyye (B)”, “mücenneb aralığı (C)”, “tanini (T)” ve “artık ikili aralığı (A)” içinde barındıran bir ses dizisi: Bu şekilde kabul edilecek ana diziyi “**TM ana dizisi-I**” adını verebiliriz.

2) TM’deki tüm dörtlü ve/veya beşlileri içerisinde barındıracak bir ses dizisi: Böyle bir diziyi “**TM ana dizisi-II**” adını verebiliriz. Bu ses dizisinde **tüm dörtlü ve/veya beşliler**, dolayısı ile **TM’deki tüm ses aralıkları** doğal olarak bulunacaktır. Böyle bir dizi, TM ana dizisi-I’e göre elbette daha kompleks bir yapıya sahip olacak, eğitim ve öğretimi de daha müşkül bir durum arz edecektir. Çünkü TM’deki bilinen herhangi bir makam dizisinin bu ses dizisi için yeterli olamayacağı, daha kapsamlı ve geniş kompleks bir ses dizisine ihtiyaç duyulacağı açıktır. Ancak akademik araştırmalar yönünden düşünüldüğünde, bu dizinin hem TM için hem de diğer müzik sistemleri için oldukça önemli olacağı düşüncesindeyiz. Bu nedenle TM ana dizisi iki ayrı kategoride, yani “**basit (TM ana dizisi-I)**” ve “**kapsamlı (TM ana dizisi-II)**” olacak şekilde ele alınıp, akademik seviyedeki eğitim-öğretim için “kapsamlı” olanı yani TM ana dizisi-II, diğer durumlarda ise “basit” olanı yani TM ana dizisi-I’in kullanılması gerektiği düşüncesindeyiz. Bu bir öneridir ve **TM teorisini “en basit, en öğretici ve anlaşılabilir, aynı zamanda en kapsamlı” olarak nasıl sunabiliriz** çabasının bir tezahürü olarak kabul edilmelidir. Önerilerimizin **akademik bir öneri olarak kabul edilmesini**, amacımızın **TM’ni daha da zorlaştırıp içinden çıkılmaz bir hale getirmek olmadığını** önemle belirtiriz.

Bu sunuda yalnızca TM ana dizisi-I konusu işlenecektir.

TM Ana Dizisi-I

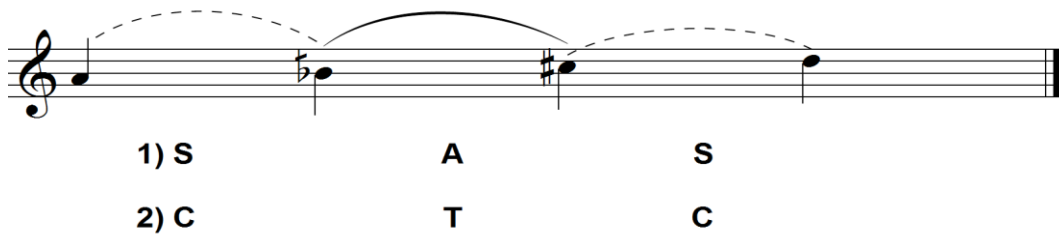
TM’de ana dizi olma şartı“TM’de dizi oluşturmaya yarayan tüm ses aralıklarını (B, C, T ve A) içinde bulundurmak” şeklinde kabul edildiğinde, bu şartı yerine getirebilecek bir makam dizisi TM ana dizisi-I olarak kabul edilebilir. TM’de bu şartı sağlayabilecek birçok makam dizisi bulunmaktadır. Bunlara örnek olarak Saba, Çargâh, Karcıgar, Basit Suzinâk ve Hicaz makamlarının ses dizileri verilebilir. Ancak burada bir sorun daha belirlemektedir. Artık ikili aralığı incelendiğinde birbirinden farklı 4 çeşit artık ikili aralığı bulunduğu saptanmaktadır. Dolayısı ile TM ana dizisi-I’in B, C, T aralıklarının yanı sıra artık ikili aralığının bu 4 çeşidini de içermesi gerekecektir.

Artık İkili Aralığının İncelenmesi

Artık ikili aralığı (A), bulunduğu makama (dolayısı ile oluşturulan ezgiye) göre dört farklı şekilde icra edilmekte olup, bu durum artık ikili aralığının pest ve tiz tarafında bulunan perdelerin esnetilip esnetilmemesi özelliğine göre meydana gelmektedir. “**Artık ikili aralığının pest ve tiz tarafında bulunan perdeler**”den kasıt şudur: Örneğin yerinde Hicaz dörtlüsü üzerinde gösterilecek olursa, “Kürdi” yani “Si bakıyye bemol perdesi” artık ikili aralığının pest tarafında bulunan perdedir, “Nim Hicaz” (Do bakıyye diyez) perdesi ise artık ikili aralığının tiz tarafında bulunan perdedir. Artık ikili aralığının çeşitleri aşağıda verilmiştir:

1. Artık ikili aralığının hem pest hem de tiz taraftan esnetilerek icrası (Şekil 1): “Garib Hicâz” olarak isimlendirilen makamdaki eserlerin icrası sırasında karşılaşılmaktadır. Arel-Ezgi sisteminde SAS (5+12+5 koma) olarak gösterilebilir. Dügâh ve Neva arası Yalçın Tura’ya göre “CTC” olarak gösterilmektedir (buna geleneksel gösterim de diyebiliriz) (13).

Şekil 1. Artık ikili aralığının pest ve tiz taraftan esnemesi (1-Arel-Ezgi sistemine göre gösterim, 2-Geleneksel gösterim).



2. Artık ikili aralığının pest taraftan esnetilip, tiz taraftan esnetilmeden icrası (Şekil 2): Artık ikili aralığı 11-12 koma arasında icra edilir. Hicaz (Dik Kürdi-Nim Hicaz perdeleri) ve Karcıgar (Hisar-Eviç perdeleri) makamlarındaki artık ikili aralığı örnek olarak verilebilir. Arel-Ezgi sisteminde SAS (5+12+5 koma) olarak verilmektedir. Geleneksel olarak “CAB” şeklinde gösterilebilir.

Şekil 2. Artık ikili aralığının pest taraftan esnetilmesi (1- Arel-Ezgi sistemine göre gösterim, 2- Geleneksel gösterim). Üstteki porte Hicaz makamındaki (yerinde/Dügâhda Hicaz dörtlüsü), alttaki porte ise Karcığâr makamındaki (Nevada) Hicaz dörtlüsünü göstermektedir.

1) S A S

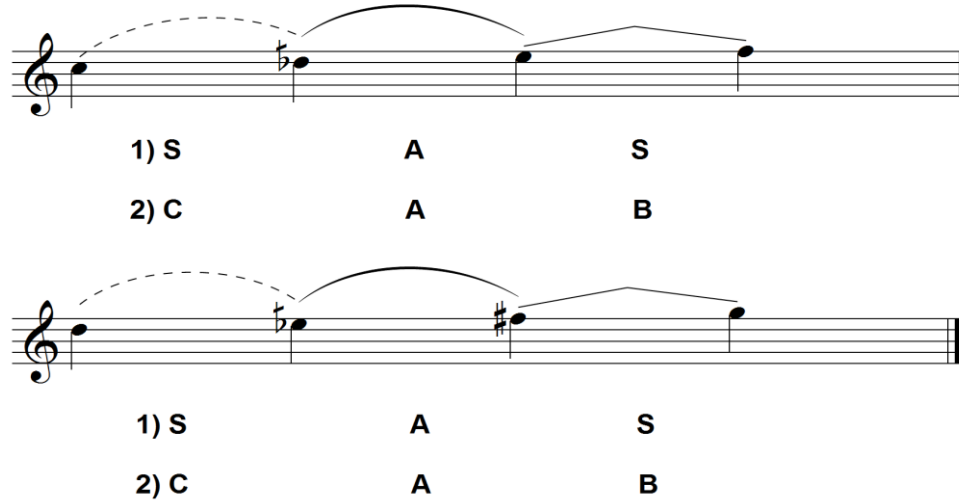
2) C A B

1) S A S

2) C A B

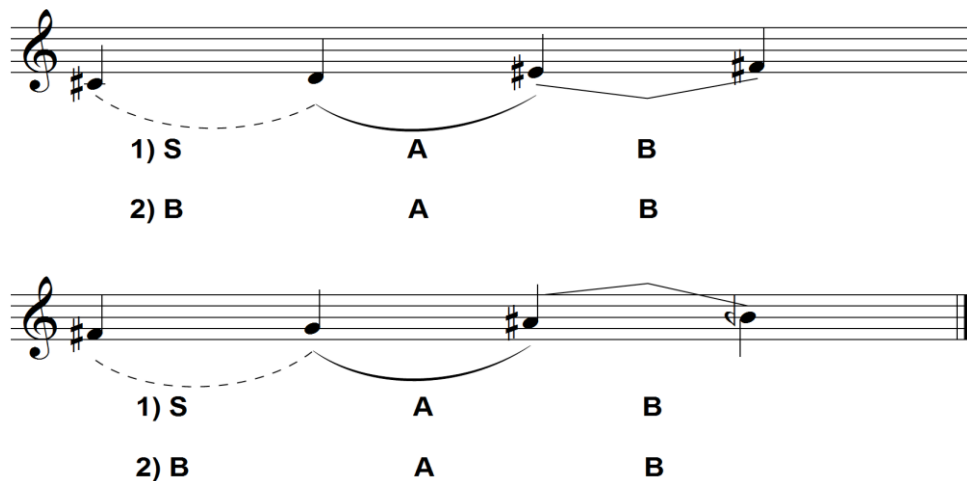
3. Artık ikili aralığının pest taraftan esnetilip, tiz taraftan esnetilmeden icrası (Şekil 3): Artık ikili aralığı 10-13 koma arasında icra edilir. Pest taraftan 1-3 koma kadar esnetilirken tiz taraftan esnetilmez. Saba, geleneksel Çargâh ve Bestenigâr makamlarındaki artık ikili aralığı (Hicaz ve Hüseyinî perdeleri arası) ve Hüzzam makamındaki artık ikili aralığı (Hisar ve Eviç perdeleri arası) örnek olarak verilebilir. Arel-Ezgi sisteminde “SAS”, geleneksel olarak “CAB” şeklinde gösterilebilir.

Şekil 3. Artık ikili aralığının pest taraftan esnetilmesi (1-Arel-Ezgi sistemine göre gösterim, 2-Geleneksel gösterim). Üstteki porte Saba, Çargâh ve Bestenigâr makamlarındaki (Çargâhta Hicaz dörtlüsü), alttaki porte ise Hüzzam makamındaki Hicaz dörtlüsünü (Nevada Hicaz dörtlüsü) göstermektedir.



4. Artık ikili aralığının pest ve tiz taraftan esnetilmeden icrası (Şekil 4): Artık ikili aralığı 13 koma olarak icra edilir. Segâh ve Hüzam makamlarındaki “Rast-Kürdi perdeleri arasındaki” artık ikili aralığı ile Eviç makamındaki “Yegâh-Acem Aşiran” veya “Neva-Acem perdeleri arasındaki” artık ikili aralığı örnek olarak verilebilir. 13 komalık bu aralık, Eviç makamının seyri sırasında tiz durak etrafında veya karar perdesi civarında dolaşılırken, yine Segâh veya Hüzam makamlarında karar perdesi civarında dolaşılırken kullanılmaktadır. Arel-Ezgi sistemine göre SAB (5+13+4), geleneksel olarak “BAB” şeklinde gösterilebilir.

Şekil 4. Artık ikili aralığının ne pest ne de tiz taraftan esnememesi (1-Arel-Ezgi sistemine göre gösterim, 2-Geleneksel gösterim). Üstteki porte Eviç makamındaki, alttaki porte ise Segâh ve Hüzam makamındaki Hicaz dörtlüsünü göstermektedir.



Şekil 1, 2, 3 ve 4’te de görüldüğü gibi Arel-Ezgi sisteminde sadece “SAS” ve “SAB” şeklinde gösterilebilen Hicaz dörtlüsü, uygulamada 4 ayrı şekilde ifâde

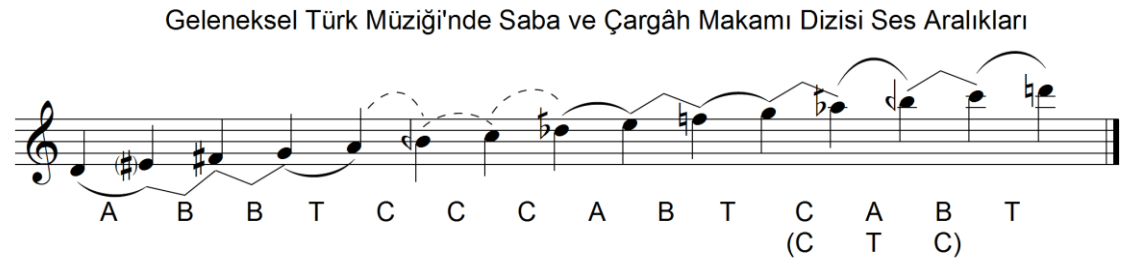
edilebilmekte, buna uyulmadığı takdirde eserlerin icrası ihmâl edilemeyecek düzeyde bozulmaktadır.

Saba, Çargâh, Hicaz, Karcıgar ve Basit Suzinâk gibi makamların dizileri iki oktav içerisinde (Yegâh-Tîz Nevâ arasında) incelendiğinde “Saba ve Çargâh” makamları B, T, C ve A’nın 4 çeşidini de içermekte, diğer makam dizileri artık ikili aralığının yalnızca bir çeşidini içermektedir. Bugüne kadar edinilen alışkanlıklar da (Arel-Ezgi sistemindeki Çargâh makamı ismine olan âşinâlık) dikkate alındığında ve “artık ikili aralığı”nı Karcıgar makamı ve Basit Suzinâk makamı gibi yalnızca 12-13 koma ile değil aynı zamanda 10-13 komalık bir aralıkla da ifade edebildiği için “geleneksel olarak kullanılan” Çargâh makamı dizisinin (iki oktav içerisinde kullanılmak şartıyla) ana dizi olarak kabul edilmesi gerektiğini düşünüyoruz.

TM ana dizisi-I, yukarıda verilen mantık çerçevesinde, geleneksel Çargâh makamı dizisi olarak kabul edildiğinde, TM'deki ardışık tüm ses aralıklarını (B, C, T ve A) ihtivâ eden bir ana diziye sahip olunacaktır. Bu ana dizinin Arel-Ezgi sisteminde cevap verilemeyen pek çok soruya cevap verebilir bir kapasiteye sahip olduğu, dolayısı ile TM eğitim-öğretiminde büyük kolaylıklar sağlayacağı kanaatindeyiz.

Saba ve geleneksel Çargâh makamı ses dizisi yani TM ana dizisi-I hem geleneksel gösterimle (Şekil 1) hem de Arel-Ezgi sistemine göre (Şekil 2) aşağıda verilmiştir:

Şekil 1. Saba ve geleneksel Çargâh makamı dizileri (geleneksel gösterim).

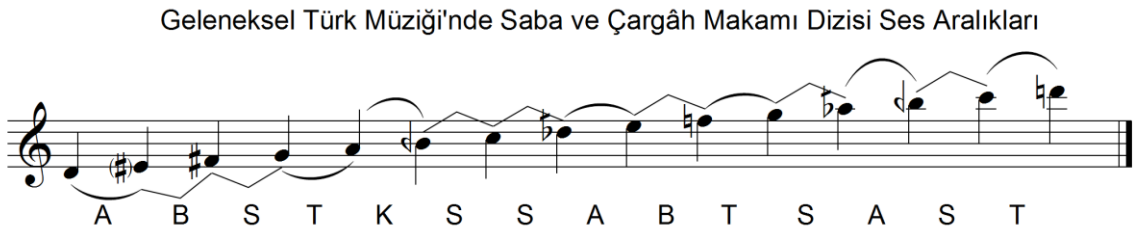


Şekil 1’deki ses dizisinde:

- Segâh ve Hicaz perdeleri esnek perdelerdir ve “**mücenneb (C)**” aralığını içerirler.
- “Acem Aşiran-Irak”, “Irak-Rast”, “Hüseyni-Acem” ve “Tiz Segâh-Tiz Çargâh” perdeleri “**bakıyye (B)**” aralığını içerir.

- "Rast-Dügâh", "Acem-Gerdaniye" ve "Tiz Çargâh-Tiz Neva" perdeleri “**tanini (T)**” aralığını içerir.
- “Yegâh-Acem Aşiran”, "Hicaz-Hüseyni" ve "Şehnaz-Tiz Segâh" perdeleri “**artık ikili**” aralığını içerir. Artık ikili aralığını biraz irdелейelim:
 - *Yegâh-Acem Aşiran perdeleri arasındaki artık ikili aralığı (13 koma):* Esnemeyen bir yapıya sahiptir. Daha önce de bahsedildiği gibi Eviç, Segâh, Hüzam gibi makamların seyri sırasında bu artık ikili aralığı ile karşılaşılır.
 - *Hicaz-Hüseyni perdeleri arasındaki artık ikili aralık:* Çargâh makamının seyri gereği hicaz perdesinin esnemesi sonucu 10-13 komalık bir aralığa karşılık gelmekte olup artık ikili aralığı “CAB” şeklinde ifade edilebilir.
 - *Şehnaz-Tiz Segâh perdeleri arasındaki artık ikili aralık:* Hem Hicaz makamında kullanıldığı gibi 11-12 koma arasında esneyebilmekte, hem de Garib Hicaz makamında kullanıldığı gibi yeri geldiğinde “pest ve tiz taraftan” esneyebilmektedir. Artık ikili aralığı bu kullanım şeklinde “CAB” veya “CTC” olarak ifade edilebilir.
- Sonuç olarak, artık ikili aralığının tüm çeşitleri Saba ve Çargâh makamı dizisi üzerinde icra edilebilmektedir.

Şekil 2. Saba ve geleneksel Çargâh makamı ses dizileri (Arel-Ezgi sistemine göre gösterim).



SONUÇ

1. TM'deki Bakıyye (B), mücenneb bölgesi (C), tanini (T) ve artık ikili (A) aralıklarının tümünü içeren ses dizilerinden bazıları şunlardır: Hicaz makamı, Uzzal makamı, Karcıgar makamı, Suzinâk makamı, Saba makamı, Çargâh makamı dizileri, vb.
2. TM'deki B, C, T ve A aralıklarının hepsini içinde barındıran ses dizileri arasında TM ana dizisi için en uygun olanı “Saba” ve geleneksel “Çargâh” makamları ses dizisidir. Çünkü hem B, C, T ve A aralıkları bu dizide vardır hem de artık ikili aralığı yukarıda bahsedilen dört farklı şekliyle bu dizi içerisinde bulunmaktadır.

3. Saba ve Çargâh makamlarının ses dizisi üzerinde (kabaca söylenecek olursa) Çargâh perdesinde karar verilince “Çargâh”, Dügâh perdesinde karar verilince “Saba” makamı oluşmaktadır diyebiliriz (elbette her makamın seyir özellikleri birbirinden farklıdır).
4. TM ana dizisi-I için Saba makamını mı yoksa Çargâh makamını mı kabul edelim noktasında, biz geleneksel Çargâh makamından yana tavrımızı koyuyoruz. Çünkü Arel-Ezgi sistemi sayesinde “Çargâh” ismi belleklerde tazeliğini korumaktadır. Daha fazla kargaşaya meydan vermemek ve TM’ne gerçekten büyük emeği geçmiş olan Arel’in hatırasını saygıyla yâd etmek için bu seçimin yerinde olacağını düşünüyoruz.

Bu bilgilerin ışığı altında TM ana dizisi-I’i (Şekil 4) aşağıdaki şekilde özetleyebiliriz.

TM ana dizisi-I:

1. Geleneksel Çargâh makamı dizisinden oluşan TM ana dizisi-I, Yegâh-Tiz Neva perdeleri arasında iki oktavlık ses alanından ibarettir.
2. TM’nin tüm ses aralıklarını (B, C, T ve A) ve artık ikili aralığının dört şeklini içermektedir.
3. TM makamlarının ses dizilerini oluşturan tüm dörtlü ve beşliler, bu dizideki B, C, T ve Aralıklarını kullanarak haricen oluşturulabilir. Ancak Çargâh makamının bu iki oktavlık ses dizisi içerisinde TM’ndeki tüm dörtlü ve beşlileri ayrı ayrı göstermek mümkün değildir. Bunun için daha kompleks bir dizi (TM ana dizisi-II) gereklidir.

Şekil 4. TM ana dizisi-I.



TM eğitim ve öğretiminde TM ana dizisi-I’in getirileri aşağıdaki gibi olacaktır:

1. Bu ana dizi ile TM öğretimi daha kolaylaşacaktır. Örneğin öğrenciler 7 ses aralığı (F, B, S, K, T, A, E) yerine 4 ses aralığını (B, C, T, A) öğrenmek zorunda kalacaklardır.
2. TM’ni diğer müzik sistemlerinden ayıran en önemli özelliklerden biri olan “mücenneb bölgesi”, TM ana dizisi-I ile aynen korunmaktadır. Bu ana dizideki ses aralıklarını kullanmak suretiyle TM seslerini, en küçük bir kayba uğramadan icra etmek ve yazıya geçirmek mümkün olacaktır.
3. “Artık ikili aralığı” ve Arel-Ezgi sisteminde bulunmayan “mücenneb aralığı”nın öğretimi ve icrası ile ilgili sıkıntılar TM ana dizisi-I ile giderilmiş olacaktır.
4. TM ana dizisi-I, TM ruhuna ve icrasına daha uygun bir mantığa oturduğu için bunun üzerine bilgi inşa etmek daha kolay olacaktır.
5. 800 yıllık ana dizi sorunu **TM ana dizisi-I** ile bilimsel bir çözüme kavuşmuş olacaktır.

KAYNAKLAR

Mehmet Nuri Uygun, Safiyüddin Abdülmü'min Urmevî ve Kitâbü'l-Edvâr, Kubbealtı Neşriyatı, İstanbul, 1999.

Rauf Yekta Bey. Türk Musikisi, Pan Yayıncılık, İstanbul 1986, 1. Baskı.

Ekrem Karadeniz, Türk Musikisi’nin Nazariye ve esasları, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara, 1983.

Suphi Ezgi, Nazari ve Ameli Türk Musikisi, Milli Mecmua Matb, 1933, Cilt I.

Hüseyin Sadeddin Arel. Türk Musikisi Nazariyatı Dersleri, Hzr: Onur Akdoğan,

Ankara 1991.

Ahmet Selim Teymur, Türk Musikisi, Pan Yayıncılık, İstanbul, 2010, s. 66-67.

Kemal İlerici. Bestecilik Bakımından Türk Müziği ve Armonisi, İkinci Baskı, MEB Basımevi, İstanbul, 1981.

Suphi Ezgi, Nazari ve Ameli Türk Musikisi, Alkaya Matb, İstanbul, 1940, Cilt IV.

Kemal İlerici. Bestecilik Bakımından Türk Müziği ve Armonisi, İkinci Baskı, Milli Eğitim Basımevi, İstanbul, 1981.

Oya Levendoğlu, Klasik Türk Müziğinde Ana Dizi Tartışması ve Çargah Makamı, GÜEF Der, 23(2), Ankara 2003, s. 181-193.

Hanefi Özbek. Türk Müziğinde Ana Dizi, Pan Yayıncılık, İstanbul 2014.

Fazlı Arslan. Müzik Kuramcısı ve Efsanevi Kişilik Olarak Safiyüddîn-i Urmevî. SBE Derg, 2009, 26(1): 165-179.

Yalçın Tura. Türk Mûsikîsinin Mes’eleleri, Pan Yayıncılık, İstanbul, 1988.

MEDYA VE BAĞIMLILIK

Nevzat BAYHAN

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Darülaceze Başkanı, Şiir Derneği Kurucu Başkanı, Türkiye Dil ve Edebiyat Derneği Genel Başkan
Yrd., basin@nevzatbayhan.com

Korumak için sevmek, sevmek için tanımak tanımak için zaman ayırmak gerekir...

TEKNOLOJİNİN HIZINA RUHEN ULAŞABİLİYOR MUYUZ?

Buluşlar, kültürel değişimi sağlayan en önemli gelişmelerdir. Medeniyetler bu icadlarla daha kalıcı, daha verimli daha yaygın hale gelmiş, insanlık gün geçtikçe daha da az yorulmaya daha az çalışmaya başlamıştır.

Bu gelişmeler sürerken dünya önce küresel köye dönüştü, sınırlar anlamını yitirdi, insanlar, aynılaştı. Aynılaşma beraberinde sıradanlaşmayı getirdi. Dikkat çekme, korkunç bir egoyla dönüştü. Aile, komşuluk, dostluk ve akrabalık bağları kopma noktasına geldi .

KÖYLER YERİNE SİTELER...

Her yeni teknoloji hayatımızda önemli bir sıkıntıyı giderdi. Bu yenilikler, sahiplenildi ve giderek “mütemmim cüz” haline dönüştü.

Tek katlı veya alt katında insanların yaşamadığı **iki katlı evler yerini bol daireli ve çok katlı apartmanlara bıraktı**. Tenha köy ve kasabalar yerine sokakları ve mekânları “lebalep” insan dolu şehirler mesken tutuldu. **Rahatlık ve ferahlık uçtu, stres, kaos, koşturma, trafikte kalabalıklarda çile çekme** vs. hayatın bir parçası oluverdi.

GELİŞMELER VE ZİHİNSEL TERAKKİ

Baş döndürücü bu gelişmeler kültürel değişimleri, zihinsel terakkiyi, insani erdemleri beraberinde taşıyamadığından bireyler ve katmanlar arasında uyumsuzluğa, huzursuzluğa, sebep oldu. Üstüne üstlük **yabancı kültürel öğelerin istilası**, kültürel yozlaşmayla sonuçlandı. **İnsanın maddî ve manevî iki kanadının uyumlu hareketi** gerekirken maddî olarak zirve yapmış olan ferdin kişilik olarak bu hıza erişememesi, hayatı çekilmez yapan, **“sonradan görme”** gibi kültürel gecikme ile karşı karşıya bıraktı.

Bilgisayarı bozulan, internet erişimi aksayan, cep telefonu kaybolan, kablolu TV'sinde yayını bozulan insanlarla diyalog kurmayı denediğinizde tıpkı bir madde yoksunluğundaki bireyin özelliklerini taşıdıklarını hemen fark edeceksiniz.

Huzursuz, sıkıntılı, öfkeli ve mutsuz. Özellikle bu 'oturup kalkmamanın' sonuçları daha ürkütücü.

Kilo almaktan tutun, hareketsizliğe bağlı birçok fiziksel hastalığa davetiye çıkaran bir durum. Sosyal olaylardan, sportif aktivitelerden uzak insan ne kadar

kendine güven duyar, ne kadar kendiyle barışık, ruhsal açıdan sağlıklı bir birey olabilir ki?"

TEKNOLOJİK TAHRİKLER

Daha ileri durumlarda ise; toplumsal değişim de sürücünün haiz olması gerekli hasletler yeterli düzeyde seyretmeyince maddî ve manevî kazalar kaçınılmaz oldu. Patika, şose yol, tek şeritli dar asfalt yoldan, bölünmüş ve otoyola geçerken araçların hızları da arttı. Sürücüler ise çağa uygun biyopsikososyal bir eğitim almadıklarından “teknolojik tahrik”lere kapılıp cana mala zarar vermeye başladı.

Rahatlayan insanoğlu daha kapsamlı düşünme imkânı ve zamanı bulacağı yerde başını bile kaşıyacak vakti mumla arıyorsa bu işte bir terslik var demektir. Düşünme zamanının bulunamadığı bir dünyada insanların robotlara dönüşmesi mukadderdir.

Çalışıp didinen, durmayıp devinen insan selinin; aradığı ve bir türlü bulamadığı veya bulduğunu sandığı mutluluğu, yanibaşındayken fark edecek fırsatı yakalayamadığı bir çelişkiyle karşı karşıyayız.

Modern dünya paranın her kapıyı açacağı iddiasıyla modernist bir anlayışla insanlar Makyavelist bir çizgide para kazanmaya başladı. Uzun süre tuzlu suyla hararet gidermeye benzer duygular yaşandı. Sonunda insanoğlu postmodern bir düşünceye doğru yol aldı.

TEKNOLOJİ VE BAĞIMLILIK

Teknolojinin gelişmesiyle insanın zevklerine ve duygularına hitap eden, insanı çekim alanına hapseden onlarca cihaz çevremizi işgal etmiş durumda.

Bir taraftan verdiği rahatlık, diğer tarafta görsellik ve edinim cazibesi, “değme babayiğitler”in bile karşısında duramayacağı bir nehir haline dönüşebiliyor. Çok iyi yüzücülerin bile sahile varmakta zorluk çektiği akıntısı yüksek ve oldukça dalgalı bilgi tufanında çoğu kullanıcı maalesef nefes bile alacak fırsatı bulamıyor. Onbinlerce kaynaktan boşalan bilgi seli, önüne kattığı ne kadar iletişim çöplüğü varsa hepsini ekran başındaki insanlarına gözlerinden gönüllerine boca etmektedir.

Bir kaç ton malzemeden sadece bir kaç gram altın bulurum ümidiyle saatlerce, günlerce bazen yıllarca çöp yığınlarıyla uğraşmak zorunda kalıyor insanlık.

Teknoloji bir gereklilik, vazgeçilmez bir ihtiyaç, karşı durulması söz konusu olmayan bir gerçeklik aynı zamanda. Ancak her şeyde olduğu gibi

teknoloji kullanıcıları, üreticileri, aracıları fayda ve çıkardan önce insanlığa olan katkısını ön planda tutmalıdır.

Sağlığa kavuşturacak olan ilaç nasıl ki dozajında aşırıya gidildiğinde öldürücü bir zehir olabiliyorsa, amacına uygun ve ihtiyaç kadar kullanılmayan teknoloji ürünleri de faydadan çok zarar getirecek bir mecraya sürükleyebiliyor.

Teknolojinin gelişmesiyle insanın zevklerine ve duygularına hitap eden, insanı çekim alanına hapseden onlarca cihaz çevremizi işgal etmiş durumda.

Bir taraftan verdiği rahatlık, diğer tarafta görsellik ve edinim cazibesi, “değme babayığitler”in bile karşısında duramayacağı bir nehir haline dönüşebiliyor. Çok iyi yüzücülerin bile sahile varmakta zorluk çektiği akıntısı yüksek ve oldukça dalgalı bilgi tufanında çoğu kullanıcı maalesef nefes bile alacak fırsatı bulamıyor.

Onbinlerce kaynaktan boşalan bilgi seli, önüne kattığı ne kadar iletişim çöplüğü varsa hepsini ekran başındaki insanlarına gözlerinden gönüllerine boca etmektedir.

Bir kaç ton malzemeden sadece bir kaç gram altın bulurum ümidiyle saatlerce, günlerce bazen yıllarca çöp yığınlarıyla uğraşmak zorunda kalıyor insanlık.

Teknoloji bir gereklilik, vazgeçilmez bir ihtiyaç, karşı durulması sözkonusu olmayan bir gerçeklik aynı zamanda. Ancak her şeyde olduğu gibi teknoloji kullanıcıları, üreticileri, aracıları fayda ve çıkardan önce insanlığa olan katkısını ön planda tutmalıdır.

Sağlığa kavuşturacak olan ilaç nasıl ki dozajında aşırıya gidildiğinde öldürücü bir zehir olabiliyorsa, amacına uygun ve ihtiyaç kadar kullanılmayan teknoloji ürünleri de faydadan çok zarar getirecek bir mecraya sürükleyebiliyor.

TELEVİZYON BAĞIMLILIĞI

Televizyon evlerimizin ve hayatımızın vazgeçilmezi koltuğuna oturmuş durumdadır.

Oturma tasarımı bile televizyona göre yapılmaktadır.

Her gün en az dört saatini televizyon karşısında geçiren insanımız, bu korkunç zaman israfını masum bir davranış olarak görebilmektedir.

Scientific American Dergisi Şubat 2002 sayısında çok seyretmenin beyin hücrelerini öldürdüğünü ispatlamıştı.

CEP TELEFONU

Cep telefonu kullanımı başdöndürücü bir hızda yaygınlaşırken kullanma görgüsü maalesef hiç de önemsenmemektedir. Neticede, toplu mekânlarda yüksek sesle konuşulmakta, tiyatro, cami gibi yerlerde kapatmaya özen gösterilmemekte, hem konuşan hem de konuşturana için telafisi imkânsız maddî ve manevî hasarlar oluşmaktadır.

Amerika'da Case Western Reserve Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen çalışmaya göre; her beş gençten biri günde en az 120 kısa mesaj çekiyor. Her on kişiden biri ise sosyal paylaşım sitelerinde günde 3 saatten fazla vakit geçiriyor. Gençlerin yüzde dördü ise her ikisini birden yapıyor. Çok fazla cep telefonu kullanan ve sanal ortamda saatlerini harcayan öğrencilerde devamsızlık, yeme bozuklukları ve depresyon gibi sorunların baş göstereceğini tespit eden uzmanlar; ebeveynleri çocukların cep telefonu ve internet kullanımı konusunda denetimi elden bırakmamaları için uyarıyor.

Böyle sohbete doyum olur mu hiç!



İki arkadaş birbirini çok özlemiş



Sımsıcak bir yemek ziyafeti



Plajın zevkine böyle varılır

Müze ancak bu kadar verimli gezilir

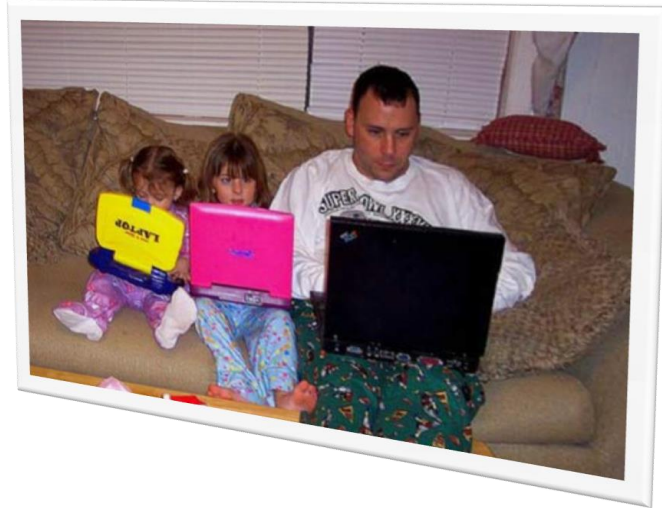


BİLGİSAYAR- İNTERNET BAĞIMLIĞI (NetAddiction)

Ailenin neredeyse her ferdinin sahip olduğu kişisel bilgisayarlar zaman içinde kişinin en fazla değer verdiği varlığı adeta bir parçası oluyor. Saatlerce hatta günlerce bilgisayar karşısında amaçsız bir şekilde vakit geçiren insanlık dünya ile irtibatını kesip bireyselleşiyor, bencilleşiyor, toplumdan koparak geri dönüşü oldukça zor bir mecraya kapılıyor.

Bundan dolayıdır ki araştırmacılar, hayatın giderek bir “chat odası”na dönüştüğünü ileri sürüyorlar.

Ekrandan başka kimseyi göremiyoruz.



BİLGİSAYAR- İNTERNET BAĞIMLIĞI (NetAddiction)

Özellikle yatmadan önce cep telefonu ve internet kullanan gençlerde zararlar sadece fiziksel problemlerle sınırlı kalmayıp *hiperaktivite bozukluğu, kaygı, depresyon ve öğrenme zorluğuna* da yol açıyor.

Artık bilgiye ulaşmak kolay, ancak bu bilgi, milyonlarca “nesebi gayri sahih” enformasyon seline karışmış durumdadır. Kullanıcılar, çok kopyalayıp yapıştırarak, depolayarak bilgilendiğini zannetmekte oysa hem bu bilgi gerçek bilgi olamamakta hem de hafızadan çabuk silinmektedir. Kısaca zihin tembelleşmekte ve **insanlar unutkan** olmaktadır.

İSTATİSTİKLERDE EKRAN BAĞIMLILIĞI

Bırakın büyükleri, çocuklarda görülen teknoloji bağımlılığına ilişkin araştırma yapan Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verileri, tehlikenin büyüklüğünü gözler önüne seriyor.

Kurum verilerine göre Türkiye'de bilgisayar kullanma yaşı 8'e, cep telefonu kullanma yaşı 10'a düşmüş durumda.

6-15 yaş arası çocukların yüzde 60,5'i bilgisayar, yüzde 50,8'i internet, yüzde 24,3'ü cep telefonu kullanıyor.

İSTATİSTİKLER

Cep telefonu kullanmaya başlama yaşı 10 olarak belirlenirken, kullanım amaçları arasında ilk sırayı yüzde 92,8 ile konuşma alıyor.

Bunu yüzde 66,8 ile oyun oynama,

yüzde 65,4 ile mesajlaşma ve

yüzde 30,7 ile internete girmek takip ediyor.

6-15 yaş grubundaki çocukların yüzde 92,5'i hemen her gün televizyon izliyor.

6-15 yaş grubundaki çocukların yüzde 41'i gazetelerde en çok TV, magazin, eğlence yazılarını, yüzde 42,2'si ise çocuk dergileri okuyor.

KÖK SALDIK BİLİSAYARIMIZLA BERABER



TEKNOLOJİ BAĞIMLISI OLDUĞUMUZU NASIL ANLARIZ?

- Yeşilay araştırmalarına göre; Teknoloji Bağımlılığı’nın belirtileri şunlardır. Kişi;
- Yalnızca birkaç dakika diyerek, saatler harcıyorsa.
- Çevresindekilere ekran karşısında geçirdiği zaman hakkında yalan söylüyorsa.
- Uzun süre bilgisayar kullanmaktan dolayı fiziksel sorunlardan şikayetçiye,
- Anonim bir kişiliğe bürünmek heyecan veriyor, insanlarla internet üzerinden konuşmayı yüz yüze konuşmaktan daha kolay buluyorsa,
- İnternete girmek için yemek öğünlerinden, derslerinden ya da randevularından ödün veriyorsa,
- Bilgisayar başında çok fazla zaman geçirdiği için suçluluk duyuyorken, bir yandan da büyük bir zevk alıyorsa ve bu iki duygu arasında gidip geliyorsa,
- Bilgisayarından uzak kaldığı zaman kendisini gergin ve boşluktaymış gibi hissediyorsa,
- Evine gelince ilk işi yakınlarıyla ilişki kurmak, zorunlu ev işlerini yapmak yerine bilgisayarı açmak oluyorsa,
- Gece geç saatlere kadar bilgisayar başında kalıyor, çevreden bu konuda eleştiriler alıyorsa.. internet bağımlısı olma yolunda ilerliyor demektir.

TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞININ SEBEP OLDUĞU SORUNLAR

Fiziksel Şikâyetler

- Gözlerde yanma
- Boyun kaslarında ağrı ve sertleşme
- Beden duruşunda bozukluk

- Elde uyuşukluk
- Halsizlik

Sosyal Alanda Görülen Şikâyetler

- Akademik başarıda düşüş
- Sosyal izolasyon
- Kişisel, aile ve okul sorunları
- Zamanı idare etmede başarısızlık
- Uyku bozuklukları
- Yemek yememe
- Aktivitelerde azalma
- İnternet arkadaşları dışında izolasyon

Bu Bağımlılıktan Kurtulabiliriz!

- Günlük kullanım saatlerini değiştirmek,
- Haftalık internet kullanımı hedefi çizelgeleri yapıp bunları kaydetmek,
- İnternet orucuna girmek,(haftada iki gün)
- Küçük hafıza kartlarına İnternet’in faydaları ve zararlarını yazmak,
- Destek grupları yâda aile terapisi gibi yöntemleri hayata geçirmek,

KISACASI AİLENİN YAKIN İLGİSİ VE DENETİMİ

- Acele etmeyi öğrendik ama sabırlı olmayı asla.
- Tanındıklar çoğaldı, dostlar eksildi.

“Kuşlar gibi uçmayı, balıklar gibi yüzmeyi öğrendik ancak dostluk ve kardeşliği unuttuk”, (Martin Luther King)

SONUNDA İNSANOĞLU;

- Güzel veya yakışıklı eş ile mutluluğun,

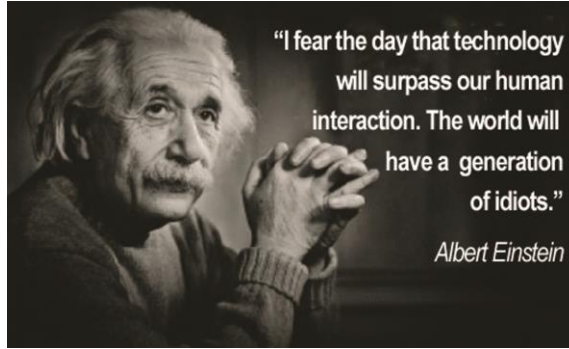
- Geniş ve gösterişli ev ile huzurun
- Pahalı ilaçla sağlıklı yaşamının,
- Pahalı yemekle lezzet almanın,
- Rahat yatakla rahat uyumanın aynı şeyler olmadığını anladı...

SONUÇ

Hızla gelişen teknolojiyle aynı hızda ilerleyebilmek için; bize sunulan teknoloji nimetlerini çok iyi kullanmamız gerekiyor. Diğer taraftan;

- manevî dinamiklerimizi harekete geçirmede,
- hasletlerimizi hatırlamada,
- öğretilerimizi sağlıklı yaşamada geç kalırsak, küreselleşme sarmalıyla “kündeye” gelmemiz, silik ve sinikleşmemiz, sıradanlaşarak “vagonlaşmamız” kaçınılmaz olacaktır...

"Korkarım ki bir gün teknoloji, insan iletişiminin ve yaklaşmasının önüne geçecek ve aptal bir nesil ortaya çıkacak." _Albert Einstein



- Hasılı insanımızı, neslimizi önemsiyor ve korumak istiyorsak bilmeliyiz ki;
- Korumak için sevmek,
- sevmek için tanımak,
- tanımak için
- zaman ayırmak gerekir...

TRT RADYO YAYINCILIĞI VE MEDYA

Sebahattin KAHRAMAN

TRT İstanbul Radyosu Müdürü, sebahattin33@hotmail.com

Radyo, önemli bir kitle iletişim aracıdır.

Günümüzde, teknolojinin gelişmesi nedeni ile güncelliğini yitirmiş gibi düşünülse de, **Radyo** hep var.

Radyo, bireye seslenen, birebir iletişim kuran bir medya. Radyo ile başbaşa kalabiliyorsunuz, diğer iletişim araçlarından farkı ve üstünlüğü burada.

Radyo arkadaşınız, istediğiniz yerde dinleyebiliyorsunuz, Radyo, cebinizde, telefonunuzda kısacası her yerde

Radyo dinlerken, her işi yapmanız mümkün. Arabanızı kullanabiliyorsunuz, evde yemek yapabiliyorsunuz, herhangi bir büroda çalışıyorsanız işinize devam edebiliyorsunuz. Aynı zamanda habere ulaşabiliyorsunuz, belli bir konu hakkındaki duygu ve düşünceleri paylaşabiliyorsunuz, müzik dinlemek gibi çok zevkli bir uğraş içinde bulunabiliyorsunuz.

Radyo Kişiseldir

Radyo Zihinde Resim Yaratır

Radyo bireyle konuşur , her an sizinledir. Neredeyse her oradadır...

Eğitim, kültür, haber, müzik... Bilgiye, öğrenmeye ihtiyaç duyan herkes için...

Bilim, sanat, edebiyat, tiyatro, spor, çevre, ekonomi, magazin...

Hayata dair her şey...

Doğru, tarafsız, hızlı habercilik...

Türkiye'nin her yerinde, uydudan ve internet üzerinden bütün Dünyada...

TRT Radyoları;

1927’den günümüze... Radyonuzun olduğu her yerde, sizinle...

Radyo, hayatın içindedir...

Radyonun Gücü;

Yüksek erişim oranı,

Portatif olması,

Kişisel olması,

Bağlayıcılığı,

İnsanların süregelen iletişim yöntemlerinden doğmuş olması,

Hikaye,

Ses,

Şarkı,

Radyo;

Özgür-İnsan faaliyetlerini kısıtlamaz

Samimi - Bire-bir

Radyo programlarına dinleyicilerin katılımı (telefon yoluyla) televizyon programlarına göre 2 kat fazladır

Türkiye’de dinleyicilerin %43’ü bir, %37,7 si iki , %10.3 de en az üç farklı radyoyu dinler, takip eder.

Hafta içinde insanların medyada harcadıkları süre:

RADYO	%44
TELEVİZYON	%41
GAZETE	%10
DERGİ	%5

Mecra olarak avantajları;

Düşük maliyet

Hız

Anlatım kolaylığı

Hatırlatıcı, yönlendirici

Hedef kitleye direk, doğru yerde ve zamanda ulaşma imkanı

Kampanyada bütünlük sağlayıcı

Reklamdan kaçma oranı düşük

Marka için “her yerde olma hissi” yaratma

Harekete geçiren mecra

“Arkadaş tavsiyesi”

Radyonun etkin kullanımı;

Yaratıcı fikirler

Yeni yasa yaratıcılığı daha etkin kullanma konusunda daha fazla özgürlük tanıyor.

Radyo ve İnternet birlikteliği

Birlikte büyüme potansiyeline sahip

Deneklerin %57’si, radyoda duydukları şeyleri hemen ardından internette kontrol ettiklerini belirtmişler.

Bu veriler ışığında Türkiye’nin genç bir nüfusa sahip olduğu görülmektedir. Teknolojiye en kolay uyum sağlayabilen ve yenilikleri izleyen grup olarak gençlerin medya tercihleri ve öngörülleri geleceğin kitle iletişim araçlarını da yönlendirecektir. Günümüz gençliği yeni nesil ya da siber gençlik olarak tanımlanmaktadır.

Günümüzde gündelik yaşamın her alanında giderek daha yaygın kullanım pratikleri bulan, gündelik yaşam alışkanlıklarını farkında olmasak da köklü bir şekilde dönüştüren, toplumsal yaşamın bir takım gerekleri nedeniyle kullanım yoğunluğu giderek artan, bedenin bir uzantısı/parçası haline dönüşen bilgisayar, İnternet, cep telefonları, oyun konsolları, İpod veya avuç içi veri bankası kayıtlayıcıları ve iletişimcileri, diğer bir deyişle tüm bu dijital teknolojiler yeni

medya başlığı altında toplanabilir (Binark: 2011). Yeni medyanın, geleneksel medyadan (gazete, radyo, televizyon, sinema) ayırt edici temel özellikleri etkileşimli ve multimedya biçimine sahip olmasıdır.

BULGULAR VE YORUM

Gençlerin radyo ile ilişkilerini belirlemek üzere Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi son sınıf öğrencileri arasından belirlenen 14 öğrenciye 10 soru sorulmuştur. Bulgular soruların sorulma sırası korunarak analiz edilmiştir. Görüşme kapsamında öğrencilere yöneltilen ilk soru “Radyo sizin için ne anlam ifade etmektedir?” olmuştur. Bu soruya verilen yanıtlar Tablo 1’de gösterilmektedir:

Radyo boş vakitlerimi değerlendirir	1
Radyo kesintisiz müziktir	8
Radyo insanlardan kaçmamı sağlar	1
Radyo haber verir	3
Radyo eğlendirir	4
Radyo bilgilendirir	1
Radyo rahatlatır	1
Radyo arkadaşlık eder	3
Radyo sosyalleştirir	1
Radyo motive eder	1
Radyo hayal kurdurur	1

Tablo 2: Radyoyu hangi sıklıkta dinlersiniz?

Araştırmada öğrencilere her gün radyo dinleyip dinlemedikleri sorulmuş ve 8 öğrenci hemen hemen her gün radyo dinlediğini belirtmiştir. Haftada birkaç kez radyo dinlediğini belirten öğrenci sayısı ise 3 ile sınırlıdır. Bu sonuçlar bize öğrencilerin gündelik hayatlarında radyonun önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir.

Her gün dinlerim	8
Gün aşırı dinlerim	3
Haftada bir-iki kez	2
Hep açıktır	1

Öğrencilere “Radyo olmasaydı hayatınızda neler değişirdi?” sorusu yöneltilmiştir. Öğrencilerden sadece 3’ü radyo olmasaydı hayatlarında hiçbir şeyin değişmeyeceğini belirtmektedir. Bu öğrenciler müziği başka bir yerden de sağlayabileceklerini bu nedenle de radyoya ihtiyaç duymadıklarını vurgulamaktadırlar. Öğrencilerin pek çoğu için radyosuz bir hayat eksik, sıkıcı, rutin, negatif düşüncelerin etkisinde ve sıradan olarak tanımlamaktadır.

Değişiklik olmazdı	3
Hayal gücüm sınırlı kalırdı	4
Yalnızlık hissederdim	1
İnsanlarla iletişim kurmak zorunda kalırdım	1
Ders çalışırken motivasyonum azalırdı	1
İçime kapanırdım	1
Müzik eksik olurdu	1
Sıkılırdım	2
Gündemi takip edemezdim	1

Tablo 4: Sürekli dinlediğiniz bir radyo kanalı ya da programı var mı?

Öğrencilere sürekli dinledikleri bir radyo kanalı ya da programı olup olmadığı sorulduğunda 9 öğrenci hayır cevabını vermiştir. Öğrencilerin sürekli dinledikleri bir programlarının olmayışı onların çoğu zaman radyoyu bir fon

olarak kullandıklarını gösteren önemli bir vurgudur. Kendilerini müzik üzerinden tanımlayan Türkiye özel radyoculuğu öğrencilerin dikkatini çekebilecek bir söz programını barındırmamaktadır. Bir başka bakış açısı ile öğrenciler söz programından çok dikkat gerektirmeyen müzik içerikli yayınları tercih etmektedirler de denebilir.

Yok	9
Var	5

Tablo 5: Yerel, ulusal, uluslararası kanal tercihiniz neler?

Öğrencilerden yerel, ulusal ve uluslararası radyo kanalı tercihlerini belirtmeleri istendiğinde 7 öğrenci ulusal radyo kanallarını tercih ettiğini belirtmektedir. Yerel radyoları daha çok haber almak için tercih eden öğrenciler ulusal radyo tercihlerinin nedenini de müzik yayınlarına bağlamaktadırlar.

Yerel	1
Ulusal	7
Fark etmez	3
Hem yerel hem ulusal	5

Tablo 6: Radyo dinleme nedenleriniz nelerdir?

Sıkıntılarımdan uzaklaştırdığı için	3
Zaman geçirmek için	1
Samimi ve içten olduğu için	2
Alışkanlık olduğu için	3
Müzik yelpazesi geniş olduğu için	2
Müzikler için	6
Sunucuları için	1
Az reklam olduğu için	2
Bilgi verdiği için	2
Radyo bana eşlik ettiği için	2

Eğlendiriyor	1
Sosyalleşiyorum	1
Hayaller kurmama yardımcı oluyor	1
Başka şeylerle uğraşırken dinleyebiliyorum	1
Aynı dünya görüşünü paylaştığım için	2

Tablo 7: Radyoyu nerede dinliyorsunuz?

Öğrencilerin hepsi radyoyu öncelikle evlerinde dinlemeyi tercih etmektedir. Radyonun en çok dinlenildiği saatler ve dinlenildiği yerler yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle önemli bir ayrıcalık kazanmıştır. Başta walkman sonrasında MP3 çalarlar ve telefon üzerinden dinlenebilen radyolar, radyoyu oturma odalarından ya da arabalardan çıkarıp taşınabilir kılmıştır. Geleneksel medyanın karşısında taşınabilir radyolar önemli bir güç kazanmıştır.

Evde	14
Arabada	5
Her yerde	2
Yürürken	4

Tablo 8: Radyoyu hangi araçtan dinliyorsunuz?

Verilen cevaplar gençlerin radyoyu daha çok internetten ve taşınabilir cihazlardan dinlediğini göstermektedir. 7 kişi radyo yayınlarını sadece internetten ve taşınabilir cihazlardan dinlerim derken 12 kişi internetten radyo dinlediğini belirtmiştir. Görüşülen öğrencilerden 2’si geleneksel radyoyu tercih ettiğini belirtmektedir.

Radyodan	6
İnternetten	2
Cep telefonu ve Mp3 Çalarla	8

Tablo 9: İnternet üzerinden yayın yapan radyoların sitelerini takip eder misiniz?

Öğrenciler daha çok internet üzerinden yayın yapan radyoları tercih ederken bu radyoların sitelerine de zaman zaman göz atmaktadır. Öğrenciler

programcıları ve konukları öğrenebilmek için radyoların internet sayfalarına bakmaktadırlar. İnternet teknolojisi ile birlikte radyocular gizemli ve görünmeyen kimliklerini bir kenara bırakıp görünür olmuşlardır. Programı yapan kişiyi merak eden dinleyici programcının yüzünü de görmek istemektedir. İnternet üzerinden yayın yapan radyoların içeriklerine bakan öğrenciler yorum yazma ve programa katılma konusunda çok istekli değillerdir.

İçeriklerine bakarım	7
Sitelere hiç bakmam	4
Yorum yazarım	2

Tablo 10: Geleceğin radyosunu nasıl tanımlarsınız?

Gelecekte radyoculuk bitecek	3
Dinleyicisi azalacak	3
Sadece internet radyosu olacak	4
İçerik zayıflayacak	2
Taşınabilir oluşu onu yaşatacak	1
Yayıncılık uzmanlaşacak	4
Radyo haber ile fark yaratacak	1
İnteraktivite artacak	2
Hayal gücünü tetiklediği için hep olacak	1
Herkes kendi yayını yapacak	2

L'ILLUSTRATION DERGİSİ ÇERÇEVESİNDE İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI DÖNEMİ GÖRSEL MEDYA ANLAYIŞI

Ahmet DOLUNAY*, Burak BOYRAZ**

ÖZET

Fransa'da 1843 ve 1944 yılları arasında haftalık olarak yayımlanan bir dergi olan *L'Illustration*, içinde bulunduğu periyodun aktüel olaylarını okuyucularına aktaran süreli bir yayındır. I. ve II. Dünya Savaşı'nın sosyal ve siyasi atılımlarını resimli hikâyeler ve savaş fotoğrafları eşliğinde yayımlayarak adını duyuran dergi, içeriği ve ilerleyen dönemlerde gösterdiği politik duruşuyla dönemin medya anlayışını sembolize etmektedir. Bu çalışmada da bahsi geçen derginin II. Dünya Savaşı döneminde yayımlanan sayılarından örnekler, yine aynı dönemin görsel medya anlayışı çerçevesinde incelenmiştir.

Çalışmanın ilk bölümünde; Fransız tarihçi *Jean-Noel Jeanneney*'in *Medya Tarihi* adlı eserinden referanslarla, Fransız medyasında 1800'lü yıllarda başlayan değişim hareketleri ele alınmış ve *L'Illustration*'ın ortaya çıkış sürecine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. İkinci bölümde ise derginin bahsi geçen süreçte yayımlanan sayılarına ait kapaklara, illüstrasyonlara ve (dergide yayımlanan) reklamlara değinilmiştir. Arşiv taraması sonucunda edinilen izlenimlere ve değerlendirmelere yer verilen bu bölümü takip eden sonuç bölümünde ise, savaş propagandalarının *L'Illustration*'un görsel içeriğine olan etkisi tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Fransa - Medya tarihi - II. Dünya Savaşı - *L'Illustration* - Görsel tasarım - Kırmızı.

ABSTRACT

L'Illustration, a weekly magazine published in France between 1843 and 1944, is a periodical providing the actual events of the period to its readers. The magazine, which became popular by publishing the social and political developments of the World War II accompanied by pictures and photographs, symbolizes the perception of the media with its content and political stance in the coming years. In this study, examples from the issues of the magazine published

* Öğretim Görevlisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Sanat Bölümü. Davutpaşa Kampüsü / İstanbul. dolunay@yildiz.edu.tr

** Araştırma Görevlisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Sanat Bölümü. Davutpaşa Kampüsü / İstanbul. bboyraz@yildiz.edu.tr

during the World War II have been analysed within the framework of the perception of visual media in the period.

In the first part of the study, the changes in French Media beginning in 1800s are analysed with references to *Media History*, a book written by French Historian *Jean-Noel Jeanneney* and information on the emergence of *L'Illustration* is provided. In the second part, the covers, illustrations and the advertisements (which are published in the magazine) published during the period in question are analysed. In the final part, which is preceded by the second part including the impressions and evaluations at the end of archival search, the effect of war propaganda on the visual content of *L'Illustration* is discussed.

Keywords: France - Media history - World war II - *L'Illustration* - Visual design - Red.

GİRİŞ

Kitle iletişimi için pratik ve ekonomik olmaları sebebiyle sıklıkla tercih edilen süreli medyalar, gazete ve dergiler gibi basılı yayınlarla aktüel konuları kamuoyuyla buluşturma konusunda önemli araçlar olmuşlardır. Bu doğrultuda, teknoloji çağı olarak ifade edebileceğimiz 20.yy öncesinde haber alma konusunda vazgeçilmez olan basılı medyalar, 19.yy başlarından itibaren yaşanan basın odaklı hukuksal gelişmeler eşliğinde iletişim, erişim, görsel tasarım ve içerik konularında ciddi atılımlar gerçekleştirmiştir. “*L'Illustration* Dergisi Çerçevesinde İkinci Dünya Savaşı Dönemi Görsel Medya Anlayışı” adlı bu çalışmada da 19.yy’ın ortalarından II. Dünya Savaşı sonuna kadar olan süreci kapsayan basılı medya konusu, öncü girişimleri içinde barındıran *Fransa* örneği ve aynı ülkede yayınlanan *L'Illustration* dergisi ekseninde ele alınmıştır.¹²

YÖNTEM

Çalışmada Fransız medyasının bahsi geçen süreyle sınırlanan gelişimi, ağırlıklı olarak politik tarihçi *Jean-Noel Jeanneney*’in Türkçe’ye de çevrilen eseri *Medya Tarihi (Une Histoire des Medias - Des Origines a Nos Jours)* üzerinden incelenirken, *L'Illustration* dergisi için bir arşiv taraması gerçekleştirilmiştir. Söz konusu arşiv taraması kapsamında *Yrd. Doç. Dr. Tarık Emre Yıldırım*’a ait olan kütüphanede yer alan *L'Illustration* dergileri, görsel tasarım ve içerik açısından tetkik edilmiştir. Tetkik edilen sayılar sırayla şu şekildedir: *L'Illustration* (1936) 19 Eylül, *L'Illustration* (1939) 21 Ekim, *L'Illustration* (1940) 9 Mart, *L'Illustration* (1940) 25 Mayıs.

¹² “*L'Illustration* Dergisi Çerçevesinde İkinci Dünya Savaşı Dönemi Görsel Medya Anlayışı” adlı bu çalışma, Yıldız Teknik Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü’ne proje olarak sunulacaktır.

FRANSIZ MEDYASI VE L'ILLUSTRATION

Fransız tarihçi *Jean-Noel Jeanneney*, *Medya Tarihi* adlı eserinde ifade ettiği: “Fransa’da gazetelerin gelişimi, yüzyılın hareketli yaşantısına sıkı sıkıya bağlıdır” sözleriyle 1800’lü yılların başından günümüze kadar gelişen ve değişen Fransız medya kültürünü kısaca özetlemiştir (Jeanneney, 1998, 89). 1815’ten 1848’e kadar basınla ilgili çıkarılan 18 yasayla, medya ile ilgili hukuki çerçevenin çizilmesinde önemli rol oynayan Fransızların demokratikleşme çabaları, bugün arşivlerde yer alan gazete ve dergiler üzerinden kolaylıkla okunabilmektedir (Jeanneney, 1998). Bu bağlamda 1843 ve 1944 yılları arasında haftalık olarak yayımlanan bir dergi olan *L’Illustration*’ın yayın çizgisini anlamak adına, öncelikle Fransız medyasının belirtilen dönemde yaşadığı problemleri incelemekte fayda vardır.

Fransa’da Gelişen ve Değişen Basın

Gazete ve dergi gibi süreli yayınlarda *Fransa*’nın farklı dönemlerdeki atılımları, Batılı ülkeler için referans olma özelliği taşımaktadır. Bu bağlamda ülkede siyasi olaylar ekseninde değişim gösteren basın anlayışı, öncelikle gazetelerde kendini hissettirirken, ilerleyen dönemlerde dergiler de bu durumdan etkilenmiştir. Dolayısıyla *Le National* gibi gündemi belirleme konusunda etkili olan yayınları da ilgilendiren üç konu; *ekonomik yaptırımlar*, *sansür uygulamaları* ve *propagandalar* 1800’lü yılları takip eden süreçte Fransız medyasının karşılaştığı belli başlı problemler olarak sıralanabilir.

Söz konusu başlıklardan ekonomik yaptırımlar, *teminat* örneğiyle incelenebilir. *Teminat* uygulaması; yeni kurulacak bir yayın organının, yayın hayatına başlamadan önce ekonomik anlamda bir destek bularak bankaya belirli bir miktar para yatırması esasına dayanmaktadır (Jeanneney, 1998). Günümüzde ticari anlaşmalarda da tercih edilen bu uygulama, Fransız basını için basın özgürlüğü konusunda soru işaretlerinin oluşmasına yol açmıştır. Çünkü uygulamayla hükümet, basın kurumlarının teminatına “gazetenin doğru yoldan ayrılması” halinde el koyma hakkına sahip olmuştur (Jeanneney, 1998, 90). Ancak *Fransa*’da 1800’lü yılların ortalarında uygulanan ve daha sonraları kaldırılan bu yöntemin medya üzerindeki olumsuz etkisi uzun süre tartışılırken, basılı medya sansürleri ve propagandalar, I. Dünya Savaşı öncesinden II. Dünya Savaşı’nın sonuna kadar ülkenin aktüel yayın çizgisini belirleyen asıl etkenler olmuştur.

Sansür uygulamalarının en belirgin örneği 1860’larda kullanılan *uyarı sistemi*’dir. Bu sistemde süreli yayın yapan kurumun 3 tane uyarı alma hakkı vardır (Jeanneney, 1998). İlk uyarıda kuruma somut bir yaptırım uygulanmazken, ikinci uyarıda kurumdan oto-sansür beklenmekte, üçüncü uyarıda ise kurumun yayın hayatına son verilmektedir (Jeanneney, 1998). *Uyarı sistemi* 1867’de terk edilirken, 2 Ocak 1870’de kurulan ve *Orleans Hanedanı* yanlısı muhalefeti

imparatora bağlayan *Emile Olliver* hükümeti, *Fransa*’ya gerçek anlamda bir basın özgürlüğü getirmiştir (Jeanneney, 1998). Ancak ilerleyen zamanlarda I. Dünya Savaşı sırasında, *Fransa*’da “savaş zamanında basının ölçsüzlüklerini durdurmaya yönelik” yasalar oy birliğiyle kabul edilirken, denetim sistemleri de fazla tepkiyle karşılaşmadan yeniden örgütlenmiştir (Jeanneney, 1998, 124). Fransız basını için sansür konusunu yeniden gündeme getiren bu gelişmeleri takip eden süreçte, *Paris*’te Savaş Bakanlığı’na bağlı ve üç birimden oluşan (günlük gazeteler, dergiler, telgraflar) bir basın bürosu kurulmuştur (Jeanneney, 1998). Basın bürosu, şehir sınırları içinde ve taşralarda askeri ve sivil sansürler uygularken, askeri bölge komutanları ve valiler de kendi bölgelerinde basının sınırları aşmamasını gözetlemekle görevlendirilmiştir (Jeanneney, 1998).

Propaganda ise sansür uygulamalarını takiben, özellikle I. ve II. Dünya Savaşları döneminde kendini göstermiştir. Bu konuda *Fransa*’da *Basın ve Enformasyon Bürosu*’nun kurulması, propaganda adına atılan somut adımlardan ilki olarak tanımlanabilir (Jeanneney, 1998). Bu girişimin hemen ardından Ocak 1916’da, Fransız diplomat *Philippe Berthelot*’un öncülüğünde propaganda çabalarını diğer ülkeler üzerine yoğunlaştırmayı amaçlayan ve Başbakanlığa bağlı olan *Basın Evi* kurulmuştur (Jeanneney, 1998). *Basın Evi*’nde toplamda dört birim faaliyet gösterirken bu birimler: “Diplomatik Birim, askeri birim, yabancı basından çeviri ve inceleme birimi ve propaganda servisidir” (Jeanneney, 1998, 132).

I. Dünya Savaşı dönemini kapsayan bu süreçte propaganda, tercih edilen araçlar konusunda yelpazesini sürekli genişletirken, Alman *Nasyonal Sosyalistler* bu konuda Fransızlardan daha fazla uzmanlaşmaya başlamıştır. II. Dünya Savaşı’na geldiğimizde ise propaganda amacıyla mevcut kitle iletişim araçlarının tamamından faydalanan *Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanı, Dr. Joseph Goebbels*: “Gelecekte tarihçiler dördüncü silahı, propagandayı saygıyla anacaklar” ve “yayınlarımız yüzde yüz başarıya ulaşmıştır” gibi ifadeler kullanarak kendi döneminde propagandaya olan bakış açısını özetlemiştir (Jeanneney, 1998, 184).

Ekonomik yaptırımlar, sansür uygulamaları ve propagandalar, Fransa’da 19.yy ve sonrasında medyayı etkileyen başlıca olumsuz çalışmalar olsa da, bireysel girişimlerle birlikte ülkede basın kurumları ve medya anlayışı beklenenin aksine hızla gelişmiştir. Öyle ki *Fransa* kökenli ajanslar sayesinde ulusal ve uluslararası düzeyde haber edinme konusunda önemli ilerlemeler kaydedilmiştir. Bu çerçevede Fransız yazar-çevirmen *Charles Havas*’ın kendi adını taşıyan ve 1835 yılına doğru kurulan ajansı daha sonraları faaliyet gösterecek olan ajanslar için bir model olmuştur (Jeanneney, 1998). Günümüz haber ajansları için referans olan bu modelin temelinde “muhabirler ağı geliştirme” ve “onlardan gelecek haberleri satma fikri” yatarken, *Charles Havas* medya konusunda iki esas üzerinden hareket etmiştir (Jeanneney, 1998, 100). Bunlardan ilki ekonomi ile ilişkili olan

borsa bilgilerini aktarma düşüncesi olurken, diğeri savaş konusunda aktüel olayları basın hizmetine sunma isteğidir (Jeanneney, 1998). Biraz daha detaylandırmak gerekirse; posta güvercinlerinden oluşan bir filo her gün hızla C. Havas’a *Londra Borsası*’nın kurlarını getirirken, savaş muhabirleri de yaşanan çatışmaları aktarmak için çaba göstermiştir (Jeanneney, 1998, 100).

Tekrar süreli yayınlara dönersek, savaş dönemlerinin Fransız basınına olan olumsuz etkilerini sayılar üzerinden okumanın mümkün olduğunu görürüz. Bu kapsamda I. Dünya Savaşı öncesinde *Paris*’teki gazete satıcıları halka 70 farklı gazete sunarken, 1944’de bu sayı 19’a düşmüş, 1945’de ise 26 olmuştur (Jeanneney, 1998). 1953’de ise gazete sayısı 12’ye düşerken öne çıkan süreli yayınlar çoğunlukla dergiler olmuştur (Jeanneney, 1998). *Claude Bourdet*, *Gilles Martinet* ve *Roger Stephanie* tarafından 50’li yıllarda kurulan *France Observateur* (*L’Observateur*), II. Dünya Savaşı sonrasında etki ve tiraj bakımından önemli bir çizgi yakalarken benzer şekilde *L’Express*, aynı adlı gazeteden haftalık bir yayın olarak doğmuş ve kısa sürede özerklik kazanmıştır (Jeanneney, 1998). Bu çalışmanın odak noktası olan *L’Illustration* ise geçmişi daha eskilere dayanan süreli bir yayın olma özelliğini taşımaktadır.

L’Illustration

Politik Gazeteci *Edouard Charton*’ın 1842 yılında gerçekleştirdiği *Londra* ziyareti sonrasında yayın hayatına başlayan *L’Illustration*’ın ilk sayısı, 5 Mart 1843 yılında yayımlanmıştır (Gervais, 2005). Model aldığı *The Illustrated London News*’e benzer şekilde haftalık olarak yayımlanan derginin kuruluş sürecinde, *Edouard Charton*’ın yanı sıra yayıncı *Jean-Baptiste Paulin* ve avukat *Alexandre Dubochet*’de yer alırken, ilk sayılarda siyah-beyaz illüstrasyonlar ve gravürler kullanılmıştır (Gervais, 2005). I. ve II. Dünya Savaşı dönemlerinde tabloid boy ve renkli baskı şeklinde yayınlanan *L’Illustration*, 19.yy Avrupa’sında yayımlanan benzer içerikli dergiler arasında görsel tasarım konusunda öncü adımlar atmıştır. 1944 yılında yayın hayatını sonlandırmadan önce Fransız kökenli dergileri içinde renkli fotoğraflar kullanan ilk süreli yayın unvanını kazanan *L’Illustration*, içerik olarak öncü sayılarında; Fransa sınırları içinde kalan bölgeleri betimleyen gezi yazılarına ve Batı Medeniyetine yönelik düşünsel makalelere yer verirken, ilerleyen dönemlerde Avrupa’yı etkisi altına alan Dünya Savaşları’na odaklanan aktüel konuları içermeye başlamıştır (Gervais, 2005). Yine derginin 1940’lı yılların başlarındaki örneklerinde, dönemin görsel tasarım anlayışını özetleyen illüstrasyon ve fotoğraf birlikteliğine sıkça rastlanırken, kısa hikayelerde kullanılan desen çalışmaları da dergide kendilerine yer bulmuştur.

L’ILLUSTRATION VE GÖRSEL TASARIM

L’Illustration dergisinin II. Dünya Savaşı döneminde (1939-1945) yayımlanan sayılarını daha önceki sayılardan ayıran görsel özelliklerin başında kapak

tasarımında yapılan değişiklikler gelmektedir. Bu çerçevede derginin logosu olma özelliğini de taşıyan kapaktaki dergi başlığı önceleri mavi/turkuaz renklerde, beyaz zemin üzerinde kavisli biçimde, tırnaklı fontlarla yer alırken, savaş döneminde kırmızı zemin üzerinde yine tırnaklı, beyaz renkli fontlarla değiştirilmiştir. Yine dergi kapağında, konu başlıklarında kullanılan fontlar büyürken, kapak fotoğrafı olarak pek çok sayıda savaş temasına yer verilmiştir.



Şekil 1-2-3-4. L'Illustration dergisinin kapaklarından örnekler. Soldan sağa: 1936 Eylül, 1939 Ekim, 1940 Mart, 1940 Mayıs. Fotoğraf: Burak Boyraz. Kaynak: Tarık E. Yıldırım Arşivi.

Derginin iç sayfalarında, savaş döneminde haber niteliği taşıyan metinler belgesel fotoğraflarla desteklenirken, reklam ilanları için iki görsel yöntemin tercih edildiği ifade edilebilir. Bu yöntemler, tipografik ilanlar ve illüstrasyonlu ilanlar olarak gruplandırılabilir. Tipografik ilanlarda, tüketim ürünlerine ait ilan metinleri (reklam sloganları) için özgün tipografi tasarımlarına yer verilirken, dönemin reklam anlayışı dahilinde “vurgu” yapmak amacıyla bu tasarımlar büyüklük – küçüklük olarak ilan kutucukları içinde yer almıştır. Hedef kitleye verilmek istenilen mesajın önemine göre boyutları belirlenen ilan tasarımlarında, beyaz zemin üzerinde siyah font kullanıldığı gibi siyah zemin üzerinde beyaz fontlar da yer yer tercih edilmiştir.

Tipografik tasarımların dışında kalan illüstrasyonlu ilanlarda ise “sözel olmayan iletişim öğelerine” yer verilmiştir (İpek, 2003, 69). Görsel sembollerin, eylemlerin ve obje dilinin tercih edildiği bu tür ilanlarda çoğunlukla figüratif öğeler kullanılmıştır (İpek, 2003). Ancak figür ağırlıklı bu ilanlarda, *Mart* 1940 sayısında yer verilen *Gillette* ilanında olduğu gibi militarist göndermelere rastlamak mümkündür. Özellikle hedef kitlesi erkekler olan kişisel bakım ürünlerinde, sembolize edilmiş askerler derginin 1940’lı yıllardaki sayılarında pek çok ilanda görülebilir.¹³

Propaganda ile ilişkilendirilebilecek bu durum, aynı dönemlerde *Fransa* dışında kalan ülkelerde de gözlemlenebilir. Çünkü I. Dünya Savaşı döneminde kamu üzerinde oldukça etkili olan propaganda materyallerinde kullanılan görsel üslup ve hitabet, II. Dünya Savaşı döneminde çeşitli tüketim malzemelerine yönelik ilan ve reklamlarda da kendini göstermiştir.¹⁴ Bu kapsamda, 1930’lu yıllarda uluslararası alanda faaliyet vermeye başlayan ve sayıları hızla artan küresel reklam ajansları, propagandavari yöntemler geliştirerek hedef kitlelerin geri bildirim sürecini hızlandırmaya çalışmışlardır. Bu yöntemlerin çoğunda ürünün kamu tarafından benimsenmesini sağlamak adına vatan sevgisi, milliyetçilik, özgürlük ve bağımsızlık olguları ön plana çıkarılmıştır. Dolayısıyla bayrakların, askerlerin ve ülkelerin kendilerine ait sembollerinin öne çıktığı propaganda destekli reklamlar, Avrupa ve Birleşik Devletler’de II. Dünya Savaşı döneminde pek çok süreli yayında yer almıştır. Sonuç olarak; I. Dünya Savaşı döneminde geri bildirim sürecini hızlandırmak amacıyla görsel iletişim / görsel tasarım üzerine yapılan kamu odaklı çalışmaların ve II. Dünya Savaşı’nda rekabet haline gelen görsel içerikli propaganda uygulamalarının süreli yayınlardaki tasarımları etkilediği öne sürülebilir¹⁵. Bu çalışma dahilinde, *Fransa*’da *L’Illustration* örneği üzerinde görülen bu etki, aynı dönemlerde propaganda temalı olarak farklı dillerde de yayımlanan; Alman *Der Adler* ve *L’Illustration* ile benzer görsel çizgiyi takip eden *Realite* gibi pek çok dergide de gözlemlenebilir.

¹³Mizampaj konusunda sütun sistemini tercih eden 1940’lı yılların *L’Illustration* dergileri, günümüz süreli yayınlarında olduğu gibi reklam ilanlarında tek sayfa, yarım sayfa ve çoklu ilan seçenekleriyle ürün tanıtımlarını gerçekleştirmiştir.

¹⁴ Propaganda materyalleri; posterler, broşürler, el kitapçıkları vb.

¹⁵I. ve II. Dünya Savaşı dönemlerinde kullanılan askeri propaganda afişleri ile ilgili bilgi için Bkz. Boyraz, B. (2014). *Pop-Art: Savaş Dönemi Propaganda Posterlerinin Öncülüğünde Tüketim Toplamlarının Oluşum Süreci (Araştırma Notları)*. (ed. Ali Cantürk). İstanbul: Ofis 2005 Yayınevi.



Şekil 5-6-7-8. L'Illustration dergisi, İç sayfalardan reklam ilanları örnekleri. Soldan sağa: 1940 Mart, 1939 Ekim, 1940 Mart, 1940 Mayıs. Fotoğraf: Burak Boyraz. Kaynak: Tarık E. Yıldırım Arşivi.



Şekil 9-10. Der Adler ve Realite dergileri, kapaklar. Soldan sağa: Ocak 1942, Eylül 1944. Fotoğraf: Ahmet Dolunay. Kaynak: Tarık E. Yıldırım Arşivi.

SONUÇ

II. Dünya Savaşı döneminde, Avrupa’da süreli yayınlardaki görsel tasarım anlayışı sansür ve propagandadan önemli ölçüde etkilenmiştir. Sansür uygulamaları II. Dünya Savaşı’nda süreli yayınların temalarını etkilerken, propaganda yarışı ve propagandanın bir güç gösterisi olarak algılanması konusu, önceki bölümlerde de belirtildiği gibi mevcut yönetimleri propaganda amacıyla iletişim ile ilgili olan her türlü aracın geliştirilmesine ve yaygınlaşmasına yönelik politikalar izlemeye yönlendirmiştir. Bu bağlamda kitle hareketlerini yönlendirme konusunda başarılı olan medyaya olan ihtiyaç ve savaşın gereklilikleri, iletişim tasarımının gelişmesine dolaylı yoldan yardımcı olmuştur.

Basılı ve süreli yayınların dışında, diğer kitle iletişim araçlarında da gözlemlenebilecek olan bu konu, savaş döneminde her evin vazgeçilmezi olan radyolarla örneklendirilebilir. *Batı Fransa*’da, Ocak 1941’de saat 15.00 – 16.00 arası sokakları boşaltma hareketi, radyolar sayesinde başarı kazanmıştır (Jeanneney, 1998). Hemen ardından Mart-Nisan 1941’den itibaren “V” (Fransızca Zafer) kampanyası da radyolar aracılığıyla kamuoyuna duyurulmuştur (Jeanneney, 1998). Ancak süreli yayınların, II. Dünya Savaşı döneminde istihbarat amacıyla da faydalanılan radyolar karşısında tarihi belge olma konusunda, içerdikleri yazılı ve görsel belgeler eşliğinde bir adım önde durduğu belirtilebilir. Bu çalışmada arşiv taraması yöntemiyle incelenen II. Dünya Savaşı dönemi *L’Illustration* dergileri de içerikleriyle olduğu kadar dönemin görsel tasarım anlayışını yansıtan çizgileriyle de sembolik bir değer taşımaktadır. Çünkü derginin foto-magazin ilkesi ekseninde geliştirdiği görsel ağırlıklı magazin anlayışı sayesinde II. Dünya Savaşı ile ilgili önemli bir foto-arşiv oluşmuştur.

Bu bilgilerin ışığında son olarak şunu da belirtmek gerekir ki; II. Dünya Savaşı’na katılan ülkeler, savaş döneminde milli çıkarlar doğrultusunda değişken iletişim politikaları izlemişlerdir. Ancak “hedef kitlelerle çok yönlü ve sürekli iletişim” her zaman her ülkenin vazgeçilmez politikası olmuştur. Günümüzde de değişmeyen bu politika, dijitalleşen medya aracılığıyla; internet, portallar ve sosyal paylaşım sitelerinden yoğun bir şekilde faydalanmaktadır.

Süreli yayınlar da bu duruma ayak uydurarak, çağımızın en etkili propaganda araçlarından biri olan internet ortamına dahil olmuş, kamu erişimi ve belgeleme adına masaüstü yayıncılık yeni bir ivme kazanmıştır. Bu çerçevede görsel medya konusunda; görsel tasarım, mesaj tasarımı ve bilgi yönetimini bir arada düşünmek gerekir. Çünkü *Banu İnanc Uyan*’ın da belirttiği gibi; “kapsamlı ve iyi yönetimli web siteleri olan portallar, bilgi kaynaklarını sınıflandırarak, kullanıcıların düzenli bir yoldan bilgiye kolay ve hızlı ulaşabilmelerini sağlar” (Uyan, 2008, 200). Bu eksende düşünüldüğünde, kamuya cazip gelen “hız ve pratik kullanım” konularını yukarıda belirtilen ifadeler dahilinde ele almanın çağın medya anlayışında başarıya ulaşmada yardımcı olabileceği söylenebilir.

KAYNAKLAR

Metinler

GERVAIS, T. (2005). Imaging The World, L’Illustration: The Birth of The French Illustrated Press and The Introduction of Photojournalism in The Mid-19th Century. *Medicographia*. 27(1), 97-106.

İPEK, İ. (2003). Bilgisayarlar, Görsel Tasarım ve Görsel Öğrenme Stratejileri. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*. 2(3), 68-76.

JEANNENEY, J. N. (1998). Medya Tarihi / Başlangıcından Günümüze. Çev. Esra Atuk. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. (Eserin orijinal adı: Une Histoire des Medias - Des Origines a Nos Jours).

UYAN, B. İ. (2008). İnternet Portallarının Grafik Tasarım Açısından İncelenmesi. *Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat ve Tasarım Dergisi*. 2, Aralık, 179-202.

Arşiv

L’Illustration (1936) 19 Eylül.

L’Illustration (1939) 21 Ekim.

L’Illustration (1940) 9 Mart.

L’Illustration (1940) 25 Mayıs.

Der Adler (1942) 13 Ocak.

Realite (1944) 15 Eylül.

ÖĞRENCİLERİN ÇİZGİ FİMLERE VE “ANİMASYON DESTEKLİ GENEL MÜZİK ÖĞRETİM YÖNTEMİ”NE YÖNELİK GÖRÜŞLERİ

Ayça AVCI

Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Müzik Öğretmenliği Bölümü

arges-89@hotmail.com

ÖZET

Teknolojik araç ve gereçlerin yavaş yavaş eğitim ve öğretimin hizmetine sunulmuş olduğuna her geçen gün tanıklık etmekteyiz. Bu hizmetin yelpazesine bir katkıda bulunmak adına, multimedya eğitim çerçevesi içine giren “Animasyon Destekli Genel Müzik Öğretimi Yöntemi” oluşturulmuştur. “Yöntemin içinde yer alacak çizgi filmlerin, eğitici olmasının yanında, çocuklar tarafından da ilginç bulunabilmesi ve daha çok izlenebilmesi için hangi tür çizgi filmin özelliklerini (komedi, macera, olağanüstülük...v.b.) taşımalı?” sorusuna yanıt aramak üzere, 13’ü kolejde, 21’i de Devlet okulunda öğrenim gören katılımcı öğrencilere, “yarı yapılandırılmış öğrenci görüşme formu” nda yer alan 6 açık uçlu soru yöneltilmiştir. Cevaplar kayıt cihazıyla kaydedilmiş ve sonra değerlendirilmek üzere kağıda dökülmüştür. Cevaplar incelendiğinde öğrencilerin genelde komedi, aksiyon, macera, olağanüstü, esrarengiz olayların ve çözüm bekleyen soruların olduğu, aynı zamanda eğlendiren çizgi filmlerden hoşlandıkları ve ilgi çekici buldukları belirlenmiştir. Bu doğrultuda da, hikâye içinde müzik öğretimi amaçlayan yeni öğretim yönteminin, yukarıda adı geçen tür özelliklerini barındırması ile çocuklar tarafından ilgiyle izleneceği ve salt didaktiklikle öğretimi planlayan çizgi filmlerden daha etkili olacağı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Animasyon, çizgi film, müzik öğretimi

ABSTRACT

We are observing that technological instruments are being dedicated to education little by little. In order to contribute this process, “Animation Supported General Music Teaching Method” was created. This method includes educational cartoons. “Which kind of cartoons features (comedy, adventure,...) should be found in the cartoons to be found attractive and watched by children mostly? To look for answer for this question, “semi structured students interview form” was prepared and used. This form includes six open-ended questions. These questions were asked thirteen participant students who receive education in the colleges and

twenty one participant students who receive education in the public schools. Answers were recorded to recorder. Then these answers were put down on paper. When answers were analyzed, it could be see that students like watching cartoons which include comic, adventure, wondrousness, mysterious events and questions that expect solutions. In addition, students like watching funny cartoons. For these reasons, it can be said that if this new method's cartoons include these cartoons' features, these cartoons can be found attractive by students. It is thought that these cartoons can be more effective than other cartoons that include only didactical elements.

Keywords: Animation, cartoon, music teaching.

GİRİŞ

Günümüz medyasında, gün geçtikçe sayısı artan ve çocukların ilgisini çeken birçok çizgi film yer almaktadır. Bu çizgi filmlerin, çocukların yaşamlarında büyük bir yer kapladığı da bilinen bir gerçektir. Öyle ki, bir dönemler çocuklar arasında moda olan çizgi film “Pokemonlar” daki, olağanüstü yetenekli uçan kahramanları kendine örnek alan bir çocuğun kendini balkondan aşağı bırakması, medyanın gündeminde yer almış ve böylelikle bu çizgi film yasaklanmıştı.(*). Çocukların izlediklerinden etkilenmeleri üzerine gerçekleştirilen bir çalışmadaki şu ifadeyle bu durumdan açıkça bahsedilmektedir: “Çocuk bunlara o kadar inanmaktadır ki, televizyonda gördüklerini gerçek yaşamda uygulamaya kalkan ve bu davranışlarından dolayı yaralanan ya da hayatını kaybeden çocukları konu alan bazı gazete haberleri durumun vahametini göstermektedir.” (Yazıcı, 2011, s. 58) Pokemeon örneğinden de anlaşılacağı gibi çizgi filmler ve kahramanları, çocuklar için model teşkil etmektedir. Bu sebeple de, içerikleri hazırlanırken son derece hassas davranılması gerekmektedir.

Çizgi filmlerin olumsuz yönde etkileri yanında olumlu açıdan da getirileri olduğu unutulmamalıdır. Bu noktada animasyonun-çizgi filmlerinin eğitim sürecinde kullanılmasını örnek olarak verebiliriz. “Çizgi film ve animasyon gibi görsel dallar çocukların ilgisini kolaylıkla çekebilmekte ve eğlendirmenin yanı sıra eğitime görevini de kendi iç yapısında bulundurmaktadır. Çizgi filmler çocukların hayal dünyasını geliştirebileceğinden öğretim sürecini çocukların daha keyif alabileceği bir sürece dönüştürerek öğrenme isteğinin artmasında katkı sağladığı konusunda bazı araştırmalara rastlanmaktadır. (Aşçı'dan aktaran Ayvacı vd., 2012, s.183) Çocukların hayatlarının merkezinde yer alan medya araçlarıyla sergilenen çizgi filmlerin, bu noktada eğitimde kullanılması yerinde bir davranış olmaktadır ki, günümüzde, çocuklara bir takım konuları öğretmek amaçlı hazırlanmış “eğitici animasyonlar” zaten varlığını sürdürmektedir. Örneğin, “Wolfgang Amadeus Mozart'ın (**) yaşamı, Alexander Graham Bell ya da diğer

önemli isimlerin insanlığa katkıları (***), her hangi bir fizik kanunu, organların nasıl çalıştığı gibi konuları ele alan animasyonlar ile çocukların sıkılmadan ve kalıcı öğrenmeleri hedeflenmektedir.

Araştırmanın kapsamında yer alan, “çocukların hangi çizgi filmleri izlemeyi tercih ettikleri” konusunda elde edilen verilerle, öğrencilerin medyada genelde ne tür çizgi filmleri izledikleri belirlenecektir. Sonuçta da var ise genel bir eğilim, bu ortaya konulacaktır. Bu konuya yakın bir çalışma 2012 yılında yayınlanan, “Çocukların Çizgi Film Tercihleri Üzerine Betimsel Bir Araştırma” adlı çalışmada, okul öncesi dönemdeki çocukların hangi çizgi filmleri izledikleri, neden sevdikleri ve izledikleri ortaya konulmuştur. Bu çalışma hem okul öncesi dönemdeki öğrencilerle yapılmasından hem de müzik ile ilgili bir içeriğe sahip olmamasından ötürü yapılan şimdiki araştırmanın kapsamından ayrılmaktadır. Sadece metodolojik benzerlikleri bulunmaktadır. (Işıtan vd., 2012) (Veri toplarken açık uçlu soruların kullanılması ve verilerin frekans-yüzde olarak sunulması)

Araştırmada yer yer bahsi geçecek olan yeni metot fikriyle (Animasyon Destekli Genel Müzik Öğretim Metodu) müzik öğretiminin gerçekleşmesi hedeflendiği için, bu çalışmada animasyonlar ve çizgi filmler ile müzik eğitiminin gerçekleşmesi üzerine katılımcı öğrencilerle görüşmeler yapılmıştır. Bu içeriğe yakın olarak daha önce yapılan bir başka araştırma, “Çizgi Filmlerin Çocuk Müzik Eğitimi Açısından Değerlendirilmesi” adlı bir bildiriyle sunulmuştur. (Ergöz, 2006)

*Habere bu linkten ulaşabilirsiniz: <http://www.porttakal.com/ahaber-bir-pokemon-dehseti>

**Görüntülere bu linkten

ulaşabilirsiniz: <https://www.youtube.com/watch?v=2LwrEdXQgLE&list=PLC>

***Görüntülere bu linkten ulaşabilirsiniz: [https://www.youtube.com/watch?="](https://www.youtube.com/watch?=)

Bu çalışma kapsamında, çocuklara konu öğretimi açısından çizgi filmlerinin kullanılmasının ne derece önemli olduğu üzerine fikirler yer almaktadır. Bu fikirleri desteklemek üzere de, bazı ideolojik amaçlar için yayınlanan çizgi filmlerin isimleri araştırmanın içeriğinde sunulmuştur. Konu geçen araştırmayı, şimdiki çalışmadan ayıran ise, şimdiki araştırmanın içeriğinde de her ne kadar müzik öğretiminde çizgi filmlerin kullanılmasının önemi belirtilmiş olsa da, asıl amaç çocukların medyada hangi çizgi filmleri izlediklerinin ve yeni müzik öğretimi metodundaki çizgi filmlere yönelik görüşlerinin ortaya çıkarılmasıdır.

Medya araçlarından söz edildiği üzere bilinmektedir ki düşünülen yeni metot “teknoloji destekli” bir eğitimi içermektedir. Bu konuya yönelik, “Teknolojik Destekli Çağdaş Müzik Eğitimi” (Levendoğlu, 2004) adlı araştırma kapsamında da teknolojik destekli müzik eğitiminin öneminden, bu eğitim türünde

kullanılan programlar-yazılımlardan, bu eğitim türünün müzik öğretmeni adayları için ne derece önemli olduğundan söz edilmiştir. Müzik öğretmeni adaylarının kullanabilecekleri müzik eğitimi program-yazılımların neler olduğunu bu çalışma içerisinde yer almıştır. Yapılan şimdiki araştırmada her ne kadar teknoloji destekli eğitimden söz edildiği için benzer bir içerik gibi görünse de, bahsi geçen çalışmadan ayrılan özelliği, var olan müzik eğitimi programlarının değil yeni bir müzik eğitimi metodunun ve kapsamının sunuluyor olmasıdır.

Medya araçları ile öğretim yapılması üzerine, H. Bülbül’ün yapmış olduğu “Öğretim amaçlı bilgisayar yazılımlarında ekran tasarımı” adlı bir çalışma ile öğretim amaçlı kullanılacak bilgisayar tabanlı araçların ekran tasarımlarının öğretime olan etkisinden söz etmiştir. Diğer bir çalışma alanı da “bilgisayar destekli eğitim”dir. Bu konu üzerinde epey çalışma yapılmıştır. F. Odabaşı tarafından yararları, sınırlılıkları, nasıl oluştuğu gibi çerçeveleriyle bilgisayar destekli eğitim işlenmiştir. Ayrıca Allesi, Stephen M., Stanley Trollip adlı araştırmacılar tarafından hazırlanan “Computer based instruction” adlı kitap ve N.J. Rushby tarafından yazılan “Computer Assisted Learning” adlı makalelerde de bu konu ele alınmıştır. Böylece görülmektedir ki medya araçlarının eğitimdeki yeri üzerine birçok çalışma yapılmıştır ve bundan sonra da yapılacağı düşünülmektedir. Ancak şimdiki araştırma, genel hatlarıyla sadece bilgisayar tabanlı eğitimin üzerinde değil, bilgisayar ve diğer medya araçlarıyla yapılacak olan müzik eğitimi konu edinmiştir.

Medya, medyanın çocuklarla ilişkisi, medyanın çocuklar üzerine etkileri, medyadaki eğitici materyaller üzerine bugüne kadar birçok çalışma yapılmıştır. Bunlardan biri Çocuk Vakfı’nın kurucusu olan Mustafa Ruhi ŞİRİN tarafından hazırlanan “Çocuk Hakları ve Medya” kitabıdır (Şirin, 2011). Kitabın içeriğinde medyada yer alan programların çocuklar üzerindeki etkilerinde, medyadaki çocuk haklarının istismarından, çocuğun medya ile olan etkileşimden ve bunlara benzeyen konulardan söz eden yazılar yer almaktadır. Bu kitabın yanında birçok örnek çalışma bulunabilir. Ancak, henüz medyada yer alıp sadece içeriği müzik ve sonrasında güzel sanatların her dalını kapsayacak şekilde hiçbir animasyon yapımının girişimi veya bu konuyu içeren bir çalışma olmadığı görülmüştür. Her ne kadar bazı çizgi filmlerin içeriğinde müziğe dair konular işlenilse de, salt müzik ve müzik öğretimi temelli bir çıkış noktasıyla bu metottaki gibi hikâye içinde anlatım yapan hiçbir çizgi film yapılmamıştır. Müzik eğitimindeki bu açıklığın kapatılması umut edilerek, yeni bir metot ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Yukarıdaki paragraflarda yazılanları toplamak gerekirse, her yaştan öğrencinin artık ulaşmada sorun yaşamadığı medya araçlarını kullanarak, eğitsel içerikli animasyonların eşliğinde, formal ya da informal eğitimde gerçekleştirilen müzik derslerine destek materyal sağlanabileceği düşünülmektedir. Anlamlı bir öğretim yapılabilmesi için de, çizgi filmlerden oluşan ve böylece çocuğun birden çok duyusuna hitap ederek gerçekleştirilecek bir metot tasarlanılmıştır.

Çalışmanın da amacı, öğrencilerin, medyadaki hangi çizgi filmleri izlemeyi tercih ettiklerinin, bu çizgi filmleri neden izledikleri ve sevdiklerinin, izlediği çizgi filmlerin arasında müzikle ilgili çizgi filmlerin olup olmadığının ortaya çıkarılıp, yeni oluşacak bu metot (Animasyon Destekli Genel Müzik Öğretim Yöntemi) ile tanışmaları ve bu metottaki çizgi filmlerden ne gibi beklentilerinin olacağının açığa çıkarılmasının sağlanmasıdır.

TANIMLAR

Animasyon Destekli Genel Müzik Öğretimi Metodu

Günümüzde, animasyonlar, yediden yetmişe herkes tarafından ilginç, dikkat çekici, renkli bulunduğundan ötürü, birçok sektörde kullanılmaktadır. Özellikle giderek artan bir şekilde animasyonlu reklamlar medyada yer almaktadır.

Bu metot tasarlanırken de, animasyonun bu çekici özelliği göz önüne alınmış ve bu sebeple de metodun merkezi haline getirilmiştir.

Metot, animasyonlardaki hikâyeler aracılığı ile öğrencilere müzik derslerinin öğretilmesini kapsamaktadır. Amaç, müzik dersinin içeriğinde soyut kavramların, animasyonlardaki görsel efektler ile somut hale getirilmesi ve böylelikle öğrencilerin öğrenmesinin kolaylaştırılmasıdır. Çünkü daha önce de bahsedildiği gibi, öğrenme sürecinde birçok uyarının kullanılmasıyla, öğrenme daha kalıcı bir hal almakta ve anlamlı öğrenme gerçekleşmektedir.

Bu metot, hem derslerde kullanılacak bir materyal olarak hem de televizyonda yayınlanacak bir çizgi film olarak sunulacaktır. Çünkü özellikle ülkemizdeki okulların çoğunda, genel gözlemler dâhilinde, öğrencilerin gerekli olan müzik donanımını edinemedikleri görülmektedir. Daha önce öğretmenler ile yapılan araştırmada saptananlara göre, bu durum çoğunlukla okullardaki müzik materyallerinin eksikliğinden kaynaklanmaktadır. Bu eksikliğin giderilmesi ve çocukları şiddet içeren bazı çizgi filmler yerine sanat içerikli bir çizgi filmle tanıştırmak için, bu metodun, uygun senaryolar eşliğinde televizyonda yayınlanması hedeflenilmektedir. Böylelikle materyal eksikliği olan okullardaki öğretmenlerin derslerine, TV’de yayınlanan bu çizgi film ile uzaktan da olsa materyal kazandırılmış olunur.

Metodun kazanımlarını belirtmek gerekirse,

- 1) Dersin içeriği, sadece bir öğretmen ve bir kitap ile değil, animasyonların renkliliği içerisinde sunulacaktır.

- 2) Müzik dersindeki tüm soyut kavramlar animasyonlarla somut hale getirilerek canlandırılabilir ve böylelikle görsel algıya hitapla öğrenme anlamlı ve kalıcı hale gelir.
- 3) Konular çocuklara zorlayıcı olmadan, eğlenceli bir atmosfer içerisinde sunulur.
- 4) Öğrenciler, öğrendikleri bilgileri, animasyonun bazı yerlerde yönlendirmesi ile normal hayatta da kullanmaya başlarlar. Örneğin, yüksek sesle konuşan birine, animasyon karakteri, “lütfen biraz piyano konuşur musun?” dediğinde, diğer animasyon karakteri de alçak sesle konuşmaya başlar ve böylelikle animasyonu izleyen öğrenci “piyano” teriminin müzik dilinde alçak ses anlamına geldiğini anlayacaktır.
- 5) Sempatik ve şirin animasyon karakterleri sayesinde, müzik derslerinde öğrencilerin ilgisi ve dikkati dinamik tutulacaktır.
- 6) Animasyon karakterleri sayesinde öğrencilerin dünyasına daha kolay erişilecektir.
- 7) Animasyonda görsel ve işitsel uyaranların birlikte verilmesi ile öğrenme kalıcı hale getirilecektir.
- 8) Animasyon karakterinin yönelteceği sorularla, öğrenci yaratıcı düşünmeye teşvik edilecektir.
- 9) Animasyonlarda yer alacak komik sahneler sayesinde, öğrenciler öğrenirken eğlenmesi sağlanacak ve derse olan ilgi arttırılacaktır.

Bugüne kadar her ne kadar çizgi filmlerde müzik ile ilgili içeriklere yer verildiyse de, bu şekilde metodolojik olarak yani bir kitap gibi sırayla konu öğretimi yapılan hiçbir metot bulunmamaktadır. Ayrıca metodun içeriğinde, animasyonlar eşlik edecek bir kitap da yer alacaktır. Müzik derslerinde kullanılacak metodun taslağı bundan ibarettir.

Televizyonda yayınlanacak olan bu animasyonlarda da, aynı mantık yer alacaktır. Yeri geldiğinde müzik öğretmenleri “Çocuklar Pazar günü saat 18.00’de çizgi filmi gösterilecek. Gelecek ders işleyeceğimiz konu anlatılacak. Herkes izlesin. Sınıfta üzerine konuşacağız.” diyerek dersine uzaktan da olsa ek materyal kazanmış olur.

Buna ek olarak, artık yavaş yavaş her okulda yer alan akıllı tahtalarda kullanılacak bir uygulama haline getirilerek de bu metot kullanılabilir.

Bunun dışında, gelecekte bu metodun oyun haline getirilmesi de düşünülmektedir. Öncede belirtildiği gibi, müzikteki soyut kavramlar, animasyon

tabanlı simülatorlerde oyun olarak öğrencilere oynatılabilir. Böylece kavramları yaşayarak öğrenmeleri sağlanabilir. Ancak bu oyunlar bir öğretmen kontrolünde oynatılmalıdır Aksi halde öğrencilerde bağımlılığa yol açabilir. Böylelikle günümüzde en çok yaşanan durum olan, çocukların asosyalleşmesine sebep olunabilir.

E.Dale'nin öğrenme modeline göre düşünüldüğünde, bu metot kapsamında yer alan süreçler, hem göze hem kulağa hitap edip, öğrencinin gördüğü ve duyduklarını uygulama şansı yaratmasından ötürü, öğrencinin öğrenmesine yaklaşık olarak %90 yardımcı olacağı düşünülmektedir. Özellikle öğretim modelinin, son olarak bahsedilen simülatorler ile oyun olarak sunulmasının, müzik dersinin soyut içeriğinin öğrencilere daha iyi özümsetilmesinde yararlı olacağı ön görülmektedir.

Bu yeni metot, daha önceden “Animasyon destekli piyano öğretim metodu” olarak hazırlanmaya başlanılmış. Ancak daha sonra metodun genel müzik eğitimini de kapsayacağı belirlenmiştir. Çalışma 2011'den beri sürmektedir.

YÖNTEM

Yapılan araştırma “Betimsel Araştırma”dır. Çocukların, izlediği çizgi filmlerin hangileri olduğu belirlenip izledikleri çizgi filmler arasında müzikle ilgili olanları su yüzüne çıkarmak ilk hedeftir. İkinci hedef ise müzik ile ilgili çizgi filmlerden farklı bir bakış açısına sahip olan “Animasyon Destekli Genel Müzik Öğretim Metodu” ile öğrencileri tanıştırp, bu metotta kullanılacak olan çizgi filmlerin yapısı üzerine görüşlerini elde etmektir.

Araştırma, katılımcı öğrencilere “yarı yapılandırılmış görüşme formu”nda yer alan soruları yönelterek ve öğrencilerden gelen cevapları bir kayıt cihazına kaydederek yapılmaktadır. Daha sonra kayıtlar, teker teker dinlenerek yazıya dökülmüştür. Ardından araştırmanın alt problemleri olan:

- 1- Öğrencilerin en çok izledikleri çizgi filmler hangileridir?
- 2- Öğrencilerin çizgi filmleri izleme nedenleri nelerdir?
- 3- Müziği öğreten çizgi film/ler bulunmakta mıdır?
- 4- Öğrencilerin “Animasyon Destekli Genel Müzik Öğretim” metoduna yönelik fikri nedir?
- 5- Öğrencilerin bu yeni metotta yer alan çizgi filmlerden içerik olarak beklentileri nelerdir?

sorularına cevap bulmak üzere, katılımcı öğrencilerin yanıtları teker teker incelenmiştir.

Çalışmada yer alan katılımcı öğrenciler için “Amaçlı Örneklem Seçimi” yapılmıştır. İlk görüşmeler, kolejde öğrenim gören 13 öğrenci ile yapılmıştır. İkinci görüşme grubunu da, Devlet’e ait bir ilkokulda okuyan 3 öğrenci oluşturmaktadır. Bu ilkokulda görüşme yapılan öğrenciler seçilirken, görüşme için uygun vakti olan (öğretmeni tarafından ders saati verilerek boş bırakılan) öğrenciler tercih edilmiştir. Üçüncü gruptaki öğrenciler ise yine Devlet’e ait bir ortaokuldan seçilen toplam 18 öğrencidir. Ortaokul 5. sınıftan toplam 12, 6. sınıftan da 6 öğrenci ile görüşme yapılmıştır. Burada da tıpkı ilkokulda olduğu gibi öğretmenleri tarafından boş bırakılan öğrenciler ile görüşme yapılmıştır. Toplamda da 34 öğrenci ile görüşme yapılmıştır.

Araştırmada görüşme tekniğinden yararlanıldığı için, daha fazla öğrenciyle yapılması zaman sorunundan ötürü mümkün olmamıştır. Bunun yanında da, Devlet okulunda öğrenim gören hem ilkokul hem de ortaokul öğrencileriyle görüşme fırsatı yakalanabilmesine karşın, kolejde öğrenim gören öğrenci kategorisinden sadece ilkokulda olan öğrencilerle görüşme yapılabilmektedir. Bu durumun da iki sebebi bulunmaktadır. Birincisi, ortaokuldaki öğrencilerin ders ve okula giriş-çıkış saatleriyle uyumsuzluk, ikincisi de saat uyumsuzluğunun telafisi olarak öğretmenlerinden ders saati içerisinde izin istenildiğinde kabul edilmemesidir. Bu da çalışmanın sınırlılığıdır.

Bunun yanında kolejde öğrenim gören ilkokul öğrencileriyle görüşme yapılabilmesinin sebebi de, araştırmacının kendi özel öğrencileri arasında ilkokul kademesinde olup kolejde öğrenim görenlerin bulunmasıdır.

Araştırma kapsamında kullanılan materyallerden biri, görüşmeleri kayıt etmek için kullanılan bir kayıt cihazıdır, diğer ise “yarı yapılandırılmış” olarak hazırlanan soruların yer aldığı bir “yarı yapılandırılmış görüşme formu”dur (Bkz. Ek 1). Yarı yapılandırılmış görüşme formu toplamda altı (6) sorudan oluşmaktadır. Görüşme sırasında gerektiğinde araştırmacı bazı ek sorular da yöneltmiştir.

Araştırma sonunda, öğrencilerden gelen cevaplar üzerine, çocukların hangi çizgi filmleri daha çok izledikleri ve yeni metodu nasıl bulduklarına yönelik cevaplarının frekansları belirlenmiştir. Bu değerler neticesinde, gerekli yorumlar yapılmıştır.

Araştırma içeriğinde, özellikle bulguların sunulması sırasında, bazı ifadelerin uzun uzun yazılmasının önlenmesi için bazı kısaltmalara ihtiyaç duyulmuştur. Bunlar aşağıdaki gibidir:

KK: Kolejden Katılımcı

DOK: Devlet Okulundan Katılımcı

DOKİÖ: Devlet Okulundan Katılımcı İlkokul Öğrencisi

DOKOÖ: Devlet Okulundan Katılımcı Ortaokul Öğrencisi

DOKOÖ 5: Devlet Okulundan Katılımcı Ortaokul 5. Sınıf Öğrencisi

DOKOÖ 6: Devlet Okulundan Katılımcı Ortaokul 6. Sınıf Öğrencisi

BULGULAR

Araştırma sürecinde elde edilen bulgular, araştırmanın ortaya çıkarmayı amaçladığı aşamalara göre sıralanmıştır. Bu aşamaların soru-cevap halinde sunulmasının daha açıklayıcı olduğu düşünüldüğünden, araştırmanın alt problemleri aşağıda belirtilmiş ve bulgular da bu alt problemlerin çözümü halinde sunulmuştur.

Alt problemler:

- 1- Öğrencilerin en çok izledikleri çizgi filmler hangileridir?
- 2- Öğrencilerin çizgi filmleri izleme nedenleri nelerdir?
- 3- Müziği öğreten çizgi film’ler bulunmakta mıdır?
- 4- Öğrencilerin “Animasyon Destekli Genel Müzik Öğretim Yöntemi” ne yönelik fikri nedir?
- 5- Öğrencilerin bu yeni yöntemde yer alan çizgi filmlerden içerik olarak beklentileri nelerdir?

Yukarıdaki alt problemlerin cevapları aşağıda tablolar eşliğinde sunulmuştur.

- 1- Öğrencilerin en çok izledikleri çizgi filmler hangileridir?

Öğrencilerin bu soruya verdikleri cevaplar hem oldukça fazla hem de birbirinden farklıdır. Bu cevaplar, öğrencilerin eğitim gördükleri kurum (Kolejde öğrenim görenler ve devlet okulunda öğrenim görenler olarak iki kategoriye ayrılmıştır.) ve sınıf farkları göz önünde tutularak düzenlenmiştir.

Tablo 1. Kolejde öğrenim gören ilkokul öğrencilerinin izledikleri çizgi filmler ve frekansları

Çizgi Filmlerin İsimleri	Frekansları (n)
Fineas ve Förb	3
Sünger Bob	2
My Little Pony	2
Canım Kardeşim	1
Nane ve Limon	1
Scooby Doo	1
Kung Foot	1
Tarzan	1
Tom ve Jerry	1
Arthur	1
Spiderman	1
Barni ve Arkadaşları	1
Johnny Test	1
Mariposa	1
Şirinler	1
Garfield	1
Daltonlar	1
Oscar Çöllerde	1

*Çocuklar bu soruya birden fazla çizgi film ismi söylemiştir.

Tablo 1’de, araştırmanın “metodoloji” bölümünde sayıları belirtilmiş olan, toplamda 13 öğrenciden oluşan katılımcı kolej öğrencilerinin “Fineas ve Förb (n=3)” ile 3 öğrencinin bu çizgi filmi tercih ettiği görülmektedir. Bu çizgi filmi

takiben de “Sünger Bob ($n=2$)” ve “My Little Poly ($n=2$)”, diğer çizgi filmlere göre, bu kategorideki katılımcı öğrenciler tarafından en çok tercih edilen çizgi filmler olduğu görülmektedir. Geriye kalan çizgi filmlerin çok sayıda olması, medya üzerinde ne kadar çok çizgi filmin yer aldığını göstermektedir.

Tablo 2. Devlet okulunda öğrenim gören ilkokul öğrencilerinin izlediği çizgi filmler ve frekansları

Çizgi filmlerin isimleri	
Frekansları (n)	
Mickey Mouse	1
Fineas ve Förb	1
Rapunzel	1

Tablo 2’de, Devlet okulundan öğrenip görüp araştırmaya katılan 3 ilkokul öğrencisinin, her birinin bir tane çizgi film izlediği ve böylece de bu kategoride toplamda 3 çizgi film yer aldığı görülmektedir.

Tablo 3. Devlet okulunda öğrenim gören ortaokul 5. sınıf öğrencilerinin izlediği çizgi filmler ve frekansları

Çizgi	Filmlerin	İsmi
Frekansları (n)		
Tom ve Jerry		3
Johnny Test		3
Fineas ve Förb		3
Peppe		2
Benten		2
Şirinler		1
Johnny Bravo		1
Oscar Çöllerde		1
Esrarengiz Kasaba		1
Caillou		1

*Çocuklar bu soruya birden fazla çizgi film ismi söylemiştir.

Tablo 3’de, 12 katılımcıdan oluşan ve Devlet okulunun ortaokul kademesinde 5. sınıfta öğrenim gören katılımcı öğrencilerin, “Tom ve Jerry (n=3)”, “Johnny Test (n=3)” ve “Fineas ve Förb (n=3)” adlı çizgi filmleri diğerlerine göre daha çok izledikleri görülmektedir. Frekanslarının 3 olması da, katılımcı öğrenciler arasından, her birinin 3 kişilik izleyici kitlesine sahip olduğunun ifadesidir. Bu çizgi filmleri de “Peppe (n=2)” ve Benten(n=2)” takip etmektedir.

Tablo 4. Devlet okulunda öğrenim gören ortaokul 6. sınıf öğrencilerinin izlediği çizgi filmler ve frekansları

Çizgi Frekansları (n)	Filmlerin	İsimleri
Scooby Doo		2
Sünger Bob		1
Maxsteel		1
Bugs Bunny		1
Naruto		1

*Çocuklar bu soruya birden fazla çizgi film ismi söylemiştir.

Tablo 4’de, 6 katılımcı öğrenciden oluşan ve Devlet okulunun ortaokul kademesinde bulunan 6. sınıf öğrencilerinden 2 kişinin, olarak “Scooby Doo (n=2)” adlı çizgi filmi daha çok seyrettikleri görülmektedir. Bu 6 katılımcı öğrenciden sadece 1 kişi çizgi film izlemediğini dile getirmiştir. (1. DOKOÖ 6: “öğrenci “Çizgi karakterlerin yaptığı hareketler bana saçma geliyor. Macera ve korku filmleri izlerim genelde.”)

Tablo 5. Araştırma kapsamındaki tüm katılımcı öğrencilerin izlemeyi en çok tercih ettikleri çizgi filmler

Çizgi Filmlerin İsimleri	Frekansları (n)	Tercih Eden Kategoriler
Fineas ve Förb	7	KK, DOKİÖ, DOKOÖ 5
Tom ve Jerry	4	KK,

DOKOÖ 5		
Johnny Test DOKOÖ 5	4	KK,
Sünger Bob DOKOÖ 6	3	KK,
Scooby Doo 6	3	KK, DOKOÖ

Tablo 5’de, toplam 34 katılımcı öğrenciyle ile yapılan görüşme sonucunda, araştırmada adı geçen diğer çizgi filmlere göre izlenme oranı en yüksek çizgi filmler yer almaktadır. Bu çizgi filmler arasından da “Fineas ve Förb ($n=7$)” tabloda yer alan diğer çizgi filmlere göre en çok tercih edilen olarak belirlenmiştir.

Çizgi filmlerin tercih edilme niceliğini belirten bu tabloda (Tablo 5) aynı zamanda hangi kategorideki öğrencilerin bu çizgi filmleri tercih ettikleri de belirtilmiştir. KK (Kolejden Katılımcı) öğrencilerin her çizgi filmi izlediği açıkça görülmektedir.

2- Öğrencilerin çizgi filmleri izleme nedenleri nelerdir?

Bu soruya verilen cevaplar öğrenciden öğrenciye ifade olarak farklılık içerse de, genel olan nedenler aşağıda yer alanlardır.

Bu cevaplar da öğrencilerin öğrenim gördükleri kurum farkları (Kolejde öğrenim görenler ve devlet okulunda öğrenim görenler olarak iki kategoriye ayrılmıştır.) göz önünde tutularak düzenlenmiştir.

Tablo 6. Kolejde öğrenim gören ilköğrencilerinin, çizgi filmleri izleme nedenleri

Eğlenceli olduğundan
Öğretici olduklarından (Arkadaşlık, yardımlaşma, kötülük-iyilik kavramları, fedakarlık, amacına ulaşmada pes etmemeyi, yalan söylememeyi, dostluğun önemini...)
Garip yani olağanüstülükler olduğundan
Karakterleri sevdiğim için (“Karakterler çok şirin ve tatlılar”)
Komik olduğu için
Merak uyandıran, gizemli olanları izlerim

Çizgi film çok renkli olduğundan

Karakter kız diye izliyorum (kız öğrenciler)

Tablo 6’de yer alan ifadeler, kolejde öğrenim gören ve görüşmeye katılan katılımcı ilkokul öğrencilerinin çizgi filmleri izlemeye yönelik ortak olarak belirttikleri nedenlerdir.

Tablo 7. Devlet’e ait ortaokulda 5. ve 6. sınıfta öğrenim gören öğrencilerin çizgi filmleri izleme nedenleri

Aksiyonlu olduğundan

Olağanüstü olduğundan

Komik olduğu için

Konuşan hayvanlar olduğundan

Gizemli olduğu için

Cansız varlıkların konuşması ilginç geldiği için

Hem öğretici hem de eğlendirici olduğundan

Koşuşturmalar ve sürükleyici olmasından

Maceralı olduğu için

Yaratıcı olduğundan

Karakterlerin kıyafetleri hoşuma gittiğinden

Dinlenmemi sağladıklarından

Tablo 7’de yer alan ifadeler, Devlet’e ait ortaokulda öğrenim gören öğrencilerin seyretmeyi tercih ettikleri çizgi filmleri neden izledikleri üzerine verilen cevaplardır. Tabloda yer alan nedenler, öğrencileri tarafından ortak olarak verilen cevaplardır.

3- Müziği öğreten çizgi film/ler var mı?

Araştırmadaki katılımcı öğrencilerin her birine yöneltilen bu soruya, hepsi birbirine yakın cevaplar verdiği için, katılımcıları kategoriye ayırmadan “tüm katılımcı öğrencilerin cevapları” olarak tablo sunulacaktır.

Bu noktada belirtilmelidir ki, “müziği öğreten” ifadesiyle, notaların yerlerini, müzikteki terimleri, herhangi bir çalgının çalınma prensibini öğreten çizgi filmler ifade edilmek istenmiştir.

Tablo 8. Tüm katılımcı öğrencilerin müziği öğreten çizgi film/lerin olup olmadığına dair cevapları

Tüm Katılımcı Öğrencilerin Cevapları	Frekansları (n)
Hayır, yok.	33
Evet, var.	1

Tablo 8’de de görüldüğü gibi, 34 katılımcı öğrenciden sadece 1 öğrenci müziği öğreten bir çizgi filmin olduğunu belirtmiştir.

4- Öğrencilerin “Animasyon Destekli Genel Müzik Öğretim” metoduna yönelik fikri nedir?

Bu sorunun cevabının alınabilmesi için öğrencilere “Televizyonda ve müzik dersinde müziği öğreten bir çizgi filmin gösterilmesini ister misin?” sorusu yöneltilmiştir.

Tablo 9. Animasyon desteğiyle müziği öğretecek yeni yöntem fikrine yönelik öğrencilerin cevapları

Cevaplar	Frekanslar (n)
Olmasını isterdim	34
Olmasını istemezdim	0

Tablo 9’de de görüldüğü gibi, görüşmeye katılan tüm öğrenciler, bu yeni fikri “Olmasını isterim.” cevabıyla olumlu karşılamıştır. Bu cevaba yönelik örnek ifadeler şu şekildedir: “*Olmasını isterdim. Müziği anlatmasını, öğretici olmasını isterdim. Aynı zamanda eğlendirsın de.*” (KK 2), “*Evet olsun isterdim. Okulda kaçırdığımız bir konuyu eve gidip izleyebilirdik böylece. Çünkü okula gidemeyenler evde izleyebilir.*” (DD 17), “*Böyle bir çizgi filmin olması derse olan ilgimi, dikkatimi arttırabilir.*” (KK 5)

5- Öğrencilerin bu yeni yöntemde yer alan çizgi filmlerden içerik olarak beklentileri nelerdir?

Bu sorunun cevaplarının sunumunda yine öğrencilerin öğrenim gördükleri kurum (Kolejde öğrenim görenler ve devlet okulunda öğrenim görenler olarak iki kategoriye ayrılmıştır.) farkı göz önüne alınmış ve bu şekilde bir düzenleme

yapılmıştır. Ayrıca her iki kategorideki cevaplar da, “Karakterlerden Beklentiler” ve “Animasyonun İçeriğinden Beklentiler” olarak iki alt başlığa ayrılıp incelenmiştir.

Tablo 10. Kolejde öğrenim gören öğrencilerin yeni yöntemde yer alan çizgi filmlerden içerik olarak beklentileri

Karakterlerden Beklentiler	Animasyonun İçeriğinden Beklentiler
* Kız karakter beklentisi	* Olağanüstülükler olsun
* Süslü ya da yakışıklı olsun	* Notalar konuşsun
* Takıları notadan olsun	* Notadan saray olsun
* Notadan kıyafetleri olsun	* Notalar müziği anlatsın
* Anlatacağı konuya uygun kıyafetler giysinler	* Evlerin duvarlarında dans, eden canlı notalar olsun
*Notalar yürürken çantasını düşürsün sonra, alıp devam etsin. Böylece komik de olur.	
* Sıradan şeyler olmasın	
* Patates kafalı bir piyanist olsun	

Tablo 10’de, katılımcı öğrencilerin yeni metottaki çizgi filmlere yönelik genel beklentileri gösterilmiştir.

Tablo 11. Devlet’e ait bir ortaokulda öğrenim gören 5. ve 6. sınıf öğrencilerin yeni metotta yer alan çizgi filmlerden içerik olarak beklentileri

Karakterlerden Beklentiler	Animasyonun İçeriğinden Beklentiler
Cesur, güçlü olsun	* Biri notaya bassın piyanoda ekranda nota çıksın
Her şey normal insanlar gibi olsun	* Çocuklar sokaklarda şarkı söylesin, şarkının notalarının isimleri de ekranda gösterilsin.
* Hayvanlar ve cansız varlıklar, konuşmasın normal hayata benzesin	* Evlerinde nota şekilleri olsun, notaları müzikle ilgili olsun.
Komik davranışlar	* Notalar şeklinde bulutlar, güneş olsun

- * Başkarakter bilim insanı olsun müzikle * Evlerin duvarları dizekli kağıtlardan olsun ilgili yeni konular ve sesler keşfetsin
- * İyi kalpli bir kahraman olsun * Evlerin camları notalardan olabilir.
- * Şarkı yazıp söylesinler, bu rahatlatır kahramanları * Öğretici olduğu kadar eğlendirici de olsun
- * Sürekli olağanüstü olursa can sıkılır. Arada da sıradan olmalı.
- * Kemanın kılıfı giysi gibi olabilir.
- * Eşyaların üzerinde müziği öğreten yazılar olsun
- * Hareketlilik olsun, sürekli aynı görüntüler olmasın
- * Konu neyse onunla ilgili hikaye içinde bir şey yapılsa
- * Macera müzikleri olsun
- * Koşuşturmalı bir çizgi filmler olsun
- * Gök kuşağının üstünde piyano çalınsın

Tablo 11’de de Devlet’e ait okulda öğrenim gören katılımcı öğrencilerin, yeni metottan beklentileri yukarıdaki şekliyle iki kategori halinde verilmiştir.

SONUÇ

Bulgular dâhilinde araştırmanın sonuçlarını vermek için yine alt problemleri cevaplayarak açıklama yapılması uygun bulunmuştur.

1. Öğrencilerin en çok izledikleri çizgi filmler hangileridir?
2. Öğrencilerin çizgi filmleri izleme nedenleri nelerdir?

Tablo 5 incelendiğinde çalışma kapsamındaki tüm katılımcı öğrencilerin cevaplarından en çok frekansa sahip beş (5) çizgi film belirlenmiştir. Bunlar en yüksek frekanstan en düşüğe doğru sırasıyla: Fineas ve Förb (n=7), Tom ve Jerry (n=4), Johnny Test (n=4), Sünger Bob (n=3), Scooby Doo (n=3). Bu çizgi filmlerin kısaca konularına ve katılımcı öğrenciler tarafından neden izlendiklerine değinmek gerekirse,

Fineas ve Förb

Kısaca konusu

“Amerika'da yaşayan Phineas Flynn ve üvey kardeşi Ferb Fletcher'ın yaz tatilinde canları sıkılmaktadır, bu yüzden yaz boyunca çılgın icatlar ve projeler yaparlar. Ablaları Candace bu durumdan çok rahatsız olur ve her seferinde onları annesine şikayet etmeye çalışır, fakat hiçbir zaman başarılı olamaz. Bunda Fineas ve Ferb'ün evcil hayvanı olan Ajan P veya Ornitorenk Perry takma adlı Perry'nin de büyük bir payı vardır. Perry'nin görevi çılgın bilim adamı Dr. Doofenschmirtz'in planlarına engel olmaktır.” *

Her ne kadar konu ve içerik olarak çocuklara komik ve eğlenceli gelse de aslında bu çizgi filmin altında yatan gerçek bir yaşam öyküsü bulunmaktadır.

“Film gerçek bir hikayeye dayanmaktadır. Fineas'ın ailesi boşanmıştır ve Candace Fineas'ın 14 yaşındaki ablasıdır. Annesi bir süre sonra başka bir adamla evlenir. Bu adamın Ferb isimli bir çocuğu vardır. Ancak her çocukta çeşitli sorunlar bulunmaktadır. Ferb bir Beyin Hastalığıyla doğmuştur ve bu nedenle filmde de pek konuşamamaktadır. Fineas hiperaktiftir. Candace ise şizofreni hastasıdır. Candace şizofreni hastalığı sebebiyle sürekli kardeşlerinin bir şeyler yaptığından şüphelenir, yaptıklarını günlüğüne kaydeder. Ancak bunların hiçbirisi gerçek olmadığı için annesi göremez, bu nedenle filmde de Candace kardeşlerini annesine ispiyonlayamaz. Annesi Candace'ı doktora götürür, doktor ise filmde tanıdığımız Doofenschmirtz'tür. Doktor kardeşlerini ispiyonlamaktan vazgeçsin diye Perry'yi aldırır ama Perry köpektir Candace Perry'e ornitorenk der. Jeremy ise komşunun köpeğidir. Doktor Candace'a bir ilaç verir ancak Candace Bu İlaça Gösterdiği Bağımlılık Nedeniyle Ölmüştür. Annesi Onunla birlikte Bulduğu günlüğü alır ve Walt Disney Pictures a götürür.”**

Katılımcı öğrenci görüşü

Katılımcı öğrenciler, bu çizgi filmi olağanüstü, komik ve eğlendirici olduğu için izlemeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Yalnız katılımcı öğrencilerinden KK 9, bu çizgi filmin arkasında yatan gerçek hikâyeyi öğrendikten sonra artık komik ve eğlendirici bulmadığını, aksine yaşananları üzümlere izlediğini belirtmiştir. Bu durumdan, çocukların izledikleri çizgi filmdeki mesajın ne olduğunu öğrendiklerinde ona göre bir karşılama içinde olup algılarını da o yöne kanalize ettikleri sonucuna varılabilir.

Tom ve Jerry

Kısaca konusu

Bu çizgi film, çoğu kişi tarafından da bilindiği üzere bir fare ile kedinin maceralarını konu edinmektedir.

Katılımcı öğrenci görüşü

Katılımcı öğrenciler bu çizgi filmi de olağanüstü ve komik olduğu için izlemeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca içindeki koşuşturmaların onların dikkatini çektiği de ifade etmişlerdir.

Johnny Test

Kısaca konusu

Dizinin ana karakteri olan, 11 yaşındaki tembel ve hiçbir şeyi önemsemeyen Johnny Test adlı kahramanın maceralarını konu almaktadır.

Katılımcı öğrenci görüşü

Katılımcı öğrencilerin bu çizgi filmi izleme sebeplerinin başında, çizgi filmin maceralı, komik, eğlendirici, aksiyonlu olması ve karakterin hareketlerinin ilgi çekici olması gelmektedir.

Sünger Bob

Kısaca konusu

Kare şort giyen bir sünger karakterinin yaşadıklarını içeren macera ve komedi çizgi filmidir.

Katılımcı öğrenci görüşü

Katılımcı öğrenciler bu çizgi filmi, dinlenmek, vakit geçirmek adına izlediklerini dile getirmişlerdir. Aynı zamanda da çizgi filmi komik ve olağanüstü olduğundan izlediklerini de belirtmişlerdir.

Scooby Doo

Kısaca konusu

Bu çizgi film de dört arkadaş ve çizgi filme adı verilen bir köpeğin maceralarını konu almıştır. Çizgi film komedi, macera, doğaüstü tür özellikleri içermektedir.

Katılımcı öğrenci görüşü

Çocukların bu çizgi filmi izlemek istemelerinin sebeplerinin başında, içeriğinde gizemli ve merak uyandıran olayların yaşanıyor olmasıdır. Ayrıca koşuşturma sahneleri ve komedi unsurlarıyla da ilgiyi çektiğini söz etmişlerdir. Bununla beraber içindeki olağanüstü ve aksiyonlu sahnelerin de bu ilgiyi arttırdığını belirtmişlerdir.

Öğrenci tercihlerine genel bakış

Tablo 6 ve Tablo 7 incelendiğinde öğrencilerin çizgi filmleri genel tercih nedenleri görülebilir. Yukarı belirtilen ve en çok izlenme oranını sahip beş (5) çizgi filmin içeriğine bakıldığında da, öğrencilerin izleme nedenleriyle örtüştüğü anlaşılmaktadır. Bu noktada verilen mesajlar öğrenciler tarafından doğru algılanmıştır.

Bu noktada genel olarak söylenebilir ki, öğrenciler komik, eğlendiren, macera ve aksiyon sahneleri olan, gizemli ve merak uyandıran ve aynı zamanda eğlendiren çizgi filmlerden hoşlanmaktadır.

Böylece sonuç olarak, sadece eğitsel içeriklerin yer aldığı ve salt didaktiklikle kaplanan eğitici animasyonlar yerine, komedi, macera, aksiyon, esrarengiz çözüm isteyen olayların yer aldığı, çocukları eğlendiren sahnelerden oluşan, bunun içinde de öğretilmek istenenin işlendiği eğitici animasyonların çocukların eğitiminde kullanılmasının uygun olduğu düşünülmektedir.

3. Müziği öğreten çizgi film/ler bulunmakta mıdır?

Katılımcı öğrenci görüşlerine göre Tablo 8'e bakıldığında, görüşmeye katılan 34 öğrenciden sadece 1 kişi müzik öğreten bir çizgi filmin olduğunu belirtmiştir. Bu çizgi filmin adı da “Yaramaz Trompet” tir. Bu öğrencinin bu çizgi filmin müziği öğrettiğine inanmasının sebebi ise, müzik öğretmenleri tarafından flüt öğretimine başlamadan önce, sınıfta katılımcı öğrencinin bulunduğu sınıfta, yaklaşık 5 dakikalık olan bu çizgi filmi seyrettirmesidir. Ancak çizgi filmin içeriğinden herhangi bir müzik terimi, çalgı ya da nota öğretimi yer almamaktadır. Sadece çalgılar insan kılığında çizilmiş ve yaramaz bir trompetin çizgi filmdeki krala yaptığı bir yaramazlık konu edilmiştir. Çizgi filmde öğrenilecek tek şey ise, yaramazlığın sonunda mutlaka bedelinin ödeneceğidir. (Öğrenci de durumdan bu şekilde bahsetmiştir.) Yaramaz trompette yaptığı yaramazlığı, sonunda tüm bulaşıkları yıkayarak ödemiştir. Geriye kalan tüm öğrenciler, müziği öğreten bir çizgi film olduğunu görmediklerini ifade etmişlerdir.

34 kişiden oluşan katılımcı öğrencilerin 33'ünden olumsuz cevap gelmesi üzerine, öğrenciler için artık böyle müzik eğitimi yapan bir animasyonun ortaya çıkmasının zamanının geldiği düşünülmektedir.

4. Öğrencilerin “Animasyon Destekli Genel Müzik Öğretim” metoduna yönelik fikri nedir?

Araştırmanın bulgular bölümünde de belirtildiği üzere, öğrenciler bu yeni metot fikrine ve müziği öğretecek bir çizgi filmin televizyonda yayınlanması düşüncesine olumlu yaklaşmışlardır. Hatta içlerinden bazıları da bu durumun gerçekten var olduğunu zannedip heyecanla çizgi filmi izlemek istemiştir.

Yeni müzik öğretimi metodu fikrinin heyecanla karşılanması üzerine, hayata geçirilmesinin öğrenciler için olumlu karşılanacağı düşünülmektedir.

5. Öğrencilerin bu yeni metotta yer alan çizgi filmlerden içerik olarak beklentileri nelerdir?

Katılımcı öğrencilerin bu yöndeki görüşleri bulgular bölümünde verildiği için, bu bölümde sadece ek bir açıklama yapılacaktır. Katılımcı öğrencilerin Tablo 10 ve Tablo 11’de belirttikleri beklentileri ışığında yeni oluşturulmaya çalışılan müzik eğitimi metodunun, içeriğinde yer alacak çizgi filmlerin senaryolarının belirlenmesi sağlanacaktır. Bu doğrultuda katılımcı öğrencilere bu soru yöneltilmiştir.

*/**Fineas ve Förb adlı çizgi film ile ilgili bilgilerin alıntılandığı sitenin linki:http://tr.wikipedia.org/wiki/Fineas_ve_F%C3%B6rb

ÖNERİLER

Öğrenmenin kalıcı olabilmesi için, birçok çalışmaya da konu olmuş “görsel ve işitsel” materyallerin ders içindeki kullanımı büyük önem taşımaktadır. Nevhiz Ercan, hareketli davranışların, çocuklar tarafından kazanılması sürecinde, çevresindeki başka insanları model aldıklarını yani görsel olarak izleyerek öğrendiklerini belirtmiştir. (Ercan’dan aktaran Eğilmez, 2009, s.74). İbrahim E. Başaran da, görsel araçların çocukların öğrenmesinde etkililiğini anlatmak adına, duyu organlarının kullanılması ile yapılan somut deneylerin çocuklar tarafından daha ilginç bulunduğunu belirtmiştir. (Başaran’dan aktaran Eğilmez, 2009, s.74), Petrovici’e göre de (2012), “öğrenme süreci aynı anda etkileşimde olan ve sürdürülebilir bir miktar etkenin yardımıyla yapıldığı için, eğitim, birden çok algıya hitap etmelidir.” Bu görüş dahilinde denilebilir ki, birden çok algıya hitap eden animasyonlar etkili bir öğrenme aracı olmak için uygun bir materyaldir.

Konuyu tekrar medya üzerinden değerlendirmek gerekirse, son araştırmalar göstermektedir ki, görsel ve sesli uyaranlar içeren medyanın kapsamında yer alan televizyon, video, bilgisayar, film, radyo, teyp ve video oyunları, çocukların ve gençlerin günlük ortalama 4-5 saatlerini almaktadır. (Woodard E.H., Gridina N. 2000, s.19) Ayrıca aynı araştırma kapsamında, 8-16 yaş arası çocukların odalarında yer alan medya araçlarının yüzdelere göre de bahsedilmiştir. %77 ile stereo ve cd çalar, %57 ile televizyon çocukların odalarında en çok bulunan medya araçlarıdır. Bu da görsel ve sesli medyanın çocukların yaşamlarında ne kadar çok yer kapladığını gözler önüne sermektedir. Medya ile yakından ilgili çocukların, öğrenme yaşantılarına daha kolay girebilmek için, neredeyse

yaşamlarının merkezi halini alan medya araçlarından faydalanmak da yerinde bir tercih olabilir.

Medya araçlarının, çocukların öğrenme yaşantılarındaki etkisi üzerine diğer bir araştırma ise, bilgisayar, internet gibi desteklerin çocukların öğrenmelerini sınırsız ve uygun bir çevreye taşıdığını belirtmektedir. (Specht vd., 2002) Medyanın eğitimde önemli bir rol oynadığını belirten diğer bir çalışmada ise, televizyon sayesinde aynı anda dünyanın farklı kesimlerinde bulunan birçok insana ulaşılabilirdiği ve eğitimde televizyonun kullanılmasıyla, özellikle çocuklar için daha kolay bir öğrenme ortamının sağlanacağı belirtilmektedir. (Yazar ve Arifoğlu, 2012, s. 303)

Medyadaki araçların hepsinin teknolojik nimetler olmasından ötürü akla gelen ve endişe edilen bazı durumlar vardır. Eğitimde kullanılan bu medya araçları çocuklarda bağımlılık yapabilir mi? Öncelikle Yazar ve Arifoğlu'nun (2012) da belirttiği gibi, teknoloji eğer iyi amaçlar için kullanılırsa, çocuklara çeşitli sayıda ve çoklukta bilginin kaynağını kullanmaları için olanak sağlamaktadır. Bu çalışmada da zaten çağın gereği teknolojiyle yaşayan çocukların, bu teknolojiden eğitsel açıdan yararlanmaları ve böylece zararlı içeriklerden uzak durmalarını sağlamak da amaçlanılmaktadır. Kısacası çocukların medya araçlarıyla geçirdikleri vakitlerini bağımlılık yapan oyunlar ya da zararlı içeriklerle yitirmeleri yerine, daha eğitici içeriklerle doldurmak, onların gelişimlerine katkıda bulunacaktır. Bu da bir öğretmen kontrolünde yapılacağı için teknolojiye bağımlılık gibi düşüncelerin zihni kurcalaması engellenebilir.

Yukarı bahsi geçen bu araştırmalar çerçevesinde, yeni oluşturulmakta olan “Animasyon Destekli Genel Müzik Öğretimi Metodu” ile çocuklara müzik eğitiminin verilmesinin, eğitim dünyasında yeni atılımlara basamak oluşturulmasına olanak sağlayacağı düşünülmektedir. Çünkü bu yeni metot hem görsel ve işitsel materyaller içermesi, hem medya araçları aracılığı ile çocuklarla buluşacak olması, hem içinde olumlu yönde eğitici konuların yer almasıyla bir çok eğitim fikrine uygun düşmektedir.

Bunların dışında, yeni oluşturulacak metottaki müziği öğretecek çizgi filmlerin içeriğindeki hikayede; komedi, aksiyon, eğlendirici, öğretici, merak uyandıran sanelerin düşünülmüş olması ile de çocuklar tarafından sevileceği ve izleneceği düşünülmektedir.

EK-1

Tarih:

Öğrenci Görüşlerine Yönelik Görüşme Formu

Mülakat No.	Kodu:	Yaş:	Cinsiyet:
Okul Adı:			

- 1-) Hangi çizgi filmi/filmleri daha çok seyredersin?
 - 2-) * Neden en çok bu çizgi filmleri seyre diyorsun?
 - 3-) Müziği öğreten çizgi film/filmler var mı? Var ise isim/isimleri neler?
 - 4-) ** Müziği öğreten çizgi filmlerin arasında, müziği sevmeni sağlayan çizgi film/filmler var mı?
 - a) Var ise hangileri? Nasıl sağlıyorlar?
 - b) Yok ise olmasını ister miydin? Müziği öğreten nasıl bir çizgi film olmasını isterdin?
 - 5-) Televizyonda ve müzik dersinde müziği öğreten bir çizgi filmin gösterilmesini ister misin?
 - 6-) Müziği öğreten bir çizgi film olsaydı, sence çizgi filmin kahramanları nasıl olabilirdi?
 - a) Hareketleri nasıl olabilirdi?
 - b) Dış görünüşleri nasıl olabilirdi?
- *1. soruya her hangi bir çizgi film/leri ismi söyler ise bu soru yöneltir.
- **3. soruya “evet var” cevabı gelir ise bu soru yöneltir.

KAYNAKLAR

Allesi, Stephen M., Stanley Trollip, (1985), “Computer Based Instruction: methods and development”.Prentice Hall, USA.

Ayvacı H. Ş., Abdüsselam Z., Abdüsselam M. S. (2012), “Animasyon Destekli Çizgi Filmlerin Fen Öğretimine Etkisi: 6. Sınıf Kuvveti Keşfedelim Konusun Örneği”, Eğitim ve Öğretim Araştırmalar Dergisi, Cilt No. 1, Sayı 4, Makale 1, S. 182-190.

Eğilmez, H.O. (2009), “Piyano eğitimi başlangıç aşamasında 6-8 yaş çocukları için kullanılması öngörülen, öğrenmeyi hızlandırıcı ve pekiştirici görsel çalışmalar”, Eğitim Fakültesi Dersi, 22, 71-88

Ersöz, H. S. (2006), “Çizgi Filmlerin Çocuk Müzik Eğitimi Açısından Değerlendirilmesi”, Ulusal Müzik Eğitimi Sempozyumu, Denizli, 26-28 Nisan 2006

H. İ. Bülbül, “Öğretim amaçlı bilgisayar yazılımlarında ekran tasarımı” <http://dhgm.meb.gov.tr/yayimlar/dergiler> 02.04.2014 elde edildi.

Işıtan S., Özgül S. G., Avcı K. (2012), “Çocukları Çizgi Film Tercihleri Üzerine Betimsel Bir Çalışma”, 3. Uluslar arası Okul Öncesi Eğitim Kongresi, Çukurova, 12-15 Eylül 2012, s. 65-70

Levendoglu, N. O. (2004), “Teknoloji Destekli Çağdaş Müzik Eğitimi”, 1924-2004 Musiki Muallim Mektebinde Günümüze Müzik Öğretmeni Yetiştirme Sempozyumu, Isparta, 7-10 Nisan 2004

Specht, J., Wood, E., ve Willoughby, T.(2002), “What Early Childhood Educators Need to Know About Computers in Order to Enhance the learning Environment, http://www.cjlt.ca/content/vol28.1/specht_etal.html, 30 Mart 2014 elde edilmiştir.

Şirin, M. R.(Editör) (2011), “Çocuk Hakları ve Medya”, 1. Türkiye Çocuk Hakları Kongresi, Yayın Dizisi: 13

Woodard E.H., Gridina N. (2000), “Media in the Home, The Fifth Annual Survey of Parents And Children”, <http://www.annenbergpublicpolicycenter.org> 30 Mart 2014 elde edilmiştir.

Yazar T., Arifoglu G. (2012), “A research of audio visual educational aids on the creativity levels of 4-14 year old children as a process in primary education” Procedia - Social and Behavioral Sciences 51 301 – 306

Yazıcı, E. (2011), “Televizyon Yayınlarının Olumsuz Etkilerin Çocukların Korunmasına Yönelik Düzenlemeler”, Uzmanlık Tezi, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Ankara, Dili: Türkçe

**GÜNÜMÜZÜN GELECEĞE TESBİTİNDE “MUSİKİDERGİSİ.NET”
(TODAY IN DETERMINING THE FUTURE “MUSIKIDERGISI.NET”)**

Dr. Ayhan SARI

Kültür ve Turizm Bakanlığı İstanbul Devlet Türk Müziği Topluluğu Sanatçısı

musikidergisi@yahoo.com.tr

ÖZET

Müziğin yazısal boyutu günümüzün geleceğe tesbitinde tıpkı geçmiş büyüklerimizin daha matbaa yok iken yazdıkları yazmalar gibi önemlidir. Yazı, fikir alışverişini dedikodusal söylem boyutundan öteye götüren önemli bir araçtır. Söylemi yazıya dökmek söylemekten farklıdır ki bunun oluşması bir süreci zorunlu kılar. Musiki Dergisi.net kültürel müzik alanında geleceğe yazısal hoş sada bırakmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Musikidergisi, müzik yazarlığı

ABSTRACT

Musical writings are important remarks of today in determining the future. They resemble our masters' manuscripts from the past. Literature convey discourses beyond rumors. Textualization of a discourse is different than a verbal discourse; it requires a process. Musikidergisi.net aims to echo a nice sound to the future of music culture.

Keywords: Musiki Dergisi, writing music

GİRİŞ

Ülkemizde müzik alanında fikirlerin, araştırmaların bir yayın organında yayınlanması ihtiyacının başlangıç çalışmaları ve uygulamalarına hatırlama babında değinecek olursak 19.yy ilk çeyreğine, Şehbal, Milli Tettebular Mecmuası vs gibi müzik ile doğrudan müzikle ilgili olmayan dergileri anmak gerekir.

Mehmet Baha Pars (1877-1953) Osmanlı İmparatorluğu'nun Osmanlıca ilk müzik dergisi Alem-i Musiki'yi 01 Ekim 1919'da 15 günde bir olarak çıkarmaya başlamış, dergi 16 yıllık yayın hayatından sonra 16 Mayıs 1920'de kapanmıştır.

Ardından GTM (geleneksel Türk müziği) geleceği konusunda fikirleri de içeren 1930'larda yayınlanmış "Nota ve Müzik" başlıklı dergi ve ilk önemlileri:

“Musiki Mecmuası, Türk Musikisi Dergisi, Musiki ve Nota” ile yayını bugün de 52 yıldır 1962'den beri Panayot Abacı özverileriyle süren “Orkestra Dergisi” gelmektedir. Aralarda kısa periyotlarda çıkan ve kapananları, asıl konumuz olmadığı için saymıyoruz.

Bugün yılda bir-iki sayıyla yayın hayatını kararlılıkla sürdüren ve 2012'de 12. sayısı yayınlanan Boğaziçi Üniversitesi Türk Müziği Kulübü yayını "Musikişinas", İTÜ TMDK “Porte Akademik” ve uluslararası çoksesli müzik alanında "Andante" dergisi yayındadır.

1970'lerden bu yana kişisel özverilerle ancak birkaç yıl yayınlanabilen “Mızrap, Kök” gibi birçok mesleki müzik dergisi hayatımıza girdi ve çıktı. Hepsi de zamanlarının yazısal sadalarını sayfalarında tesbit ettiler.

Fakat şunu belirtmek gerekir ki müzik dergisi kavramıyla güncel konser, kurumlar ve olayları ile ilgili fikir, eleştiri yazılarını da içeren dergileri kastediyoruz. Yani hem makaleler içerecek, hem de gününün iyi/kötü/eleştirel/takdiresel müzik yaşanımlarını geleceğe taşıyacak. Aktaracak...

Günümüz Türkiye'si müzik dergiciliğinde bir verimsizlik olduğu konusunda hemen herkes hemfikir görünüyor. Oysa dergi yazıları yazıldığı dönemi her açıdan tesbit etmek, tarihe veri-düşünce-kaynak tesbiti düşürmek bakımından önemlidir.

Ve günümüzde can alıcı soru?

Gelecek kuşaklarımız bugünün bizlerini ve yaşadıklarımızı hangi bilgi ile değerlendirecekler?

Günümüz durumu tarihe bu kadar müzikoloji bölümü olduğu halde yazamayan bir kuşağın hüküm sürdüğü dönem olarak geçecek gibi görünüyor. Titr sahibi meslekdaşlarımızın artışını göz önünde bulundurduğumuzda sorgulanması gereken olguların olduğu hususu daha çok beliriyor.

Yazılar neden azaldı? Düşündüğünü yazma alışkanlığının olmamasından mı, yoksa “yazdıklarım gelecekte başıma iş açar, nasılsa kimse de neden yazmıyorsun demiyor” düşüncesi mi var?

Ya da titrime de fayda etsin ve bu nedenle "ille de hakemli olsun" mu?

Biliyoruz ki titr çıkarına hizmet etmeyen yazılara da ihtiyacımız var.

"Titr açlığı"nın dergi dünyamıza yansıyan boyutunun "yazı açlığı" olduğu görülüyor. Oysa müziğin dergisel yazı boyutu "hem geleceğe güncel tesbitler bırakmak, hem de geleceği karşılıklı, katılımcı ve bilinçli yönlendirmek açısından bir gereksinimdir.

Yazmak gerek...

Bilgiyi, fikirleri, kurumları, kurum içi acı/tatlı yaşanımları, mücadeleyi, anıları, müzik çevremizde gelişenleri; çağa tanık olmak, iz bırakmak için...

Yazmak gerek...

Çünkü gelecek kuşaklar bizlerin yazılarını arayacak. Ders alacak, kendi dersini oluşturacak.

Musiki Dergisi bu ihtiyaç ile Türkiye ve dünyadaki müzik ve müzikoloji çalışmalarının gündemine ışık tutmak, bir yandan günceli yakalarken, bir yandan akademik çalışmaları paylaşmak, bir yandan genç akademisyenleri yazı yazmaya teşvik ederken, bir yandan da alanında uzman olmuş akademisyenlerin de yazılarını müzik ilgileri ile buluşturmak amacıyla Mayıs 2007'de yani bundan 7 yıl önce Ayhan Sarı tarafından kuruldu.



İlk sayfanın yayınlandığı gün "Başlarken" başlıklı çıkış yazımızda şöyle demiştik:

“Müziğin yazısal boyutunun bir başka alan olduğunu bilmesine biliyoruz da gerek müzik hayatımızla ilgili fikirleri, gerekse araştırma yazılarımızı okunmaz izlenme kaygısını gütmeden özgürce yayımlayabileceğimiz alanında özgün bir yayın organı bulamıyoruz.

Bulduklarımızın kimisi ilgimizi çekme olasılığı oldukça düşük bir takım konser-kişi haberleri yayınlıyor, kimisi de ‘ne kadar anlaşılmazsam o kadar makbülumdür’ anlayışıyla var olmaya çalışıyorlar.

Tabii ki her sonuç, bir bakış ve görme açısına dayanıyor...

Her boşluk ister doğru, ister yanlış mutlaka doluyor...

Bizim amacımız boşlukların pozitif anlamda dolmasına katkıda bulunmak...

İşte, sizlerin de varlıkları ve destekleri ile eksikleri gidermeye çalışan bir dergi olacak Musiki Dergisi.

...

Bize yazın...

Müziğimizle ilgili öncelikle düşünce, araştırma ardından anı, izlenim, duyum, duyuru, konser eleştirileri, ilginç haberler...

Yayımlayalım... Birbirimizin sesi olalım...”

Bir yıl sonra yani Mayıs 2008'de ise "Musiki Dergisi 1. Yılında Sizlerle" demiş bir yılın taze tecrübesiyle şöyle yazmıştık:

"Acısıyla, virüsüyle, bilgisayar web sitecisinin kapris ve hosting sağlayıcısının arızalarıyla dopdolu ama tecrübe edindirici bir yılı geride bıraktık. Yayın ilkemizde ‘annemizin ninnisinin nağmelerine’ hep dikkat ettik.

Hiç reklam almadık. Alma çabasında da bulunmadık. İstemediğimizden değil, pazarlama konusundaki yeteneksizliğimizden. Kimse de "yardım edeyim" demedi... Müzikolog kadrosunun olmadığını keşfetmemiz(!) gibi, müzikoloji bölümü öğrencilerinin müzikolojiyle çok da alakalarının olmadığını gördük.

Musiki Dergisi.net’den seçilmiş yazılardan oluşan derlemeyi her yıl kitap olarak basma fikrini benimsedik. İsmine de Musiki Dergisi Yıllığı” dedik.

Müzik bilim adamlarımız arasında henüz; yazma yetenek-alışkanlık ve cesaretinin kurumlaşmadığını, işin sadece sempozyum-kongrelerdeki 15 dakikalık sunumlarla

ve titr özgeçmişine kayıt açısından kimi yazılarla sınırlı kaldığını, yazma konusunda, hele fikir açıklama hususunda büyük bir ürkeklik yaşandığını gördük. Buna neden, açıklayanların başına gelenlerdi... Fikir özgürlüğü, mesleki anlamda önem taşır mı? Bunu bir Türk müzikolog algılayabilir mi? Şu soruyu sorduk: ‘Bir zamanlar kadrosuz gece bekçileri vardı. Acaba şimdi aynı görevi müzik sanatı açısından üniversite mezunu müzikologlar mı üstlenmişlerdi?..’ Musiki Dergisi birinci yılını doldurdu...”

Musiki Dergisi diğer hakemsiz dergilerde yapıldığı gibi -özel bir konu olmadığı-sürece kişilere yazı davetinde bulunmamayı prensip olarak kabul ediyor. Ama görüyor ki bir davet bekleme eğilimi var. Bunu biliyor.

Çok değil, yarım sayfa ama içeriği dolu bir yazı pekala vermek istediğimiz mesajı dillendirebilir. Yani yazmak aslında o kadar zor değil. Zaten konu bir araştırma değilse, bu zaman kıtlığında artık kimsenin gereksiz tarih ve uzatılmış kişisel düşünce cümleleriyle kaybedecek zamanı bulunmuyor. Tıpkı sempozyumlarda olduğu/olması gerektiği gibi...

GÜNÜMÜZDE MÜZİK YAYINCILIĞI

Günümüzde iki tür yayıncılık var: Akademik yani kitap, eğitim ve süreli yayınlar ile internet yayıncılığı. Bunlar birbirlerinden kullanılan üslup ve dil açısından birbirinden ayrılması gerekiyor.

Şimdilik internet dünyasında yayını sürdüreren “Musiki Dergisi” sade ve üç temel tıklama üzerine kurulmuş özelliğini yedi yıldır koruyor.

Tıpkı basılı bir dergi gibi...

Nasıl bir basılı dergiyi elinize alırsanız, içindekilere bakar, ilginizi çeken yazıyı/yazıları okur dergiyi kapatırsınız. Musiki Dergisi.net de böyledir. Ana sayfayı açtığınızda karşınıza gelen güncel 20 yazı başlığı ve özetine hemen ulaşırsınız. Ana sayfa detaylı bir “içindekiler gibidir.

Özel olarak aradığınız bir konuyu ise soldaki özet başlık kategorilerinden veya arama motorundan bulabilirsiniz.

Dergiye her gün periyodik olarak bir yazı koyma geleneğini sürdürmeye çalışıyoruz. Bunu 20-30 günde bir yeni bir dergi yayınlanıyor gibi algılamak da mümkün.

Bugün için bu yenilemenin yavaş olduğunu düşünmekle birlikte hayal edilen hızı yakalayabilmek için ciddi bir ekip ve dönen paraya ihtiyaç duyuluyor. Zaten bu hızın artması için Musiki Dergisi’ne bir talep de gelmiyor.

Dergideki ana konu başlıkları şöyle:

- Arabesk Dönüşüm
- Araştırma Yazıları
- Basından
- Bilgi
- Çalgılar
- Cevabi Yazılar
- Değerlerimiz
- Din ve Müzik
- Eleştiri/Kritik
- Etkinlikler
- Festivaller
- Fikir Yazıları
- Haberler
- Kategorilenmemiş
- Kitaplar
- Kongre.simp.panel
- Konserler
- Kültürel Öneriler
- Müzik Dışından
- Ödüllü Ezgiler
- Okuyuculardan
- Röportajlar
- Site İçi Bilgilendirme

- Spot
- Tarih ve Anılar
- Toplum ve Müzik
- Türk Halk Müziği
- Yarışmalar
- Yazarlarımız
- Yazılar
- Yorumsuz

Musiki Dergisi Google analitik verilerine göre ortalama 1000-1500 giriş sayısında. Yaz tatillerinde bu sayı yarı yarıya düşüyor. Şimdiye değin dergimiz 2.227.900 kez ziyaret edilmiş.

Dergideki yazı sayısı gün geçtikçe büyüyor. Bugün itibarıyla yukarıdaki kategorilerde 1826 adet yazı bulunuyor.

Gündelik Yazı-Akademik Yazı İhtiyacı: Müzik ilgilerinin, müzikolog adaylarının gündelik ve akademik müzik yazısı okumaya ve yazmaya ihtiyacı var..

Hakemli Dergi - İndeksli Dergi: Günümüzde hakemli dergi ihtiyacı ile pek çok üniversiteye ait birim-fakülte-konservatuar gerek müzik, gerekse müziği de içine alan sosyal alanlar içerikli hakemli ve indeksli dergiler yayınlamaya başladı.

Peki günceli yakalayan, bir yandan da akademik ve araştırmacı bakış açısını koruyan yayınlar var mı?

Musiki Dergisi beklentiler doğrultusunda 2014 yılı ortasından itibaren kendisi yanında “Musiki Dergisi Akademik” adı altında önemli müzik uğraşanlarımızdan oluşan bir hakem heyetiyle hakemli dergi olma sürecini başlatıyor.

Bizlerin işi sanat, alt dalımız ise müzik... Dolayısıyla tüm uğraşanlarımızın faaliyetlerinin tanıtımına, duyurmaya/duyurulmaya ihtiyacı var. Ama gel gör ki tanıtımda/duyurmada en önemli yazı olan "basın bülteni"nin dahi kaleme alınamadığı konusunda büyük eksiklerin, yetersizliklerin olduğunu görüyor, Musiki Dergisi olarak yaşıyoruz.

Medya ile iletişim kurarken habercilerle/gazetecilerle empati kurabilmeleri bülten yazarları için önemlidir. Yazdıklarının haber değeri taşıması gerekir.

Ve bir ek:

Basın bülteni hazırlamada temel notlar:

Basın bülteni güncel ve özgün olmalıdır. Yani o konuda daha önce yayınlanmış bilgilerden farklı bilgiler içermelidir.

İlginç unsurlar taşınmalı ve dikkat çekecek, özenli bir üslupla yazılmalıdır. Diğer basın bültenleri arasında sizinki öne çıkmalıdır. En büyük ve yaygın yanlış farklı yayın kuruluşlarına aynı basın bültenini göndermektir...

Bülteninizin yayımlanma olasılığı yükseltmek için:

Bültenin gönderileceği gazetenin/TV'nin/radyonun yayıncılık anlayışının çok iyi bilinmesi ve bültenin buna göre hazırlanması gerekir.

Farklı medya kuruluşlarının kültür sanat etkinliklerine bakışları ve attetikleri değerler birbirlerinden farklıdır.

İyi bir basın bülteni iyi bir haberdır...

Basın bülteni türleri içinde bizi iki tanesi daha çok ilgilendirir. Yayımlanma amacıyla hazırlananlar yani haber yapılmaya hazır temel bilgileri içerenler; bilgilendirme amaçlı olanlar yani bilgilendirme amaçlı, basın amaçlı olmayan kısa bültenler.

Radyo bültenlerinde dil çok açık, cümleler hem spiker hem de dinleyici açısından kısa ve etkili kurulmalıdır. Çünkü dinleyicinin dikkat süresi kısadır. Dil konuşma diline yakın olmalıdır. Yayın süresi bülten üzerine yazılmalıdır. İdeal süre 30-60 sn'dir. Okunması güç sözcüklere yer vermemek iyi olur. Bunun için yüksek ses ile okunmalıdır.

TV bültenlerinde yazılı metnin yanısıra ses, görüntü, müzik öğeleri de eklenmeli, bu öğeler olabildiğince hareketli olmalıdır. TV bülteninin daha profesyonellik istediğini belirtmeliyiz.

Fotoğraf en önemli destekleyici unsur olup alt yazı, bilgi notu mutlaka eklenmeli, alt yazıda yorum yapmaktan kaçınmalıdır. Fotoğraflar insan ögesi içeren, performans sırasında çekilmiş, hareketli olanlarından seçilmelidir.

Basın bülteni hazırlamada 5 N - 1 K maddeleri iyi bir plandır:

Ne? Hangi konser/etkinlikle ilgili

Ne zaman?

Nerede?

Nasıl? Konser/etkinlik amacı, içeriği

Neden?

Konserin etkinliğin amacı ve Kim? Hangi sanatçı/koro/topluluk vs.

Gazetecilik pratiğinin en yöntemlerinden ikisi "ters piramit" ile "düz piramit" yöntemidir.

Ters piramitte en önemli bilgiler girişte yer alır: 5N 1K ve özet; etkinlik ayrıntıları, sanatçı, eleştirmen ya da izleyicilerden alıntılar ile diğer ayrıntılar...

Düz piramitte bültenin tamamını okutmak amaçlanır. bunun için de ilginç ayrıntılı bir giriş gereklidir. Önemli bilgiler ve asıl bilgiye ise daha sonraki paragraflarda yer verilir.

Yapılmaması gerekenler: Bilgiler önemli diye büyük harf kullanılmamalı, italik yazılması önerilen sözcüklerin altı çizilmemeli, 10 rakamı üzerinde sayılar yazı ile yazılmalı, bir kişinin sözünden direkt alıntı yapmıyorsanız tırnak işareti kullanmayınız.

Yapılması gerekenler: Açık olarak tarih gün/ay/yıl bulunmalı, birden çok sayfa varsa biten sayfanın altına "devamı diğer sayfada" ibaresi koyulmalı, hangi tarihten sonra basılması gerektiği hususuna "ambargo" denirse de bu ambargodan kaçınmak iyi olabilir.

İyi bir basın bülteni hazırlarken, kendinizi editör yerine koymak faydalıdır. Editörün alanına müdahale etmeyiniz.(1)

Ve internet sanat dergiciliğinde başka bir boyut tesbiti:

Sanat kendini reklam verene beğendirmek zorunda...

Hemen bütün medya-kültür sektörü; para karşılığı satamadığı, teknolojinin meta olmaktan çıkardığı kültür ürünlerinin üretimini nasıl devam ettireceğinin, bunları yeni bir meta haline getirebileceğinin yollarını araştırıyor. Fikir ve hak sahipleri ne kadar hukuk ile ürünlerinin taklidi, korsan üretimi ve satışı ile mücadele ederlerse etsinler, teknoloji ile baş edemiyorlar.

Gazete ve dergiyi parasıyla satmanın devri geçiyor. Yeni çıkar yol ise bu dergi gazete veya kültür ürününün daha çok sayıda tüketiciyle buluştuğunu kanıtlamak ve sonrasında bu kanıtlarla reklam verenin kapısını çalarak bir reklam

almak veya sponsor bulmak. Giderlerin bir kısmı da günümüzde politik veya ekonomik patronajlar tarafından karşılanıyor. Ne karşılığında olduğu sorusunun cevabını tahmin edersiniz.

Her tür medya-kültür ürünü tüketici için bedavalaşıyor ama bu değişim başka bir bedel ödetiyor. Sanat kendini reklam verene beğendirmek zorunda gibi görünüyor. Direnenler bu işi para değil hizmet amacıyla yapanlar olarak yer alıyor.(2)

SONUÇ

“Yazı yazmak”, tıpkı “okumak” gibi bir gelenek, bir alışkanlık biçimidir. Kitap satın almak da öyle... Bu alışkanlığın oluşturulması süreci tabii ki konumuzun dışında. Ama ülkemizde eğitim veren on kadar müzikoloji bölümümüzde okuma, yazma, kitap satın alma alışkanlığının kazandırılmamış olması bizi yeterince ilgilendirmeli.

Tıpkı müzik öğrencilerinin kendileriyle ilgili etkinlikleri konserleri, sempozyum ve panelleri takip etmeleri alışkanlığının kazandırılması gibi...

Ve belki de, müzikoloji bölümlerimizde “müzik yazarlığı” alt dalının kurulması zorunlu hale gelmeli.

- (1) Hakan Ergül “Basın bülteni hazırlamada temel noktalar” Musiki Dergisi, 24 Ocak 2009, <http://www.musikidergisi.net/?p=833>
- (2) Mustafa Sönmez “Sanat kendini reklam verene beğendirmek zorunda” Musiki Dergisi, 18 Ağustos 2011, <http://www.musikidergisi.net/?p=1897>

İTERAKTİF MEDYADA SES VE TİPOGRAFİYİ BİRLİKTE KULLANAN MOBİL UYGULAMA ARAÇLARI

Çağatay BİLSEL

Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İletişim Tasarım
Bölümü, cbilsel@gmail.com ,cagatay@yildiz.edu.tr

ÖZET

İnteraktif medyanın (etkileşimli ortam) önemli bir ögesi olan Ses ve tipografiyi birlikte kullanan uygulama araçları ele alınarak konuyla ilgili örnek araçlar kullanıcı ile nasıl etkileşim sağladığı ve bu uygulama araçlarının hangi konulardan oluştuğu, uygulama araçları ile ne tür çalışmalar yapıldığı, eğitim bilimlerinden çok bütünüyle görsel iletişim tasarımı açısından ele alınıp araştırılmasıdır. Bu kapsamda uygulama araçlarının yaratıcı, işlevsel ve görsel öneri üretimlerine değinilmiş; teknikler, tanımlar, yurtdışı örnekleri incelenmiş ve analizi yapılmıştır. Bu bağlamda, bu çalışmada amaç; interaktif medya tasarımında ses ve tipografiyi birlikte kullanan mobil uygulama araçları kapsamında, örnek metinler ve uygulamalar üzerinden interaktif medya bağlamında nasıl üretildiklerini ortaya koymak ve güncel hayatın içinde yer alan mobil uygulamaların kullanıcılara katkısı sorgulamaktır.

Anahtar Kelimeler: Medya – Müzik – Tipografi – Yazı – Mobil – Araçlar - Ses.

ABSTRACT

Interactive media (interactive media) is an important item, sound and typography with applications that use tools by considering the relevant sample means users how they interact with provides and that the application of tools which subjects are comprised of application

tools, and what kind of work is done, education, science, many of the entirety of visual communication is investigated and handled in terms of design. In this context, the application of the means of creative, functional and visual recommendations are addressed to the production, techniques, definitions, examples

Keywords: İnteractive, Media, Mobile, SApplication, Audio, Typographyt, Tools

GİRİŞ

İnteraktif medyanın (etkileşimli ortam) önemli bir ögesi olan işitsel boyutu olan sesin, iletişim unsuru olan tipografinin esas alınarak, konuyla ilgili uygulamalarının hangi konulardan oluştuğu ve bu alanda ne tür çalışmalar yapıldığı, yaratıcı örneklerin araştırılmasıdır. Söz konusu amaç doğrultusunda yapılan ön araştırmada, yaratıcı ve işlevsel, görsel, işitsel öneriler üretildiği gözlemlenmiştir.

Multimedya(çoklu ortam) tasarımı tek başına görsele değil, yazı ve görüntünün, sesin uygun şekilde bir araya getirilmesine dayanmaktadır. Yaptığım araştırma sonucunda interaktif media tasarımı alanında üretilen uygulamaların yaratıcı olmalarının bazı sebeplerine bakıldığında bunlar;

- iletişim unsurlarının ‘*tipografik*’ estetik ve teknik düzeyi,
- görsel çözümlerdeki yaratıcı dinamikler,
- Yazı-görüntü ve ses ilişkisi olabilir.

Bu uygulamalarda anlatılan araştırma, yazı, sesin ve görüntünün ilişkisinin nasıl ele alındığı, kullanılan yöntem ve stiller konusunda uygulamaların ne şekilde yapıldığı sorgulamaktadır.

KAPSAM

Araştırmanın kapsamında, interaktif medya alanında yapılan yazı-sesin birlikte ve ayrı kullanımlarının yapıldığı uygulamaları belirledik. Bu kapsamda elde edilen veriler yukarıda belirtilen amaç doğrultusunda araştırma yapmaya yetecek düzeydedir. Araştırmada söz konusu yazı-sesin mevcut örnekleri incelenmiştir.

YÖNTEM

Araştırma amacı ve araştırma kapsamı doğrultusunda, İnteraktif medya alanında üretilen uygulamaların şekli, stillerinin saptanması.

01_Çalışma şekillerin belirlenmesi

02_Etkileşim yöntemleri

03_Değerlendirme

İnteraktif medya alanında üretilen uygulamalarda yazı-sesin birlikte ve ayrı kullanımlarının yapıldığı uygulamaları etkileşim, eğitici, eğlendirici özellikleri üzerinde durulmuştur.

Uygulamaların yaratıcı, öznel yaklaşımının yanı sıra farklı ve ayrıntılı bakış açısıyla üretimlerine dikkat edilmiştir.

Yazı ve ses uygulamalarının kullanımında kullanıcıların yaratıcı çözümler üretmelerine yönelik ve görüntüyü ses-yazı ve hareketle birleştirerek etkili oldukları düşünülmüştür.

Yazı ve ses uygulamaları işitsel ve iletişimsel görüntünün oluşması aşamalarında uygulayabilir ve yaratıcı yorumlara ulaşabilmeyi hedeflemiştir.

BULGULAR

İnteraktif medya amaçlı ses-yazı uygulamaların incelenmesi sonucunda, interaktiviteⁱ ağırlıklı projelerde ve ara yüz tasarımlarında kullanıcıların tipografinin ve sesi etkin bir şekilde kullanabilme becerilerini geliştirmeye yönelik uygulamalar geliştirdikleri düşünülmektedir. Anlatılmış olan bütün bu araştırmanın belli bir amacı vardır. Bu amaç, interaktif ortam tasarımında ses ve tipografiye dair yaratıcı, eğitici ve eğlendirici çözümler üretmeye yönlendirmektir

İnteraktif medya tasarımının bilim alanı geniş kapsamlı bir analiz, sentez ve planlama + tasarım işidir. İnteraktif medyada kullanılan ses ve tipografi alanında her aşama ve sonuç ürün için uygulama önemlidir. Sesin analizi ve yönetimi için uygulama araçlarına ihtiyaç duyulur. Tipografi yazı sanatı basılı mecranın ve dijital medyanın vazgeçilmez öğelerindendir. Basılı ve dijital medyada ses ve tipografi tek başlarına işlev sağlarken interaktif medyada birlikte çalışabilen uygulamaların üretilmesine olanak sağlar.

İnteraktif medya tasarımında gerek sonuç uygulama ürününün anlaşılabilirliği gerekse uygulama ürününün yer aldığı ortamın / ürünün düzenlenmesi açısından tasarım süreci ile karşı karşıya kalınır. Tipografi ve ses uygulamalarında yaratıcı düşüncelerin aktarımı, kullanıcılar tarafından anlaşılır ve yorumlanması, geleceğe yönelik tasarlanması ve sunulması işinde ürünlerin kendini anlatıyor olması beklenir. Sonuç ürünün soyut anlatım tekniği ile somuta uygulama aşamasına işaret ediyor olması, yani insanın yapay çevresinin kurallarını, interaktif ortamın koşullarına, topluma uygunluğunu kapsamayı yapılan işin öneminin göstergesidir.



Resim 1: <http://theinspirationroom.com/daily/2013/apple-ipad-alive-together/>

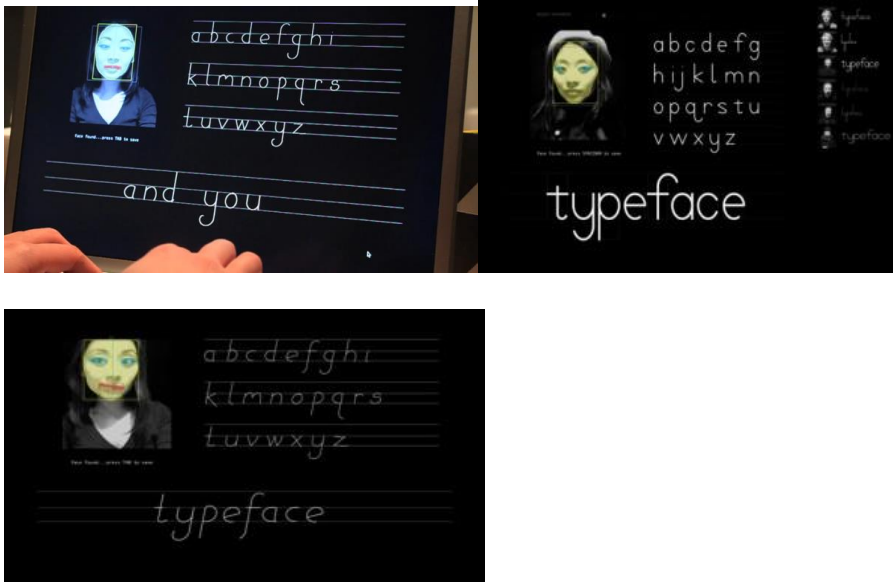
İnteraktif medya tasarımı ses, tipografi, etkileşim; çoklu ortam tasarımıdır. Bunun için; ses (müzik, nota, melodi, ritim) ve yazı (alfabe, font, harf) tasarıma aktarımında grafik tasarım ilkelerinin, tasarım elemanlarının, evrensel gösterim tekniklerinin bilinmesi vb. gibi kurallar, ses ve tipografinin karşılıklarının ve uyumunun öğrenilmesi, bunun yanı sıra insanın biyolojik kapasitesinin, algılamının ve fiziksel ortamın, teknolojinin getirdiği kısıtlar... söz konusudur. (sanatın her dalında kullanılan) ses ve tipografi tasarım ilkelerini ve grafik ifade tekniklerinden faydalanmak gerekmektedir.



Resim 2: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bulkypix.typerider>

Type:Rider

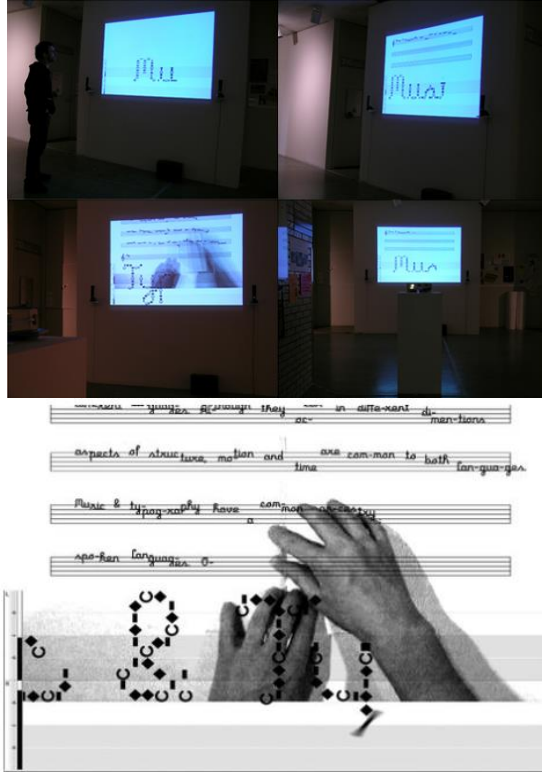
Rider AGAT tarafından üretilen bir macera bulmaca oyunudur. Avrupa kültürünü yansıtan ilk TV kanalı video oyunudur. Tarih ve Fonts& Karakterlerin sırlarını ortaya çıkarmak için bu büyüleyici ve eşsiz bir deneyim kazandıran 2 nokta hareketi ile oynanan ve tipografik stilleri ve teknikleri kullanarak çağlar boyunca seyahat ettiren Type:Rider prehistorik kaya resimlerinden başlayan oyun çok büyüleyici bir müzikal ses kullanırken görsel ortamda en popüler yazı tipleri ve karakterini de kullanarak (Garamond, Helvetica, Times New Roman, Pixel, Comic Sans ...) oyunu kullanıcıya eğlenceli bir bilmece dönüştürmektedir..



Resim 3: <http://www.creativeapplications.net/processing/typeface-processing/>, 2010

MaryHuang tarafından oluşturulan uygulama, yazı biçimi, birtipo grafik portre gibi, her birey için bir yazı oluştururken, yüz tanıma özelliği ile dikkat çeken ilginç bir tasarım çalışmasıdır.

Ses, tipografi, etkileşimin çıktısı olarak ‘kullanıcılara kazandırılan beceriler’ uygulamaların icrasına yönelik yazılı-ses ifade tekniklerinin öğretilmesini/geliştirilmesini de kapsamaktadır. İletişim tasarımı mesleğinde çok yönlü düşünebilmek, bunun yanı sıra yoğun emek ve birikim sonucu ortaya çıkan ürünü takdim edebilmek / anlaşılır kılmak becerisi önem taşımaktadır.



Resim 4: <http://www.coroflot.com/ptressler/sound-n-typography>

Proje çağdaş, estetik, hareketli sözlü ve yazılı bir dil içinde ses cihazları kullanımıyla disiplinlerarası söylemini güçlendirmek için eş zaman içinde çalışır.

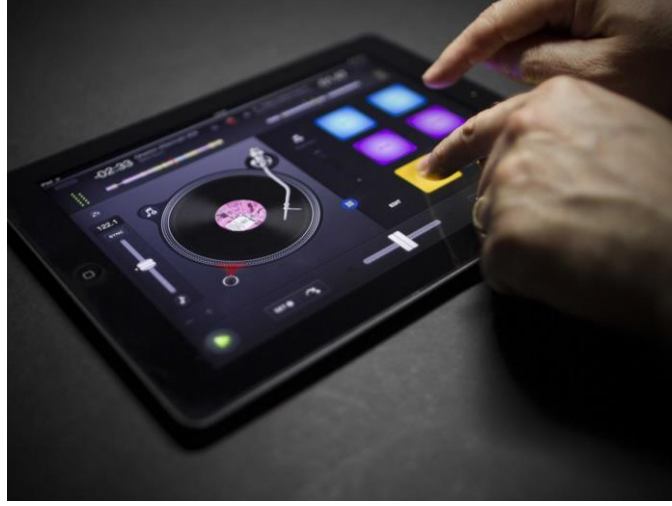
Ses ve tipografi alanında geliştirilen uygulamalar kullanıcının düşünme yetilerini yaratıcı deneyimlerle kavramsallaştırma aracılığıyla geliştiren, tasarımcılar geleceğin uygulamalarına -yaratıcılığı da katarak- düşündüklerini farklı ifade teknikleri kullanarak, oynamak ve izlemek ve dinlemek, yazmak birbirleri ile nasıl etkileşime ya da elektronik aleti ile yaptığınız bu eylemlerin görüntü unsuru, işitsel boyutu, iletişim unsuru, hareket unsuru temellerinin bir interaktif üründe bulunması çok doğaldır.



Resim 5: <http://www.creativeapplications.net/processing/laika-processing/>

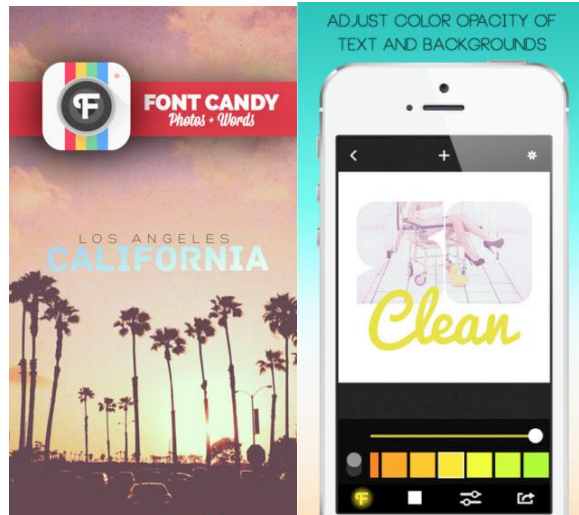
Laika, yaratıcıları Michael Flückiger ve Nicolas Kunz dur. Onların dediği gibi". Değişim, dönüşümü ve şartlara cevap verir" dinamik bir yazı aracı olan laikanın yaratıcıları:

"Sorular, doğmalar çıkmaza ve tamamen yeni tasarım sorunu ortaya atmazsınız ve böylece dijital tipografi ve ses tasarımı anlayışı devrim potansiyeline sahip bir yazı aracı üretemezsiniz."diyor.



Resim 6: <http://www.algoriddim.com/>

Algoriddim şirketi tarafından üretilen iTunes ile entegre çalışan ödüllü DJ uygulaması. Özetle denebilir ki, tüm bunların yanında oluşturulan uygulamaların oyuncak, performans aracı, sanat eseri, eğitim aracı olarak ses ve tipografinin bütünleşik olarak kullanıldığı bir tasarım uygulamalarının örneklenmesidir.



Resim 7: <https://itunes.apple.com/us/app/font-candy-typography-photo/id661971496?mt=8>

Font candy görsel üzerinde tipografik düzenlemeler yapmamıza yarayan bir uygulamadır. Ses tipografisi ve etkileşimle farklı deneyimler sunmayı hedeflemiştir.



Resim

8:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=air.com.ampergram.ampergram>

SONUÇ

Yurtdışındaki örnekler incelenmiş; uygulamaların içindeki ses ve tipografinin yeri değerlendirilmiştir. Örnek uygulamalar araştırılmış ve analiz edilmiştir.

Yapılan araştırma sonucu iki farklı medyanın farklı ve birlikte kullanım modeli incelenmiş, farklı olan medyaların yöntemlerinin birleşimlerinden üretilen çalışmaların kullanıcı deneyimini arttıracakı düşünülmüştür.

Günümüzde etkileşimli ortam üzerinde oluşturulan uygulamaların yaratıcı tarafları tartışılmamaktadır. Tipografi ve ses uygulamaları çalışmaları kullanıcıların öğrenme deneyimini eğlenceli kılarken, görsel ve fonetik uygulamalarla tasarıma yenilikler kazandırması amaçlanmıştır. Günümüz mobil uygulama geliştiren tasarımcılar hedef kitleyi göz ardı edememektedir. Günümüz hayat akış hızının, geçmişe göre katlanarak artmış olması, iletişim uygulamalarının son kullanıcıya çok daha kısa sürede, etkili ve farklı bir uygulama olarak iletilmesini zorunlu kılmıştır. Tipografi ve ses, alanında yapılan uygulamalar, çok olumlu sonuçlar vermiş ve kullanıcıların son derece ilgi gösterdikleri yeni alanlar oluşturmuştur. Şurası kesindir ki amaç ne olursa olsun, neyle olursa olsun, eğlenirken yazmak duymak ve dokunmak her şeye değerdir. Bilgi çağını yeni medya araçları olan mobil uygulamaların sınırlarının ve ifade alanlarını daha genişleterek, sınırlarını aşacağına inanılmaktadır.

KAYNAKLAR

Kitap

IVERSEN, J, EIERMAN, M. (2013). Learning Mobile App Development: A Hands-on Guide to Building Apps with iOS and Android, ISBN-10: 032194786X

FORD, R. (2011). The App and Mobile Case Study Book, ISBN-10: 3836528800

DONALDSON, T. (2008). Shapes for sounds (cowhouse), ISBN-13: 978-1449381658

CLARK, J. (2010). Tapworthy: Designing Great iPhone Apps, ISBN-10: 1449381650

Internet

<http://www.creativeapplications.net/processing/typeface-processing/>, 2010

<http://theinspirationroom.com/daily/2013/apple-ipad-alive-together/>

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bulkypix.typerider>

<http://www.creativeapplications.net/processing/typeface-processing/>, 2010

<http://www.coroflot.com/ptressler/sound-n-typography>

<http://www.creativeapplications.net/processing/laika-processing/>

<http://www.algoriddim.com/>

<https://itunes.apple.com/us/app/font-candy-typography-photo/id661971496?mt=8>

BİR DAYAN(IŞ)MA BİÇİMİ OLARAK HALK MÜZİĞİ
(FOLK MUSIC AS A FORM OF SOLIDARITY OR ENDURANCE)

İlker ÖZDEMİR* Mihrap ESKİOCAK*

ÖZET

Müzik bir yandan, coşku, umut ve cesareti güçlendirici bir etkiye sahipken, öte yandan insanlara dünyanın acılarına, şiddet ve haksızlıklara karşı katlanma, dayanma gücü verir. Hayatın acılarına karşı bir dayanma yolu olarak işlev gören müzik, insanların iyi bir hayata duymuş oldukları özlemi dile getirme aracı da olabilir. Müzik, yaşama karşı derin bir duyarlılık ve farkındalık sağlamanın yanı sıra, insanları bir araya getirebilme: dayanışma_sağlayabilme özelliğine sahiptir. Müzik, adaletsizliklere karşı kayıtsız ve duysız kalabilmeyi sağlayabilirken, duyarlılık ve farkındalık kazandırıcı bir işleve de sahip olabilir. Bu, şüphesiz müziğin biçim ve içeriğine bağlıdır. Bu çerçevede müziği anlamak, aynı zamanda, toplumun yaşam biçimini anlama çabasını içerir. Temel sorunsalımız bir katlanma/dayanma biçimi olarak mı, yoksa bir duyarlılık ve dayanışma mı sağladığı çerçevesinde Türk Halk Müziği'nin yerini anlama çabasıdır. Bu makalede Türk Halk Müziğinin dayanışmacı işlevleriyle mi, yoksa yatıştırıcı özellikleri ile mi öne çıktığı tartışmaya açılmıştır. Sonuç olarak Türk Halk Müziği'nde dayanışmacı özelliklerden daha çok katlanma ve dayanma gücü veren yatıştırıcı öğelerin daha baskın olduğu sonucuna varılmıştır. İçinde bulunduğu toplumun politik, ekonomik ve kültürel koşulları ve bunların yanı sıra inanç ve dünyayı algılama biçimleri müziğin biçimlenişinde en temel etkenlerdendir. Türk toplumunun dünyayı mistik algılama biçimi ve gelişkin olmayan politik kültürü halk müziğinin biçim ve içeriğinde kendisini göstermektedir.

Anahtar kelimeler: Halk Kültürü, Halk Müziği, Sözlü Kültür, Dayanışma, Katharsis

ABSTRACT

Music, on one hand, has a reinforcing effect on excitement, courage and reviving hopes, but, at the same time it gives the power of folding and endurance against pains, violence and unjust activities of the world. Music, as a way of

* Yard.Doç.Dr., Çukurova Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim Bilimleri Bölümü, 01330 Balcalı-ADANA iozdemir@cu.edu.tr.

* Müzik Öğretmeni, Soğuksu Ortaokulu Beykoz- İSTANBUL mihrapeskiocak@gmail.com.

folding of the pains of life, can be an effective mean of expression of our aspirations to a good life. Music have a feature of bringing together the people and providing solidarity between them as well as providing deep awaranness and sensibility about the life. On one hand, music can provide being indifference and insensiblity against injustice activities, but, on the other hand, it can provide sensibility and awaranness about the realities of the life. Of course, this features are closely related with the form and content of the music. The effort of understanding music, at the same time, includes the effort to understanding society, of course. Our main problematic is the effort of understanding the place of Turkish Folk Music within the context of music as a form of folding and endurance or as a power of providing sensibility and solidarity. The place of Turkish Folk Music opened to discuss within the context of solidaristic features or narcotic features in this article. As a result of this investigation, it is concluded that, the narcotic features of Turkish Folk Music which provides the power of folding and endurance against the pains of life are greater than that of the solidaristic features of the Turkish Folk Music. The politic, economic and cultural conditions of a society, and also the forms the beliefs and perception of world are the basic factors that forms forming the music of this society. The effect of the mythical perception form of the world and the less developed political culture of the Turkish society are effective on the form and the content of the Turkish Folk Music.

Keywords: Folk culture, folk music, oral culture, solidarity, katharsis

GİRİŞ

Müzik büyük bir yoksunluktan, derin bir sessizlikten doğmuştur. Müzik evrenin sınırsızlığı ve hiçliği ile birlikte düşünülebilir. Müziğin kendi dünyasındaki ritim ve ilerleyişi saf ve mutlak bir evrenin de var olabileceğini bizlere gösteren bir işarettir aslında. Müziği insanlar açısından bu kadar çekici kılan unsur onun yüreğimize sürdüğümüz bir ecza olması ve bunun yanı sıra insanın bilinçdışına itmiş olduğu arzularına, özlemlerine ve korkularına seslenmesidir. Bu nedenle müzik hem neşe, coşku, umut ve cesareti güçlendirici bir etkiye sahip iken, öte yandan içinde yaşadığımız dünyanın acılarına, maruz kaldığımız şiddete ve haksızlıklara karşı katlanabilme, dayanma gücü verir insanlara. İnsanları arındırarak yaşamlarını sürdürebilmeleri için gereken içsel motivasyonu sağlar. Yaşamın sıradanlığına tercüme edilemeyecek olan müziğin dili, insanları dinginliğe erıştiren bir terapi seansı işlevi görebilir. Müzik aracılığıyla yaşanan acıların dile getirilmesi insanın varoluşsal acılarını katharsis yoluyla teskin edici bir işleve sahiptir. Bu çerçeveden bakıldığında yaşanan hayatın acılarına karşı bir dayanma yolu olarak işlev gören müzik, öte yandan, insanların daha iyi bir yaşama duymuş oldukları özlemin ve beklentilerinin son

sığınağı olarak da işlev görebilir. Sensitizasyon edebilme işleviyle yaşama karşı derin bir duyarlılık ve farkındalık sağlamanın yanı sıra, insanları bir araya getirebilme ve bu duyarlılık ve farkındalığı çoğaltabilme yani dayanışma sağlayabilme özelliğine de sahiptir. Özetle, kültürel bir narkotik olarak müzik bir yandan, bir toplumda var olan adaletsizliklere, eşitsizliklere karşı kayıtsız, duyarsız kalabilmeyi de sağlayabilir iken, öte yandan, bir toplumda var olan adaletsizliklere karşı duyarlılık ve farkındalık kazandırıcı bir işleve de sahip olabilir. Bu özellikler şüphesiz dinlenen müziğin biçim ve içeriğine bağlıdır. Bu nedenle müzik araştırmalarının müziğin form ve içeriği arasındaki bağlantıları kurabilmesi gerekir. Bu çerçevede müziği anlamak ve hissetmek, aynı zamanda, bir toplumun değerler sisteminin, yaşam biçiminin yeniden gözden geçirilmesi ve anlama çabası anlamına gelir. Bu nedenle müziğin biçim, içerik ve ritim sorunu toplumsal düzen ve bu düzenin değişimi açısından önem taşır.

Müziği dinlemek, onu anlamanın başlangıç yeridir. Halk müziğini oluşturan unsurlardan bir tanesi ve en önemlisi, içinde bir tarih barındırmasıdır. Hikayesi olan bir müziğe en yakın hissi duyabilmek, yani onu anlamak, daha kolaydır. Bu sebeple bir kültüre ait olan bir toplumun bireyleri, anlayıp hissettikleri bu müziği nesilden nesile geçirebilmiştir. İletişim araçlarının çok az olduğu zamanlarda bile, çok uzak diyarlara taşınabilen bu müziğin sihri, ortak yaşama biçimlerinden kaynaklıdır. Ortak hikayeler, acı ve hüznler, müzikle beraber halkı bir noktada birleştirebilmiştir. Halk müziğinin çoğunlukla “tek sesli” olması, tüm sazların hep birlikte aynı ezgiyi çalması, bir sevinçli ortak dille tezahür etmesi, bir acıya hep bir ağızdan gözyaşı dökmesi gibidir.

Temel sorunsalımız bir katlanma/dayanma biçimi olarak mı, yoksa bir farkındalık yaratma, duyarlılık kazandırma ve dayanışma mı sağladığı çerçevesinde Türk Halk Müziği’nin yerini ve konumunu tesbit edebilmek çabasıdır. Bu bağlamda Halk Müziğinin, halka ait olması, halkın beklenti, umut ve özlemlerini dile getirmiş olduğu gerekçesiyle, halkla bütünleşme açısından eleştiriden muaf tutulduğu gibi, var olan kapitalist toplumu dönüştürmeye çalışan devrimcilerin halk müziğine büyük önem verdiğini ve onu dönüştürücü/devrimci bir misyonla tanımladıklarını ve bu müziğe abartılı övgülerini hiç sakınmadıklarını görüyoruz. Bedri Rahmi “ne zaman bir köy türküsü duysam, şairliğimden utanırım” derken; Şair Nazım Hikmet ise 1960 tarihli son şiirlerinden birinde; “İnsanların türküleri kendilerinden güzel, kendilerinden umutlu, kendilerinden kederli, daha uzun ömürlü kendilerinden. Sevdim insanlardan çok türkülerini. İnsansız yaşayabildim, türküsüz hiçbir zaman. Hiçbir zaman beni aldatmadı türküler de”... demektedir. Halk müziğine yapılan abartılı övgülerin çokluğu ve halk müziğine eleştiri yöneltmenin neredeyse halk düşmanlığı gibi algılanması, halk müziğine eleştirel bir bakışı ve dolayısıyla da halk müziği üzerinde sağlıklı analizler yapabilmeyi güçleştirmektedir.

YÖNTEM

Halk kültürünün en önemli alanlarından biri olan müzikte dayanışmacı özelliklerin mi, yatıştırıcı özelliklerin mi baskın olduğunun değerlendirildiği “Bir Dayan(ış)ma Biçimi Olarak Halk Müziği” başlığını taşıyan bu çalışmada, ele alınan konuya uygun olarak eleştirel bir yöntem izlenerek halk müziği örneklerinin biçim ve içeriği açısından söylemsel ve müziksel bir analiz amaçlanmıştır. Çalışmanın amacı bağlamında kalmak kaydıyla günümüz halk müziği örnekleri içerisinde geniş kitlelerce dinlenen ve paylaşılan türküler seçilmiş olup, bu türkülerin sözlerinde ve müziğinde hangi öğelerin daha baskın olduğu eleştirel bir değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Bu bağlamda, bu çalışmada öncelikli olarak halk kültürü ve halk müziğinin kültür içerisindeki yeri ve konumu üzerinde kuramsal bir arka plan oluşturulduktan sonra, bu çerçeve içerisinde türküler değerlendirilmiştir. Bu gerçekleştirilirken, çalışma konusunun gerektirdiği ölçüde eleştirel bir izlek ve bakış açısı izlenmiştir. .

KURAMSAL ÇERÇEVE

Halk müziğinin ne olduğunu bilmek için önce halk kültürü (folk culture), popüler kültür ve yüksek kültür arasındaki farkları bilmek gerekir. Halk kültürü ya da başka bir deyişle folk kültür geleneksel yaşam dünyasına, tarım toplumuna veya başka bir deyişle kırsal kesime ait bir kültür biçimidir. Halk kültürü toprağa dayalı bir üretim biçiminin kültürüdür. Popüler kültür ise kentlerin merkezinde yer almayan geniş kitlelerin yaygın beğenilerine işaret eder. Popüler kültür ile halk kültürü arasındaki temel fark halk kültürünün kırsal kesimde yer alan köy ve küçük kasabalara ait toprağa dayalı geleneksel yaşam biçiminin kültürü iken, popüler kültürün kentli bir kültür olmasıdır. Yüksek kültür, elit kültür ya da seçkinler kültürü ise ülkelerin merkez şehirlerine ait toplumun üst tabakasında yer alan insanlara hitap eden, başka bir deyişle toplumların seçkinlerine hitap eden bir kültür olmasıdır.

Halk müziği de ya da başka bir deyişle folk müzik, işte bu folk kültüre ve folk yaşam biçimine ait müziksel üretimlerdir. Bunun yanı sıra popüler kültür ve yüksek kültürden en önemli farkları bu müzik eserlerinin bilinen bir yaratıcısı (güfteci, besteci ve aranjör) olmaması, başka bir deyişle anonim olmasıdır. Bu aslında halk müziğinin güçlü tarafıdır. Halk müziği anonimdir, yani kimseye ait değildir ve kolektif bir üretimin ve yeniden üretimin eseridir.¹⁶ Halk müziği geleneksel folk yaşam biçimine ait anonim- kolektif müziksel üretimlerdir. Bir başka deyişle türküler tıpkı masallar, deyişler, maniler, halk hikayeleri gibi sözlü kültür dönemine ait kültürel ürünleridir. Sözlü kültür modernlik ve sanayileşme

¹⁶ Bu çerçevede bazı türkülerin güfteci (söz yazarı) ve bestecilerinin olduğu anımsatılabilir. Bunlar türkü formunda besteler olup, bunlara folk müzik ya da halk müziği denilip denilmeyeceği ayrı bir tartışma konusudur. Ozan geleneği de bir biçimde halk müziğine dahil olarak kabul edilirse o zaman bu kuram bir hayli tartışılabilir. Örneğin Neşet Ertaş ve Mahzuni Şerif’in bestelerini ne tür bir müzik sayacağız. Ama halka mal olmak ve halk tarafından , yeniden üretilmek halk türkülerinin genel özellikleridir.

öncesi döneme ait kültürdür. Bu dönemde yazı bulunmuş olsa bile toplumun sadece çok küçük bir kısmının okuma yazması olduğu ve geri kalanının ise ümmi (okuma yazma bilmeyen) insanlardan oluştuğu için kuşaktan kuşağa bilgi ve kültür aktarma işi sözlü olarak yapılmaktaydı. Yazılı kültür ve okullaşma toplumun geniş kesimine ulaşmadığı için çoğu tarımla ve geri kalanı da zanaatkarlıkla geçinen geniş kalabalıkların kuşaktan kuşağa kültür aktarma biçimi kolay akılda kalıcı atasözleri, deyişler, masallar, halk hikayeleri, darb-ı meseller, fıkralar ve türküler aracılığıyla aktarılmaktaydı. Bunda en önemli etken yazının yokluğu veya yeterince yaygın olmamasıydı. Kolay akılda kalan kültürel formlar aracılığıyla kültür aktarımı bir zorunluktur. Meslekler de okullar aracılığıyla değil usta-çırak yöntemi ile gelecek kuşaklara öğretilmekteydi. Bu anlamda halk müziğinin de bir sözlü kültür ürünü olduğunu söyleyebiliriz. Bu özelliklerinden yola çıkarak diyebiliriz ki; halk müziği, kırsal kesime özgü, folk yaşam biçimine ait, anonim/kollektif bir sözlü kültür ürünüdür.¹⁷

Bu açıklamalardan yola çıkarsak, halk müziğinin bugün otantik (özgün) biçimiyle üretilmeyeceği ya da yeniden üretilmeyeceği sonucu ortaya çıkmaktadır. Çünkü bu kültürü ve müziği üreten yaşam biçimi Türkiye’de de neredeyse tamamen ortadan kalkmıştır. Türküler artık kollektif olarak üretilmese bile türkü formunda besteler yapılmıştır ve yapılabilir. Ancak, 2000’li yıllarda türkü formunda beste yapabilecek insanların da artık kalmadığını öne sürebiliriz. Ancak, folk yaşam biçimi, büyük bir ölçüde ortadan kalkmış olsa bile, geçmişten bize miras olarak kalan halk müziği ürünleri çok geniş bir izler kitleye sahiptir.

Folk yaşam biçimine ait olan halk müziğinin, bu yaşam biçiminin müziği olarak kendiliğinden ortaya çıkan özelliği halk müziğinin kendiliğindenliği, yani otantikliği, başka bir deyişle sahiciliğidir. Bu nedenle halk müziğinin bir diğer adı da otantik (authentic) müziktir. Bir başka deyişle halk müziği özgün müzik anlamını da taşımaktadır. Authentic sözcüğü sahic, doğrudan anlamında bir kelimedir. Çünkü halk müziği yaşamın dolaysız yaşandığı bir kültüre aittir. İnsan ilişkilerinin aracısız, doğrudan yaşandığı bir kültüre ait bir müziktir. Başka bir deyişle, araya kitapta dahil olmak üzere yazının ve diğer medyanın (kitle iletişim araçlarının) girmediği, dolayimsız bir kültürün müziğidir. Halk müziği sözlü kültür dönemine ait olan ve bunun bir sonucu olarak sözlü iletişime, doğrudan aktarıma ve doğrudan söyleyişe dayalı bir otantik müzik biçimidir.

Bunu şöyle bir örnekle ifade edebiliriz: Osman’ı vurulan Osman’ın yavuklusu kendiliğinden feryat eder ve ağıt yakar. Osmanın mendili gelir aklına ve bir türkü yakar. Osmanım’ın mendili samanda sarısı ... diye ve devam eder. Halkta benimsediği bu türküyü hikayesiyle birlikte yaşatır. Kimse yazmaz

¹⁷ Folk yaşam biçimi, hayatın doğrudan deneyimlendiği, insanların kendi özgün deneyimleri ile yaşadıkları hayatı anlamlandırdıkları doğal ve yalın bir yaşam biçimini ifade eder. Halk müziği bu yaşam biçimine aittir. Bu yaşam biçiminin kendine özgü bir derinliği de vardır. Ancak, bilginin medya aracılığıyla dolayımıldığı günümüz tüketim toplumunda bu özgün yaşam biçiminin varoluşunu sürdürmediği ve yeniden üretilmeyeceği çok açıktır.

öyküyü, beste yapmaz... Halk yeniden üretir bu türküyü ve belki zamanla değiştirerek uyarlar... Bu sahicilik halk müziğinin en önemli özelliğidir. Yanında köprü olan bir suyun başında gördüğü ve sevdiği Emine’ye seslenen bir köy delikanlısının içinden geçeni olduğu gibi söyleyerek: kalk gidelim sevdiceğim karşı yakaya... demesidir bu. Böylesi doğrudan söyleyişler hayatın aracısız, dolayimsız yaşandığı bir iklimde, insan ilişkilerinin daha doğrudan olduğu bir kültürel iklimde yeşerebilir. Diğer halk kültürü ürünleri gibi, kitapların ve kitle iletişim araçlarının ürettiği kavramlarla değil daha yalın, belki basit ama aha içtenlikli bir biçimde insanların birbirine seslenebildiği bir kültürün ürünüdür halk müziği. Halk müziği merkezin değil taşranın müziğidir, yani kenarda kalmışların ya da başka bir deyişle kenarda bırakılmışların, merkezden uzak olanların müziğidir. Uzak semtlerin müziğidir. Halk müziğinin muhalifliği de buradan gelmektedir.

Halk müziği ya da halk deyişleri, diğer halk kültürü ürünleri gibi, basit ve herkesin anlayabileceği, tekrar edebileceği ve anımsayabileceği deyişleri içerir. Modern yaşama ait sanat ve edebiyat ürünleri gibi rafine bir anlatım biçimine sahip değildir. Sanat ve edebiyat ürünleri rafine (inceltilmiş) bir zevk ve duyarlılık sahibi olmayı gerektirir iken, halk kültürü ve halk müziği herkese hitap edebilecek bir yalınlığa sahiptir. Sanat ürünleri rafine beğeni düzeyine ve duyarlılıklara seslenirken, türküler herkese seslenir. Halk kültürü ve müziğinde özgün halk deyişlerinin yaşama yön verişİ söz konusu iken, modern kültür ve sanatta ise yaşama yön veren bilgi türleri uzmanlık bilgisi, akademik bilgi ve sanatsal bilgidir. Bir yan da sözlü kültür döneminin ustaları, ozanları ve halk bilgeleri; öte yanda ise besteciler, akademisyenler, yazarlar, sanatçılar ve entellektüeller vardır. Kadim bilgelik ve bilim, geleneksel kültür ve modern kültür arasındaki karşıtlık halk kültürü ve yüksek kültür arasındaki farklılığı işaret eder.

Bu çerçevede, İstanbul’daki saraylar, av köşkleri ve boğaza nazır yalılar birer maddi yüksek kültür ürünü iken, otantik köy evlerimiz, halk zevkini yansıtan halk kültürü ürünleridir. Hünkar Beğendi, Vali Kebabı gibi yemekler yüksek kültürü, keşkek, ezo gelin çorbası ve benzerleri ise halk kültürünü temsil eden örneklerdir. Halk müziğini anlamak için halk kültürünü bir bütün olarak düşünmek gerekir. Ülkelerin resmi kahramanları ile halk kahramanlarına da bu çerçevede bakılabilir. Halk müziğinin yerini anlayabilmek için kent-kır, merkez-taşra ayırımlarına dikkat etmek gerekir. Büyük şehirlerde, merkezlerde halk kültürü de halk müziği de olmaz. Oralarda daha çok melez bir kültür ürünü olan popüler kültür ürünleri olur. Popüler kültür ise biraz ondan biraz bundan, biraz üstten biraz alttan, biraz merkezden biraz taşradan özellikler taşır.

HALK MÜZİĞİNİN EĞLENDİRME ve YATIŞTIRMA İŞLEVİ İLE DUYARLILIK KAZANDIRMA İŞLEVİ

Halk müziğinin kültür içindeki konumunu böylece işaret ettikten sonra temel sorunsalımıza dönebiliriz. Halk müziği toplumsal eşitsizliklerin mağduru olan insanlar açısından bir katlanma/dayanma biçimi olarak bir kültürel teskin edici: yatıştırıcı olarak mı işlev görmektedir; yoksa bunun aksine bir farkındalık yaratma, duyarlılık kazandırma ve dayanışma mı sağlamaktadır. Bu soruya değişik açılardan bakılabilir.

Müzik ve ritmi geniş kitleler açısından çekici kılan en temel özelliği müzik ve ritmin insanı eğlendirici ve haz verici kimliğidir. Ancak, bunu olumsuz bir özellik olarak saymamak gerekir. Çünkü eğlendiğimiz ortam bedenlerimiz üzerindeki baskıdan kendimizi bir süre ve bir miktar azat kılmamız nedeniyle daha çok insan olduğumuz bir ortamdır. Diyebiliriz ki, insanlar sokakta yürürken değil, eğlenirken daha çok insan olurlar. Eğlencenin insanları reel durumdan kısa bir sürede olsa uzaklaştırıcı bir kimliği vardır. Halk müziği de bu çerçevede eğlence merkezli bir müziktir. Ağır yas havaları ile başlayan türkü gecelerinin sonunda oyun havaları ile son bulması bildiğimiz bir gelenektir. Halkın acılarını ve travmalarını yansıtıyor olsa da, halk müziğinin haz ve eğlenme içeriği ağır basar. Bu da eğlence merkezli bir iletişim biçimini öne çıkarmaktadır. Bu nedenle başkaldırıcı, isyan edici içeriğe sahip türküler bile, son tahlilde başkaldırıcıyı değil, kabullenmeyi getirmektedir. İnsanlar türküler aracılığıyla bir yandan reel durumu yadsır iken, öte yandan ise suçu toplum-dışı özelliklere atarak, zalim felek diyerek reel durumu kabullenmekte ve müzik aracılığıyla acılardan kaçmayı, uzaklaşmayı yeğlemektedirler. Modern yaşama karşı pastoral özlemleri dile getirmek, kitabi bilgiye karşı kadim bilgeliği öne çıkarmak, akla karşı duyguları öne çıkarmak, bütün halk kültürü ürünlerinin olduğu gibi, halk müziğinin de başat özelliklerindendir. Halk müziğinde başkaldırıcı öğeler mevcut olmakla birlikte bu öğeler daha çok bireysel kahramanlık mitoslarına dayalıdır. İdoller üzerinden kendini anlatan halk kültürü ve müziği söz konusudur. Halk kültürü özellikle insanların acılarını anlatmak konusunda oldukça etkilidir ve ortak acılar ve yaslar etrafında bir buluşma sağlar. Ancak bu acılara karşı dayanışmacı bir başkaldırıcıya yöneltmek konusunda duyarlılık kazandırıcı işlevi zayıftır. Bu çerçevede, yiğitlik, kahramanlık, mertlik idollerinin insanları mobilize edebilme özelliği olmakla birlikte, bu idoller etrafından mobilize olmak, son tahlilde, insanları buluşturmak anlamında yarırsızdır. Halk kültürü ve dolayısıyla halk müziği ürünlerinin bütünlüklü bir analizi yapılmaz ise, ondan başkaldırıcı bir kimlikte çıkarılabilir. Bu doğru değildir. Çünkü, halk kültürü ve halk müziği sözlü kültüre ait ürünlerdir ve bundan dolayı bu ürünlerde geleceğe yönelmeden daha çok pre-historik bir kaçış söz konusudur. Burada sorulması gereken soru bu tarih öncesine kaçış eğilimi ve arayışının başka türlü bir hayat önermesine dayanak teşkil edip edemeyeceğidir. İnsanların geçmişten bugüne dek özlemlerini ve acılarını dile

getirmek ve ezilenlerin tarihi sürekliliğini göstermek açısından önemli bir işlevi olan halk müziği ürünlerinin daha eşitlikçi ve özgürlükçü bir toplum tahayyülüne katkısı, bir sözlü kültür ürünü olması ve sözlü kültürün derinliksizliği nedeniyle, sınırlıdır. Ancak folk kültürel değerleri incelemek, hiç kuşkusuz, geniş kitleler ile temas noktaları üretebilmek açısından önemlidir. Bu çerçevede içinde yaşadığımız toplumda yalın söylemlerin alıcı bulduğunu, ama biraz daha karmaşık söylemlerin alıcı bulamadığını, kitlelere ulaşamadığını görüyoruz. Bu yalınlıktan yararlanmak mümkündür. Karmaşıklıktan sonra rafine ederek yalın bir durum, söylem üretebiliriz. Basitten yana bir yaklaşım denemesinde bulunabiliriz. Çünkü söylem ne kadar yalın ve doğrudan olursa o kadar çok tepki topluyor. Ancak bu yalınlık ile basitliği birbirinden ayırt edebilmek ve yalınlık derken sıradanlaşma tuzağına düşmemek gerekir.

Öte yandan, Gürcü müziklerindeki çokseslilik de tamamen birbirini dinlemeye, ve gelen sese en uygun sesi, yani cevabı vermek amaçlı, yine ortak bir eylem esnasında, tarlada bahçede, çalışırken ortaya çıkmıştır. Coğrafi koşullardan kaynaklı olarak, birbiriyle karşılıklı tepelerdeki tarlalarda çalışan komşular, birbirlerini dinleyerek, birbirlerine eşlik etmişlerdir. Dinlemek bu yüzden, müziği anlamının başlangıç yeridir. Bunların her ikisi de müzikte birer dayanışma örneğidir. Daha geniş bir çerçeveden bakmak gerekirse, dünyada müziğin, topluluklar tarafından kullanılmaya başlandığı yerlerde, (şaman törenleri gibi) bireyler, yine ortak bir inanç için, ritmin insan bedeninde oluşturduğu hissi sunarak, müzik topluluğunu oluşturmuşlardır. Burada bireysellik yoktur. Aynı şekilde kiliselerde de ayinler benzer amaçla, benzer biçimde yapılır. Bireysellik burada da yoktur, herkesin ortak bir cümlesi vardır, her ayinin sonunda söylediği, A-men! Kollektiflik ve anonimlik bütün dünyada halk müziklerinin ortak bir özelliğidir. Bu özellik halk müziğini dayanışmaya yatkın kılar. Bireysellik dayanışmayı, bir acıya dayanmayı engeller. Halk müziğinde bireysellik yoktur. Müzik, icrası için bile bir toplulukla yapıldığında daha etkilidir. Topluluk içinde müziği seslemek, dayanışmayı ve acıya dayanmayı beraberinde getirir. Halk müziğinin ülkemizde son zamanlarda gençler tarafından yeniden keşfedilmeye başlamasının temel nedenlerinden birisi de yaşanan yoğun bireyselleşmeye karşı, kollektiflik, bir aradalık ve dayanışma gereksinimleridir. Köy ve kentte var olan halk müziğini karşılaştırdığımızda ise, köylerde halk müziğinin icrası ve halk oyunlarının kadınlı erkekli biçimde yapıldığını, birliktelik ruhunun daha köylerde güçlü olduğunu görüyoruz. Bu çerçevede dinsel baskının az veya çok olması da bu birlikteliği etkileyen nedenler arasındadır. Osmanlı'nın son, Cumhuriyetin ilk dönemlerinde kentlerdeki yaşamın köylere göre daha muhafazakar bir varoluş biçimini simgelediğini de söyleyebiliriz. Toplumsal yaşamın baskı altına alarak boğulması, dünyasal zevk ve eğlencelerin yasaklanması, düğün-dernek gibi etkinliklerin kadın ve erkeğin ayrı bulunduğu mekanlarda yapılıyor olması ve üretimle ilgili birçok törenin yok olması halk müziğini etkilemiştir. Halk müziğine ve icrasına yapılan baskılar, halk müziğinin gelişiminde önemli yaralar açmıştır.

Köylerde yaşamın kendisinden neşet eden müzik icrada daha özgür iken, kentleşmenin artışının doğal bir sonucu olarak halk müziğinin önemli ölçüde gerilemeye başladığını söylemek mümkündür. Kentleşmenin sonucu olarak özgün anlamıyla halk müziği üretimi giderek zayıflamaya başlamış, bu boşluk, müziksel üretimde arabesk krizi diye bildiğimiz krizlere neden olmuştur.

SONUÇ

Dünyadaki halk müziği örneklerine bakıldığında, hem dayanışmacı ve muhalif ögelerin, hem de katlanma, dayanma ve sızlanma ögelerinin halk müziğinde bulunduğu görülmektedir. Bu özelliklerin hangisinin daha baskın olduğu ülkelerin kültürel yapısına ve tarihine göre değişim göstermektedir. Araştırmamız sonucunda muhalif ve dayanışmacı ögelerin de bulunmasına karşın, Türk Halk Müziği’nde dayanışmacı özelliklerden daha çok katlanma ve dayanma gücü veren yatıştırıcı ögelerin daha baskın olduğu sonucuna varılmıştır. Halk kültürünün bir bileşeni olan müziğin biçimlenişinde içinde bulunduğu toplumun politik, ekonomik ve kültürel koşulları ve bunların yanı sıra inanç ve dünyayı algılama biçimleri müziğin biçimlenişinde en temel etkenlerden birisidir. Türk toplumunun dünyayı mistik algılama biçimi ve daha çok boyun eğmeye ve tevekküle dayanan veya dayandırılmaya çalışılan politik kültürü halk müziğinin üretiminin hem biçim, hem de içeriğini etkilemiştir. Yoksul halk kitlelerinin yoksulluklarının gerçek nedenlerinin bilincine varılmasının önlenmesi bu yoksullaşma ve yoksunlaşmayı bir kader olarak algılamalarına yol açmasının izlerini türkülerin hem biçim, hem de içeriğinde gözlemlemek mümkündür. Bu politik bilinç eksikliği, ya da politik bilincin çarpıtılması insanların acılarını dile getirme biçimlerini de etkilemiş, acıyı kader olarak algılamak bu kitlelerin yönetilmesini kolaylaştırıcı bir unsur olmuştur.

Daha önce de belirtmiş olduğumuz gibi halk kültürü ve dolayısıyla halk müziği belli bir yaşam biçimine, folk yaşam biçimine özgüdür ve özgün biçimiyle günümüzde yeniden üretilmesi mümkün değildir. Halk kültürü ve müziği bize geleneği, geleneksel yaşam biçimini anımsatır ve duyumsatır. Bu çerçevede o gelenek içinde kaynaşmış ve sabitleşmiş, günümüz toplumunun yenilenen ihtiyaçlarına cevap veremez hale gelmiştir. Halk kültüründen ve müziğinden dayanışma sağlayıcı ve dönüştürücü bir işlev beklemek doğru değildir. Halk müziği bizi eğlendirken bir araya getirmek ve birliktelik sağlamak açısından etkili olmakta, ama bu diğer yaşam alanlarına aktarılamamaktadır. Böyle bir beklenti içinde olunması hayal kırıklıklarına neden olmaktadır. Bu çerçevede, bugünkü biçimiyle, halk müziği yaşadığımız acıları anlaşılır kılmaktan daha çok katlanılır kılmaya, ortak bir gelecek için dayanışma sağlamaktan çok bu acılara dayanma gücü sağlamaya yaramaktadır. Uyandırdığı çağrışımlar, daha çok geçmişe ait olmaları nedeniyle, sınırlıdır ve varolan toplumu eleştiriyor sanılır iken, artık yaşanamayan ve yaşanamaz bir geçmişi çağrıştırdığından bütün modern değerlere karşı gelenekten yana olmak gibi muhafazakar bir çizgiye kolayca

kayabilmektedir. Halk kültürünü ve müziğini savunmak adına nostaljik ağıtlara yönelmek ve gelişkin yazılı kültüre karşı sözlü kültürü, bilime karşı kadim bilgeliği ve günümüz dünyasında folk yaşam biçimini savunmak yanlışına düşülmemelidir. Dolayısıyla bize, halk müziğinin geniş mirasından faydalanarak yeni türküler bestelemek düşmektedir. Bu zengin mirasın devamı olarak yeni türküler bestelenmelidir yeni sevdalara. Halk müziğinin yerini halk müziği geleneğinden beslenen bestelere bırakması hayatın evriminin doğal bir sonucudur.

KAYNAKLAR

Kitap

ADORNO, Theodor W. (2007). Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi, N. Ülner, M. Tüzel ve E. Gen (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.

KAYGISIZ, Mehmet (2000) Türklerde Müzik, İstanbul, Kaynak Yayınları

OKTAY, Ahmet (1992) Türkiye'de Popüler Kültür, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları

ONG, Walter J. (1995) Sözlü ve Yazılı Kültür: Sözüñ Teknolojileşmesi, Çeviren: S.Postacioğlu, İstanbul, Metis Yayınları

OSKAY, Ünsal (1982) Müzik ve Yabancılaşma, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları

ÖZBEK, Meral (1992) Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski, İstanbul, İletişim Yayınları

ÖZDEMİR, İlker (2011) Kültürlerarası İletişim, Ankara, Ankara Üniversitesi Uzaktan Eğitim Yayınları

SCOTT, J.C. (1995) Tahakküm ve Direniş Sanatları, Çeviren: Alev Türker, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

TEKELİOĞLU, Orhan (2006) Pop Yazılar: Varoşlardan Merkeze Yürüyen Halk Zevki, İstanbul, Telos Yayınları

Derleme

GÜNGÖR, Nazife (1999). Popüler Kültür Çıkmazı, N. Güngör (der.), Popüler Kültür ve İktidar içinde, Ankara: Vadi Yayınları, 9-17.

KELLNER, Douglas (2005). Kültür Endüstrileri. Kitle İletişim Kuramları, Erol Mutlu (der. ve çev.), Ankara: Ütopya Yayınevi, 233-239.

Dergilerdeki Makedeler

ADORNO, Theodor W. (2003). Müzik ve Dil. B.O. Doğan (çev.), Cogito: Sayı: 36, Sayfa: 320-324.

BİLİR, O. (2012). Bir Güç Alanları Sistemi Olarak Müzik Toplum İlişkisi. Doğu-Batı, Sayı: 62, Sayfa: 183-195

ÇAKMUR, Barış (2002). Türkiye’de Müzik Üretimi. Toplum ve Bilim. 94, 50-69.

MUTLU, Erol (2001). Popüler Kültürü Eleştirmek. Doğu Batı, Sayı: 15, Sayfa: 9-39.

MEDYA ve MÜZİĞİN DİLİ

Doç. Dr. Kamile AKGÜL

Yeni Yüzyıl Üniversitesi, İletişim Fakültesi

kamile.akgul@yeniuyuzyl.edu.tr

ÖZET

İnsanlık tarihi boyunca yönetsel güç sahiplerinin sanata bakışları hep çekimser bir seyir izlemiştir. Sanat ya tümüyle dışlanmış, yasaklanmış ya da çıkar beklentileri doğrultusunda amaçtan öte, araca dönüştürülmüştür. Bu anlamda sanatın hemen her dalı, payına düşeni almış ve bu tür yaklaşımlar sonucu, sanat durağan bir sürece sürüklenmiştir.

Tarihsel sürece tanıklık eden müzik yapıtları yaşanmışlıkların göstergesi niteliğini hiç yitirmemiş, toplumsal dönüşüme adeta ayna tutmuş ve olan biteni görünür kılmıştır. Bu gizil görevi sürecinde kitle iletişim araçlarıyla yakalanan buluşma çerçevesinde zamanda derinlik, uzamda yaygınlık anlayışı yerini zaman ve uzam kavramlarının ortadan kalkışına bırakmıştır.

Öyle ki, ulaşılan bu aşama toplumların ikna sürecinde bile medya yoluyla müziğin içeriğine gizlenen bir takım bilinç dışı (subliminal) iletilerle toplum tepkisiz kalmaya yönlendirilerek, kimi siyasal çıkarlara ulaşmak istenmiş ve hedeflenen sonuçlar elde edilmiştir. Sahip olduğu böylesi olağandışı güçle artık sanatın bu dalı, ötelenme tehlikesini aşmış, adeta bir silah olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Toplum duygularının dilinin, yıkıcı etki yaratan bir silaha dönüşümüne tanıklık etmekse, en az sanatın aldığı yara kadar, sanatçı ve sanatseverler üzerinde de derin izler yaratmıştır.

Anahtar Sözcükler: Medya, Müzik, Medyanın Dili, Müziğin Dili, Sanat.

ABSTRACT

Throughout the history of mankind the ruling power-holders have abstained from pursuing an expressive course with reference to their perspectives into the arts. The arts have either been excluded, forbidden as a whole, or transformed into a tool, rather than an end, in line with the expectations of some interests. In this regard, almost every aspect of art has got their own shares, and as a result of such approaches, the arts have been drifted into a steady process.

Works of music, having witnessed the historical process, have never lost their quality as the indicators of experiences, and mirroring the social transformation, so to speak, they have unveiled whatever events have taken place. Within the framework of contact with the means of mass-communication, the insights into depth in time and prevalence in space have been replaced by the elimination of the notions of time and space in the course of time.

This acquired position has reached such an extent that the society has been oriented towards being unresponsive, even in the persuasion process of communities by means of the media through a number of subliminal messages concealed in the content of music in order to fulfill some political interests, and the targeted results have been achieved. This aspect of the arts, having attained such an extraordinary power, has today overcome the risk of being disregarded and begun to serve as a weapon, so to speak.

Witnessing such a transformation of the society's emotions and language into a weapon that produces destructive effects has created deep impacts on artists and art-lovers with no less damage than the arts have been exposed to.

Keywords: Media, Music, the Language of Media, the Language of Music, Art.

GİRİŞ

İnsanlık tarihi boyunca yönetsel güç sahiplerinin sanata bakışları hep çekimser bir seyir izlemiştir. Sanat ya tümüyle dışlanmış, yasaklanmış ya da çıkar beklentileri doğrultusunda amaçtan öte, araca dönüştürülmüştür. Bu anlamda sanatın hemen her dalı, payına düşeni almış ve bu tür yaklaşımlar sonucu, sanat durağan bir sürece sürüklenmiştir.

Müziğin Orta Asya Uygarlıklarından Çin'in toplumsal yaşamına yoğun bir biçimde girişine ilişkin kaygı duyan İmparator Şi Huang, M.Ö.246 yılında toplumu “tembelliğe alıştırıyor gerekçesiyle” (Yener, 1990, 213) müziği yasaklamış ve gerek çalgıların gerekse dökümanların yok edilmesini emretmiştir.

Tarihsel sürece tanıklık eden müzik yapıtları yaşanmışlıkların göstergesi niteliğini hiç yitirmemiş, toplumsal dönüşüme adeta ayna tutmuş ve olan biteni görünür kılmıştır. Bu gizil görevi sürecinde kitle iletişim araçlarıyla yakalanan buluşma çerçevesinde zamanda derinlik, uzamda yaygınlık anlayışı yerini zaman ve uzam kavramlarının ortadan kalkışına bırakmıştır.

Öyle ki, ulaşılan bu aşama toplumların ikna sürecinde bile medya yoluyla müziğin içeriğine gizlenen bir takım bilinç dışı (subliminal) iletilerle toplum tepkisiz kalmaya yönlendirilerek, kimi siyasal çıkarlara ulaşmak istenmiş ve hedeflenen sonuçlar elde edilmiştir. Sahip olduğu böylesi olağandışı güçle artık sanatın bu dalı, ötelenme tehlikesini aşmış, adeta bir silah olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Toplum duygularının dilinin, yıkıcı etki yaratan bir silaha dönüşümüne tanıklık etmekse, en az sanatın aldığı yara kadar, sanatçı ve sanatseverler üzerinde de derin izler yaratmıştır.

Toplum davranışlarını kontrol altında tutmak isteyen görsel ve işitsel medyanın en önemli paydaşlarından biri olan müzik olgusu, öylesine vazgeçilmez bir düzeye taşınmış ki; diziler, reklam filmleri bir yana, haber programlarının bile, adeta kurumsal kimliklerinin birer parçası haline gelmiştir.

Medya ana başlığı altında gerek dizi, gerek reklam filmi, gerek sinema, gerek kamu spotu gibi farklı mecralarda oluşan beste istekleri, müzik dünyasını da canlı tutan önemli bir gerekçe oluvermiştir. Gerçekte birbirlerini tamamlayan bir bütünün parçaları olarak niteleyebileceğimiz medya-müzik ikilisi birbirlerinin anlamlarını derinleştiren içeriktedirler. Sanatın toplum yaşamındaki vazgeçilmezliği kadar, medya da iletişim çağının vazgeçilmezidir.

Tüketici davranışlarını biçimlendirmeye dönük çabalar sürecinde kitle iletişim araçlarının kendi içlerinde kurguladıkları iletişim ağı, etkili sonuçlara ortam hazırlamaktadır. Farklı sanat dallarının medya aracılığıyla kurdukları işbirliği bir yanda reklamcıların hedef kitlesini genişletirken, öte yanda reklam kampanyalarının etkinlik düzeyinde de artışa olanak sunmaktadır.

Ancak sözkonusu dayanışmanın kimi duyarlılıkları öne çıkarması beklenirken, sanatsal düzeyde olası dejenerasyonlara direnç koymak yerine, zemin hazırlıyor oluşu da ayrıca bir kaygı gerekçesi olarak kendini hissettirmektedir.

Sanatçı kadar medya çalışanlarının da üretim sürecinde yaşayabilecekleri olası tikanıklıkları giderebilmek adına, olur olmaz veriyi değerlendirme girişimi; etik olmamanın yanısıra, hem sanatsal hem de toplumsal duyarlılıklar yok sayılarak, yalnızca tecimsel yaklaşımla çırpınma çabalarıdır. Bu açıdan haber değeri olmayan bir konu kadar, müzikalitesi olmayan bir üretimin de, gerek

geleneksel medya yoluyla gerekse dijital medya yoluyla değerlendirilmesi, karşılaşılabilecek çarpıcı ve tanıdık örnekler olarak dikkat çekebilmektedir.

Öte yanda “sanat olayı ancak haberle doğabilmekte, haber olmadığı zaman adeta ölü doğmakta; yine ancak haberin süresi kadar yaşamaktadır. Böylece ömrü üç dakika süren tüketim kültürü gibi kısa ömürlü olmakta; bir iletişim metası olarak süre ve sayfa doldurma malzemesine dönüşmektedir.” (Çakır, 2013,151).

MEDYA-MÜZİK VE TOPLUMSAL ALGI

Toplumsal yaşamı çekilir kılan ve renk katan olguları kapsayıcı niteliğiyle dikkat çeken sanat olgusuna karşılık, medyanın çirkin yüzü, sanat için hep bir tehdit olarak varolmuş ve dönemsel değişimlerle biçimlendirilen siyasalar çerçevesinde etkinlik kazanmıştır.

Ancak ne medya ne yönetsel güçlerin baltalamaya dönük eylem ve söylemleri, sanatçının ülküsel erişme arzusunu bastırabilmiş, tersine kamçılayıcı bir etki yaratmıştır.

Biçimlendirilen toplumsal algıyla kontrol edilmek istenen toplum, yaratılmış popüler kültürle adeta uyuşturularak, tepkisiz kılınmak istenmiştir. İşte en acısı da zaten zehirle, panzehirin hammaddesinin aynılığı olsa gerek. Yani sanat. Özellikle de müzik.

Bu aşamada yaşanmışlıkların ve toplumsal eğilimlerin yansıması olarak nitelediğimiz bu olgu, biçim değiştirmiş ve subliminal iletiler yoluyla silah olarak kullanılmak istenmiştir.

Yaratılmış tüketim toplumu içerisinde müziğinde payına düşeni aldığı elbette aşikar. Medyanın ilgisi oranında hedefine erişebilen bu eylem, toplumda karşılık bulamadığı ya da haberdar olunmadığı durumda, geri bildirimin sağlanamayışı gerekçesiyle iletişimin tamamlanamadığı ve askıda kaldığı bir örnek olarak dikkat çekicidir.

Bu çerçeveden bakıldığında medya ve müzik birbirine göbek bağıyla bağlı ve birbirinin yaşam kaynağı iki unsur olarak dikkat çekmektedir. Ne yazık ki, medyanın gücü, popüler kültürün sözde sanatçıları kendi eserlerinden daha çok ilgilendirmiş, hatta varlık gösterebilmek için albümlerini birer araca dönüştürmüşlerdir. Artık “sanat sanat için mi, sanat toplum için mi? ” yaklaşımı yerini adeta sanat medya için yaklaşımına bırakmıştır.

Toplumun dili sanatın dilini, sanatın dili medyanın dilini biçimlendirmiş ancak geçiş sürecinde gelişen yabancılaşmayla bu dil, toplum cephesinde karşılığı olmayan ve anlaşılamayan bir kavram olarak yerini bulmuştur.

Popüler kültür her ne kadar topluma özgü olmayan, üstelik toplum değerleriyle ters düşebilecek nitelikte olgularla toplumu kendi içinde karşı karşıya getiriyor bile olsa, toplum tarafından geliştirilebilecek olası direnç, zamanla kırılabilme aşamasına kolaylıkla erişebilmektedir. Bu anlamda dünya ülkelerine kıyasla genç bir nüfusa sahip olma ayrıcalığı yakalamış Türkiye için, genç nüfusa sahip olma avantajı, kolaylıkla dezavantaja dönüşebilmektedir.

Çünkü gençler, popüler kültürün kurbanları olarak albenili bir hedef kitledir ve her zaman kolay ikna edilebilmeleri gerekçesiyle güç odaklarının vazgeçilmez uygulayıcıları olarak, toplumun yaşamsal alışkanlıklarını da değiştirebilecek güce sahiptirler.

Küreselleşme kisvesi altındaki tektipleştirme politikalarıyla dayatılan yeni ekinler çerçevesinde hiçe sayılan çocuk ve genç kuşağın, küresel güçlerin seçtiği kurbanlara dönüştürülmesi karşısındaki çaresizlik, kendiliğinden boyun eğişi beraberinde getirmektedir.

Ekinsel bozunmaya ortam hazırlayan bu eğilim, toplumsal değerlerinde önemli bir sarsıntı geçirmesine neden olarak gözükmektedir. Bedeniyle henüz tanışıklık sağlayamamış çocuk yaştaki hedef kitlenin karşı karşıya kaldığı tehdit gözardı edilebilecek nitelikten daha vahim bir düzeydedir. Klipte sunulan sapkın davranışların çocuk ve gençler üzerinde yaratacağı ruhsal hasarın bedeli elbette giderilemeyecek düzeylere erişmiştir.

Bu yönüyle irdelendiğinde medyanın farklı yüzlerini, çok kişilikli bir kimlik olarak niteleyebilmek de mümkün olsa gerek. Bu çok kimliklilik nabza göre şerbet siyasasını yaşanır kılabilme ayrıcalığıyla cazip gözükmektedir.

Medyanın yönetimle toplum arasındaki köprü gizil görevi dikkate alındığında bu çok kimliklilik eleştirel bir yaklaşıma gebe de olsa, bu sonucun medya patronlarının yönetsel güç sahipleriyle iyi ilişkiler kurma çabalarının bir ürünü olduğunu söyleyebilmek de mümkündür.

Yayın politikasının belirlenme sürecini de doğrudan etkileyen bu gerçek, yaşanan olayların dışlanarak yoksayılması yanında abartılarak yayınlanmasına kadar gidilebilmektedir. Medya kaydeder, ancak onay verilenleri(!).

Medyanın dördüncü kuvvet olarak nitelenişi bile, gerçekte bu olgunun öteki üç kuvvet kadar ne denli etkili oluşuna yeterince dikkat çekmektedir. Söz konusu niteleme; yasama, yürütme ve yargı üçlüsünün hemen ardında

konumlandırılan medya kavramının neden hedef olduğu, çekiştirilip durulduğu ve kumanda edilmek istendiğini açıklar nitelik taşımaktadır.

Algı yönetimiyle toplumsal yaşamın düzenlenmesinden, kurum imajının oluşumundan, sanatçı imajına değin neredeyse hemen her mecrada medyanın yoğun etkinliği, onun neden dördüncü kuvvet olarak nitelenişine belli bir oranda ışık tutmaktadır.

Medya, her ne kadar tek yönlü iletişim biçimi olarak nitelense de, medyanın kurgulandığı haber çerçevelerinin topluma etkilerinden söz edilirken, toplumun da medya çerçevelerini etkilediğini gözardı etmemek gerekmektedir. (Bilir, 2009, 50).

Ancak konu sosyal medya olduğunda iletişim biçimi artık çift yönlü gerçekleşebilmekte ve bu yönüyle özellikle gençleri etkisi altına alan etkileşimsel bir dijital mecra olarak etkinlik kazanmaktadır.

Uygarlık tarihi sürecinde tüm yenilikler insanlık yaşamında oluşmuş kimi gereksinimleri karşılamak ereğiyle biçimlendirilmiş ve etkilerini toplumsal yaşamın hemen her aşamasında hissettirmiştir. Yaratıcılık ve zihinsel arayışların ürünü olguların toplum yaşamına kattığı dönüşümler, bir süre sonra insanoğlunun vazgeçilmezleri oluvermiştir.

İşte kitle iletişim araçları bu endüstriyel tasarımın insan yaşamına kazandırdığı makine-insan ilişkisini daha pekiştirmiş, öteki insani eylemlerinden her geçen gün daha da uzaklaştırmış ve sosyal bir varlık diye nitelenen insanın asosyal bir varlığa dönüşümüne ortam hazırlamıştır.

Sosyal yaşamda önemli bir yer tutan medyanın yeni yüzü sosyal medya, adının aksine sosyalleşmenin karşıtı bir davranış biçimine neden olmakta ve aktif katılımcılarının sosyal yaşamdan soyutlanarak yalnızlaşmalarına ortam yaratmaktadır.

Bu yalnızlıkla başa çıkma sürecinde medya üzerinden sosyalleşen gençler için medya içeriği, toplumsal yaşamışlıkların öğrenildiği bir bilgi kaynağına dönüşmektedir. Aktarılan bilginin genellikle sorgulanmadan içselleştirilmesi, gençlerin medya üzerinden edindiği belli davranış ve düşünüş kalıpları içinde hareket etmesine neden olmaktadır. (Işık, 2009, 97-98)

Duyulan bu güven henüz kimliğini biçimlendirme sürecinde, toplumsal aidiyetini pekiştirmemiş gençler için medyanın çıkar odaklı siyasaları, yanıltıcı sonuçlarla karşılaşılmasına neden olabilmektedir.

Elektronik dönemin vazgeçilmez kitlesi gençlerin artık yüzyüze iletişime alternatif yeni iletişim ortamları ve yeni iletişim araçları kendilerini ifade ortamı yakaladıkları yeni mecralar olarak yaşam bulmuştur.

Zygmunt Bauman’a göre çağın insanı artık soyutlanamadığı belirsizlik duygusu, gelecek kaygısı ve düş kırıklıklarından kaçınmak ereğiyle, kimi bağımlılıklar geliştirmekte ve uzun soluklu sorumluluklardan kaçınarak, arzu nesnelerinden anında yararlanmak ve daha sonra da onları kaldırıp atma eğilimi göstermektedir. (Bauman, 2011, 193-194).

Artık neredeyse insan ilişkilerini kökten değiştiren bu yeni oyuncak, sanat anlayışına da başka bir boyut kazandırmış elektronik ortamda icra edilen yeni sanat dallarının, gelişimine olanak tanırken, varolan sanat uygulamalarında da yeni arayışların denenmesine olanak sunmuştur.

Bu arayışlar müzik açısından ele alındığında, gençlerin hedef kitleye ulaşabilmek için gerekli tüm araçları aradan çıkararak, kendilerini ifade edebildikleri olağanüstü olanakları barındıran sosyal medyanın gücü, bu anlamda oldukça çekici olabilmektedir.

Sanal iletişim biçimlerinin bireyi yalnızlaştırma yönündeki üstün çabasının aslında sanatsal eğilimleri artırma gereksinimini oluşturabilecekken, yarattığı kısır döngüde mağdur yine yaratıcı gücü ve hayal gücü sınırlandırılmış birey olmaktadır.

İşitsel boyuttan klipler yoluyla görsel bir şölene dönüştürülerek sunulan müzik eserlerinin gerçekte insan hayal gücünü sınırlayıcı yönü yanında, bilinçaltı ikna konusunda yakalanmış yeni bir mecra olduğu önemli bir ayrıntı olarak dikkat çekmektedir.

Müzik kliplerinin kurgulanma sürecinde müziğin gerçek icracılarının yoksayılması ve görüntülerinin neredeyse ekrana hiç yansıtılmaması, yaratılan sanal dünyanın içine çekilen izleyiciyle, gerçekte hedef kitlenin hayal gücünün sınırlandırılmak istenmesi ve albenili yaşamın rol model olarak sunumu, erişilmez şaşalı görüntülerle bu tür programların hedef kitlesini oluşturan gençleri mutsuzluğa sürüklenme olasılığıyla da eleştiri kaynağı olabilmektedir.

Duygusal güdülere seslenmek ereği güden ve bunu kurmaca olay ve kişilerle yarattığı öyküler yoluyla, hedef kitlede yeşertilen öykünme eğilimi sonucu, tüketime dönük ikna süreci kapsamında ürün ya da hizmete ulaşabilme isteği harekete geçirilmek istenir. (Kocabaş, Elden, 2011, 119).

İkna süreci kapsamında kullanılan eylem ve söylemler bütünü olarak nitelenebilen görsel medya, toplumsal yaşamdaki dönüştürücü gücünün bilinciyle etkin ve etkili olmayı sürdürülmüştür. İnsanoğlunun duygulanım sınırlarının

özenle ölçümlmelerinin yapıldığı ve bu veriler çerçevesinde biçimlendirilen yayın siyasalarıyla kontrol altına alındığını söyleyebileceğimiz birey, adeta hipnotize olmuş bir etkiyle medyanın boyunduruğu altına girmeye neredeyse gönüllü olmuştur.

Bu farkındalığın yakalanamadığı durumlarda kimileyin görsel şölen nitelemesi, sınırların zorlanmasıyla görsel şiddete dönüştürebilmekte ve gerek birey gerekse toplum üzerinde giderilebilmesi güç duygusal hasarlara neden olabilmektedir.

Toplum cephesinde meşrulaştırılmaya çalışılan şiddet eylemi ve nefret söylemi kitle iletişim araçlarının neredeyse olmazsa olmazları biçimine dönüştürülmüş, hedeflenen popülerite kriterlerinde liste başı oluvermiştir.

Algı yönetiminin medya aracılığıyla yapıldığını dikkate alırsak, medyanın sanatsal siyasaları kapsamında da toplum algısını yönettiği gerçeği tüm çıplaklığıyla kendini hissettirir. Toplumun beğeni düzeyinin belirleyicisi ve biçimlendiricisi olarak medya, sanatçının da yapıtının da toplum tarafından nasıl algılanacağını karar merkezi olarak tüm etkinliğiyle adeta güç gösterisi yapmaktadır.

Sanatsal eğilimler bu bakış açısıyla yorumlandığında çok değerli bir yapıt, medyanın ilgisizliğiyle mücadele sürecinde arka plana atılabilirken, gerçekten değersiz yapıtlar ve yorumlar abartılarak gündemi değiştirme aşamasına taşınabilmektedir.

İşte toplum bireylerinin bu noktada bilinç düzeyleri oldukça önem taşımaktadır. Sürü psikolojisiyle davranmayan, eğitim düzeyi yüksek bireyler, yaratılmak istenen algının büyüüne kapılmadan, kendi bilişsel ve duygusal iradeleriyle ve öncü tavırlarıyla, geleceğin sigortası olarak nitelenebilmektedirler.

Her ne kadar tek tip bir kitle yaratılmak istense de varolan gerçek, eleştiri kaynağı bile olsa, toplumların çok tipliliğidir ve bu durum, gerçek bir zenginliktir. Bu çerçeveden bakıldığında gerek medyanın gerekse müziğin kullandığı dilin, bu çeşitliliğin tamamını kapsayıcı ortalama bir düzeye taşınma gereksinimi söz konusu olabilmektedir.

Bu yönde gerçekleştirilen kimi analiz girişimlerinde hem biçime hem de içeriğe ilişkin kurgulama yapılırken, toplum profilini resmeden veriler elbette etkin bir biçimde kullanılmak durumundadır.

Ortaya konan çalışmanın niteliği, toplumsallaşma eyleminin niteliğini sigorta etmekte ve kutuplaşmaların önüne geçen biz duygusunu açığa çıkarabilmektedir. Varolan ortak zeminin farkındalığının sağlanması zor gözükken bu sonuca erişimi kolaylaştırabilecek, ortak duyguların daha da beslenmesini

sağlayabilecek ve öteki kavramının yarattığı etkiyi ve bu yönde geliştirilebilen mücadeleyi zayıflatabilecektir.

Dünya üzerinde varolan küresel güçlerin medya aracılığıyla da güçlendirmiş oldukları etki alanları çerçevesinde güçsüzleştirilmeye ve yokedilmeye çalışılan ötekinin kıymetliliği ancak oluşturulabilecek toplumsal dirençle sağlanabilecek ve biz olgusu daha da pekiştirilmiş olunacaktır.

Öteki kavramını düşmanla özdeşleştiren anlayışla mücadelenin tek yolu, ancak farkları eritme çabasının yerinin, toplumsal hoşgörüyü yoğunlaştırma ve yaygınlaştırma çabasına bırakılmasıyla mümkündür.

“Toplumsal çatışmanın başlangıç noktası olarak toplumsal iletişimsizlik, egemen ideolojik söylemin ırkçı bir içerikle “öteki”leri hedef alması ve toplumsal parçalanmanın yaşanmasını beraberinde getirir.”. (Çoban, 2009, 53).

Topluma dönük ekin sel, sanatsal ve eğitsel, konularda gerek bilişsel gerekse duygusal düzeyde olsun, toplumda karşılığı olan bir dilin kullanımı oldukça elzemdir. Bu karşılık ne denli birbirini tamamlar nitelikdeyse, etki o kadar yoğun biçimlenir ve hedefe erişim kolaylaşır.

Asrın iletişim çağı nitelemesi yanında iletişimsizlikse en büyük sorunsal olarak değerlendirilmeli ve duyarlılık geliştirilmesi gereken bir konuma taşınmalıdır. Bu anlamda ironik buluns a bile çözüm yine medya kanalıyla sağlanabilecek bir içeriktedir.

Medyanın işlevleri geleneksel anlamda irdelendiğinde haber verme, eğitim, gerek ürün gerekse hizmete ilişkin bilgi verme, inandırma, ikna ve eğlendirme çerçevesinde kodlansa da, toplumsallaştırıcı ve örgütleyici yönü de oldukça etkinlik göstermektedir.

Nasıl toplumsal değer yargıları ekin kavramı çerçevesinde nesilden nesile öğretilerek aktarılma üstünlüğü yakalayabiliyorsa, kitle iletişim araçları da kullandığı dil ve söylemleriyle savunucusu olduğu ideolojiyi toplumsal zemine yayma ve yaşatma sürecindeki etkinliğiyle gücünü ve cazibesini ortaya koymaktadır. Bu gücün algı yönetiminin hedeflendiği aşama da etkinliğiye elbette kaçınılmazdır. Algının nasıl edinildiği, öğretildiği ve değiştirildiği sürecine tanıklık, dil ve söylemin etkinliğini öne çıkarmaktadır.

Medya aracılığıyla karşıtlıkların vurgulanmasıyla yaratılabilecek toplumsal çatışma çerçevesinde gereksinim duyulacak barışçıl dilinse müziğin dili olduğu gerçeğini görme gereksinimi sözkonusudur.

“Sanatsal içerikli bir insan etkinliğinin özgür anlatım gücünün yarattığı olağanüstü çeşitlilik, insanoğlunun yaratıcı yeteneğinin sınırsızlığını bir kez daha

ortaya koymaktadır. Böylesi bir çeşitliliğin yarattığı duygusal birlikse, dili, dini, sınırları yokeden yönüyle müziğin biricikliğini sergilemesi açısından oldukça çarpıcıdır.” (Akgül, 2010, 234).

Toplumsal yaşamın önemli bir dinamiği olarak müzik Konfüçyüs’ün de belirttiği gibi “yaşamın akışı içinde geleneğini oluşturur.”. (Say, 2006, 45).

SONUÇ

Sanatçı içine doğduğu ekinle beslenme sürecinde ayakta kalabilme ve üretebilme telaşı içindeyken, bir biçimde toplumun baskısıyla yüzleşmek durumunda da kalabilmektedir. Sözkonusu sınırlandırılmışlıklar, sanatın varoluş gerekçesi olan, gözleme dayalı birikimlerin kullanımı konusunda da bir direnç ortaya koymakta ve sanatçının üretkenlik süreci kontrol altında tutulmak istenebilmektedir. Yaratıcılığın hiçe sayılması anlamına gelen bu eğilim, kendiliğinden oluşagelen döngüde bir aksamaya neden olabilmekte ve sanatçının toplumdan aldığını yeniden topluma aktarma çabası yaşam bulamamaktadır. Bu sonuçsa, yapılan müdahale sonrası yeni üretkenlikler doğal olarak toplumda karşılık bulunamamasına ve bir yabancılaşmaya neden olabilmektedir. Çünkü toplum kendinden üreyenin kendine yabancı olduğunu düşünebilmektedir.

Özgürlüğün olmadığı yerde yaratıcılığın sınırsızlığından elbette sözede bilmek pek mümkün olamamaktadır. Bu durumda özgürlük özgünlüğün sigortası olarak nitelenebilir. Sanatçı ancak kendini özgür hissettiğinde yaratıcılığını açığa çıkarabilecek ve özgün yapıtlara imza atabilecektir. Toplumsal değerlerin etkinliğiyle biçimlenen yaratıcılıkla yön kazanan yapıtın, toplumsal dirençle karşılaşabilme olasılığıysa elbette daha düşük oranlarda seyredecektir.

İşte bu farkındalıkla, çıkar beklentilerinden soyutlanarak kurgulanabilecek medya içeriğiyle sunulacak eylem ve söylemlerin toplumun diliyle topluma yansıtılması; hem toplumsal iletişimsizliği aşabilecek hem toplumsal duyarlılığı yaygınlaştıracak hem de hedeflenen toplumsal bütünlüğe erişimi medya, müzik ve toplumun ortak barışçıl diliyle yakalayabilecektir.

KAYNAKLAR

Akgül , Kamile. 2010. Ekinsel Müzik Yansıtıcısı Müzik ve Payına Düşen Toplumsal Yükümlülükler. İTÜ Müzikte Temsil. Müziksel Temsil II Sempozyumu. Müzik ve Dans Araştırmaları Dergisi, İTÜ , Yıl:1 Sayı:2, 234

Bauman, Z., 2011, Bireyselleşmiş Toplum, 2.Baskı, Çev:Yavuz Alogan, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

Bilir, Hüseyin, 2009, “Terör Medya ve Devlet”, IQ Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul

Çakır, Mukadder, 2013, “Medya ve Sanat”, Parşömen Yayıncılık, İstanbul

Çoban, Barış, 2009, “Medya Milliyetçilik Şiddet”, Su Yayınları İstanbul

Işık, M. (Ed.), 2007, Televizyon ve Çocuk . Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya

Kocabaş, Füsun, Elden Müge, 2011, “Reklamcılık (Kavramlar, Kararlar, Kurumlar)”, İletişim Yayınları, İstanbul

Say, Ahmet. 2006. Müzik Tarihi, 6. Basım, Ankara, Müzik Ansiklopedisi Yayınları.

Yener, Faruk. 1990. Şu Eşsiz Müzik Sanatı, İstanbul, Cem Yayınevi.

**RESİM-MÜZİK İLİŞKİSİNDE YENİ YÖNTEMLER, GRAFİTİ VE RAP
MÜZİĞİ ÖRNEKLEMİ**

**(NEW METHODS IN THE RELATIONSHIP BETWEEN PAINTING AND
MUSIC: GRAFFITTI AND RAP MUSIC)**

Yrd. Doç. Dr. Mehmet Emin KAHRAMAN

Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi,

kahramanmehmetemin@gmail.com

ÖZET

Sanat, oluşum ve gelişim sürecinde günlük yaşamdan ve kendi alt disiplinlerinin kurallarından etkilenerek günümüze kadar değişim gösterdi. Özellikle resim, heykel, müzik, tiyatro, edebiyat, dans...vs gibi alt disiplinler yeni kurallarla farklı yöntemler geliştirerek birbirlerini etkilediler. Bu etkilenme hızla diğer alt disiplinleri de etkileyerek romantizm, natüralizm, realizm, empresyonizm, post empresyonizm, fütürizm, fovizm ve ekspresyonizm, Dadaizm gibi akımların oluşumuna neden oldu. Sanat akımlarının gelişimi genellikle bir sanatçının ya da bir eleştirmenin ortaya attığı bir düşünceden yola çıkmış ve yine sanat camiasının yön vermesiyle şekillenmiştir. Sanat akımlarında aristokrat tabakanın (sanatçılar ve sanatsever olan aristokratlar)eleştirisi önemliydi çünkü sanatı, geliri yüksek halk tabakası sever ve takip ederdi. Bu tarihsel gelişimde halkın alt tabakası tarafından ortaya çıkan ve yine onların yaşadığı merkezlerde gelişen tek sanat akımı Hiphop kültürüdür. Bu kültür hem bir sanat anlayışı hem de bir yaşam biçimi olarak ortaya çıkıp, hızla dünyaya yayılabilen tek sanat akımıdır. Hiphop; breakdans, grafiti, rap ve Dj’liği kapsayan kültürün adıdır. Hiphopun altındaki dört özellik kültürün dört temel taşıdır ve birbirini etkileyerek gelişmesini sağlamıştır. Bu araştırma da hiphop kültürünün temelini oluşturan dört özelliğinden rap ile grafitinin etkileşimi incelenmektedir. Müzik ve resim sanatının birer temsili olan rap müziği ve grafiti sanatının gelişiminde etkileşiminin günümüze yansımaları ve diğer sanat disiplinlerine etkileri incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hiphop, Grafiti, Rap, Müzik Sanat

ABSTRACT

Influenced by daily life and its sub-disciplined, art has transformed itself over the years. Especially, painting, sculpture, music, theatre, literature and dance have impacted on one another through new rules and styles. This influence has brought about such art movements as romanticism, naturalism, realism, impressionism, futurism, fauvism expressionism and Dadaism, all of which have stemmed from the notions spearheaded by certain artists or critics. What aristocracy thought about art was rather important as it was these rich people who appreciated art and artists. Unlike this situation, hip-hop has been the only artistic culture that thrived among common people in the streets. It involves breakdance, graffiti, rap music and being a DJ, all of which are pillars of hip-hop. This study aims to explore the relationship between rap and graffiti, two of the main components of hip-hop culture. The reflections of rap and graffiti and rap in today's art movements and their influence on other disciplines of art are the main focus to be analyzed in this study. Influenced by daily life and its sub-disciplined, art has transformed itself over the years. Especially, painting, sculpture, music, theatre, literature and dance have impacted on one another through new rules and styles. This influence has brought about such art movements as romanticism, naturalism, realism, impressionism, futurism, fauvism expressionism and Dadaism, all of which have stemmed from the notions spearheaded by certain artists or critics. What aristocracy thought about art was rather important as it was these rich people who appreciated art and artists. Unlike this situation, hip-hop has been the only artistic culture that thrived among common people in the streets. It involves breakdance, graffiti, rap music and being a DJ, all of which are pillars of hip-hop. This study aims to explore the relationship between rap and graffiti, two of the main components of hip-hop culture. The reflections of rap and graffiti and rap in today's art movements and their influence on other disciplines of art are the main focus to be analyzed in this study.

Keywords: Hiphop, Graffiti, Rap, Music, Art

GİRİŞ

Sanat, disiplinleri arası etkileşimle beslenen ve yenilenen bir oluşumdur. Müzik, resim, heykel, seramik, edebiyat, dans, tiyatro, reklam, tasarım, mimarlık gibi sanatın alt disiplinleri, birbirini besleyerek gelişmekte ve birbirinden etkilenecek değişimlere uğramaktadır. Sanat disiplinlerinden birinin keşfettiği yeni düşünce, hızla diğer disiplinleri de etkileyip, yenilikleriyle kalıcı olmuştur. Sanat tarihinde dönemler oluşturan Rönesans, Barok, Realizm, Romantizm, Kübizm,

Modernizm, Empresyonizm, Minimalizm, Fütürizm gibi sanat akımları incelendiğinde, etkilerinin sadece plastik sanatlar alanıyla sınırlı olmadığı; sahne sanatları, müzik, tasarım, reklam, edebiyat ve mimarlık alanlarının da değişimden etkilenerek yenilikler ortaya koydukları görülür.

Sanatçıların sorgulayıcı tavrı ile ortaya çıkan düşünceler, sanat disiplinlerini yönlendirmiştir. Çünkü sanatçıların yaratıcı eylemleri ve araştırma yöntemleri birbirini etkilemiştir. Sanat akımları ve akımların yarattığı değişiklikler, kendilerinden sonra gelecek akımlarında çıkış noktası olmuştur. Çünkü yeni söylem kazanan bir düşünce, daha sonra farklı söylem ve eleştirilerle değişikliğe uğramakta ya da tamamen farklı bir özelliğe bürünmekteydi. Düşüncenin temelinde yatan felsefi tavır, sanatçılar tarafından yorumlanarak eserlerine yansımıştır.

TARİHSEL SÜREÇ

Sanat disiplinlerinin birbirinden etkilenmemesi günümüzde imkânsızdır. Bir yazarın müzikten etkilenmemesi, bir ressamın sinema filminden etkilenmemesi ya da bir müzisyenin bir tablodan etkilenmemesi düşünülemez.

Rönesans’la başlayan disiplinler arası etkileşimler romantizm, natüralizm, realizm, empresyonizm, post empresyonizm, fütürizm, fovizm ve ekspresyonizm, dadaizm, ve sembolizm şeklinde gelişerek çağdaş döneme kadar devam etmiştir. Akımların ve dönemlerin gelişim sürecinde sanatın herhangi bir türünden bir felsefi yaklaşım ön plana çıktığında ise diğer sanat dalları da bu felsefeden etkilenmiştir. Örneğin Barok dönemi mimarı Francesco Borromini’nin Roma’da yaptığı San Carlo alle Quattro Fontane eserinde olduğu gibi sanatın süslü ve ihtişamlı olma düşüncesi saray ve katedrallerin yapısını değiştirirken, müzikte J. S. Bach’ın bestelerinde olduğu gibi armoninin açık seçik olmadığı, güç ve hareketi zor olan besteler yazılmıştır. Heykel sanatı da süslü ve devasa heykellerle dönemin felsefesine hizmet etmiş, ayrıca resim sanatında da kompozisyonlar bu düşünceyle yorumlanarak tablolarda süslü ve ihtişamlı figürler ve kıyafetleri ön plana çıkmıştır.

Barok döneminden sonra romantizmle birlikte sanatçılar süslü dünyanın gerçeği gizlediğini düşünerek, gizli olan gerçekliği arayışa başlamıştır. Schubert, Chopin gibi müzisyenlerin bestelerinin temelini oluşturdukları bu düşünce, Goya’nın, Fuseli’nin dünyayı resmeden tablolarıyla benzerlik taşımaktadır. Özellikle Millet’in doğa tasvirleriyle, Beethoven’ın Postoral Senfonisi aynı düşünceyi ifade eden eserlerdir. Romantizm olarak adlandırılan bu dönemin etkileri uyun yıllar sanatçıları etkilemiştir. Bu dönemin en kalıcı etkisi ise sanatçıların saraylarda hizmetli olarak çalıştırılmasına bir karşı çıktı. Sadece

sipariş eser üretimi için yaşamadıklarını düşünen sanatçılar, kendilerinden sonra gelecek sanatçıların hür düşünebilmeleri ve üretebilmeleri için bir adım atmışlardır.

Sadece Barok ve Romantizm dönemleriyle sınırlı kalmayan etkileşimler, sanat akımlarında tüm sanat disiplinlerinin etkilenmesiyle eserler üretmesine neden olmuştur. Örneğin Claude Monet’in doğal ışığın etkilerini yorumladığı “Gün doğumu” isimli eseriyle, Fransız besteci Claude Debussy’in “Debussy Deux Arabesques” isimli bestesi empresyonizm akımının önemli iki eseridir. Empresyonizmin temelinde yer alan doğayı duygusal olarak yorumlama düşüncesini, Ressam Monet çalışmasıyla, Müzisyen Debussy’de bestesiyle desteklemesi ya da yazar Marie Rilke’nin Christop Rilke’nin “Aşk ve Ölüm Şarkısı” isimli kitabıyla savunduğunun ispatıdır (Kahraman, 2012).

İlhan empresyonizmi “Ressam ışığın özünü kavramaya çalışırken, ışığı parçacıklara böler. Müzikte izlenimci tekniği işleyen besteciler de sesi oluşturan öğeleri temele indirgeyip, akortları parçalayarak, bölerek yeni bir çözümlemeye giderler. Debussy’nin bölünmüş dördlüsü ve çalgıların tınısında ses düzeyini alçaltması, en küçük ses titreşimlerine dek varması resimdeki fragmentasyon tekniğine benzer” şeklinde yorumlamaktadır (İlhan, 2010,6).

Empresyonizmin ardından ortaya çıkan yeni düşünceyle doğal dış dünyanın anlatılması yerine, kişinin iç dünyasını yansıtmayı amaçlayan empresyonizm akımında müzik alanında Arnold Schönberg, Alban Berg ve Anton Webern önde gelen müzisyenlerdir. Çıkardıkları On İki Ses Tekniği ile basit ve farklı bir yöntem bulmuşlardır. Müzik alanında çıkış noktası Almanya, resim alanında da merkez olmuştur (Kahraman 2012). Çünkü sanatçıların sıkı bir iletişim halinde oldukları merkezlerde etkileşimde kolay oluyormuş. Kandinsky ise eserleriyle resim alanında öncü olmuştur. Özellikle Schönberg’le yakın dostluğu, ortak bir akımın temellerini birlikte atmalarına imkân sağlamıştır.

Akımların temelindeki çıkış felsefeleri, yaşamı ve doğayı sorgulamakken, makineleşme süreciyle birlikte artık güzel, doğru ya da psikolojik konular gibi yaşam ve doğayla ilgili konuları sorgulamanın dışında, sanatın teknolojiyi geçmesi için çabalamalara dönüşmüştür. Bazı akımlarda sanatçılar teknolojiye karşı çıkarken, bu felsefeye karşı çıkıp teknolojiyi savunan akımlarda olmuştur. Örneğin fütürist sanatçılar bir yarış arabasının Samothrake zaferi (Yunan heykeli)nden daha güzel olduğunu savunarak teknolojiyi destelemişlerdir (Kahraman, 2011).

İlhan, fütürist müziği şöyle örnekler “İsviçreli besteci Arthur Honegger Pacifik 231 (1923) adlı senfonik bölümde 120 mil hızla giden bir treni konu alır. Honegger duran bir motorun yorgun yorgun soluk alıp vermesini, kalkışını, hız kazanırken geçirdiği aşamaları ve yola koyulunca üç yüz tonluk bir gürültünün

gecenin karanlığında yitip gitmesini sergiler.”Ayrıca heykeltıraş Umberto Boccioni, şair Vladimir Mayakovsky, müzisyen Vladimir Mayakovsky, mimar Antonio Sant'elia ve ressam Umberto Boccioni dönemin öncüleridir.

Fütürizm ile birlikte sanat akımlarına artık grafik, sinema ve fotoğraf sanatları da eklenmiştir. Çağdaş sanatın temelini atıldığı bu dönemlerde sanat disiplinlerine yeni yöntem ve disiplinler eklenmeye devam etmiştir.

1960 sonrası akımlardan minimalizm ise teknolojinin karmaşasına karşı çıkarak bilinçaltı duyguların estetik bir şekilde sadeve öz malzemeyle sunulmasına dayanan bir sanat akımıdır. Müzikte La Monte Young, Delaere, Beirens ve Staples öncülük ederken resim sanatında Mondrian, Malevich ve Duchamp sayılabilir.

Çağdaş sanat dönemi ile artık disiplinlerinin birbiriyle etkileşiminin yanı sıra, ortak eserlerin de üretilebildiği yeni bir dönem olmuştur. Müziklerde olduğu gibi sanat galerisinde de sanatçı, müzik eşliğinde dans ederek ya da resim yaparak izleyicinin önünde performans sergilemeye başladı. Disiplinler arası yeni sanat söylemleri ile sanat akımlarına yenilerinin eklenmesine ve farklı düşüncelerin ifade edilebilmesine imkân sağladı. Kavramsal sanat, performans sanatı, güncel sanat, enstalasyon gibi yeni yaklaşımlar ile farklı sanat disiplinleri bir arada sergilenebildi.

1960 sonrası sanat akımları olarak gruplandırılan bu yeni söylemlerden biri de Hip Hop kültürüdür. Hiphop kültürü sadece akım olarak sınırlandırılmayıp bir yaşam biçimi olarak kabul edilerek sanat akımlarından farklı bir kategori oluşturmuştur. Çünkü sanat akımları sadece sanatçılar arasında atölyelerde, galerilerde, stüdyolarda ya da ofislerde oluşan ve topluma yansıtılan düşünceler iken, hiphop kültürü ise sokaklarda ve banliyölerde ortaya çıkmıştır. Yani hiphop, bir yaşam felsefesi olarak toplumun içinde ortaya çıkan sanat dalıdır. Ayrıca hiphop kültürü temelinde dışlanmışlığı ve yasağı beslediği için diğer sanat akımlarına göre farklı bir grupta yer almaktadır. Bu yüzden sanat disiplinleri arasına kabulü de oldukça yenidir.

HIPHOP KÜLTÜRÜ

Gençlerin ilgisini çeken hiphop, günlük yaşantıyı etkileyen ve değiştiren bir kültür yapısıdır. İsyanı ve eşitsizliğe başkaldırıyı temel felsefesinde barındıran hiphop, eleştiri üzerinden ortaya çıkan bir söylemdir. Gençlerin dışlandıkları toplumu eleştirmesiyle şekillenen hiphop, sokak partileri ve eğlenceleriyle geniş kitlelere ulaşmıştır. Bir kaynakta “Hiphop 1970’li yılların sonunda Amerika’da kötü koşullarda ve azınlık olarak yaşayan zencilerin gündemden uzaklaşmak ve

eğlenmek için oluşturduğu bir kültür ve yaşam tarzıdır (Wikipedia, 2014) şeklinde yorumlanmaktadır. Zenci toplumun Amerika’da zenci gençlerin ırkçılık politikaları yüzünden dışlandıkları ve şiddete uğradıkları dönem, kendi aralarında toplanarak eğlenmeleri ile ortaya çıkan bir kültürdür.

Hiphop kültürünü ilk söyleme ve davranışa döküldüğü dönemlerde bu kültürü benimseyen birey, artık bu kültürün bir parçası olarak bir çeteninde üyesi durumundaydı. Çünkü 1970’li yıllarda New York gibi büyük eyaletlerde kanunlar ve kurallar çok sert uygulandığı için emniyet teşkilatı zenciler üstünde ağır baskılar oluşturmuştu. Kanunların uygulanmadığı gettolarda ise zenci gençler polislerin şiddetinden korunabilmek ve yasadışı işleri daha rahat yapabilmek için çeteler halinde dolaşıyorlardı. Amerika’nın doğu bölgesindeki eyaletlerde fabrikalaşma ve iş imkânları diğer bölgelere oranla daha fazla olduğu için nüfus bu bölgelerde daha fazlaydı, bu yüzden çeteleşme de bu şehirlerde daha çok görüldü.

Çete yapısının sağlam ve kalıcı olabilmesi için bireylerin çeteyi sahiplenmesi ve çete üyeleriyle bir aile bağıyla bağlanabilmesi için çete içinde kimikleşebilmesi gerekmektedir. Hiphop kültürü, çetenin bireyleri arasında bir bağlayıcı unsur olarak hizmet ederek, bireylerin dış dünyada kimiksiz olarak dışlanmasına karşın çetenin içinde oluşturulan ortak kültür çatısı altında sahiplenilme ve kimikleşebilme imkanı kazanmalarına yardımcı olmuştur. Hiphop kültürünün çetelerin bireyleri tarafından hızlı bir şekilde beğenilmesine ve sahiplenmesine asıl neden budur. Zenci gençlerin asi ve hırçın yapılarını törpüleyen ve sanatla onları sakinleştiren kültür, çeteler arası iletişimi de sağlayabilmiştir. Özellikle grafiti, çetelerin yerlerini belirleme de ve aralarında iletişim kurabilmelerinde etkin bir yöntem olmuştur.

Hiphop kültürü çetelerin içinde temellerini atsa da, bu kültür ayrıca müzik ile resim sanatını tekrar bir araya getirecek sokak sanatının temellerini de atmıştır. Hiphop kültürünün içinde belli kurallar bulunmaktadır. Hiphop kültürünü benimsemiş gençler rap müzik dinler, dj’lerin coverlarıyla eğlenir, break dans yapar ve mekanlarını belirlemek için bir nick oluşturarak bunu grafiti ile belirlediği yerlere uygular. Yani hiphop kültürünün dört temel ayağı vardır. Rap müziği, Dj’lik, Break dans ve Grafiti sanatı Hiphop kültürünün temelini oluşturur.

Hiphopun temelindeki Rap müzik ile grafiti sanatı birbiriyle etkileşim halinde uygulanmaya başlanmıştır. Gençler rap müziği eşliğinde duvarlara grafiti yaparak hiphop kültürünü yaşamaktadır. Bu etkileşimin sonuçları günümüzde ünlü pop müzik yorumcularının rap müziği sanatçılarıyla düet yapmalarına ve kliplerinde grafiti uygulamalarına ait görüntülere yer vermelerine kadar devam etmektedir. Hiphop kültürünü çözümleyebilmek için dört temel içeriğini incelemek gerekmektedir.

RAP MÜZİĞİ

Rap müziği günümüzde popüler olan bir müzik türüdür. Rap müziğinin Afrika’da ki yerel müziklerden esinlendiği söylenmektedir. Yazılı kaynaklara göre ise RAP’in "Rhytm And Poem" ('Ritim ve Şiir' ya da 'Ritmik Şiir') veya "Rhythmic African Poetry" (Ritmik Afrika Şiiri) sözcüklerinin kısaltması olduğu görüşü yaygın olsa da aslında rap kelimesi, İngilizce sözlük anlamı olarak "ağır eleştiri" anlamına gelmektedir (Wikipedia, 2014).Rpap şarkı sözleri ve müziği incelendiğinde diğer şarkı sözlerinden farklı söylendiği görülür. Rap şarkı sözlerinin içeriğinde günlük yaşamdan sözler, uyuşturucu, alkol ve cinsellik içerikli cümleler yer alır. Ayrıca rap şarkılar argo sözcüklerin fazla kullanıldığı şarkılardır.

Rap müziğin temeli eleştiri olduğu için sözlerin içinde ya da anlamında ağır hakaretler de olabiliyor. Bu eleştiri dili sadece rap müzikte bulunmaktadır. Rap müziğin en önemli özelliği ise hızlı söylenmesidir. Rap müziği, diğer müzik türlerinin söyleyiş kurallarından bağımsız olarak kendine has bir söyleyiş tarzı keşfetmiştir. Bu tarzın çıkış noktası olarak Afrika yerel şarkıları olduğu düşünülmektedir (Kahraman, 2007). Afrika yerel şarkılarındaki sade sözler ve sözlerin melodiden bağımsız söyleme üslubu rap müziğin yapısının ham hali gibidir. Bu yüzden Afrika müziğine benzetilmekte ve kökenlerinin Afrika müziğinden geldiği söylenmektedir.

Rap müziğin söyleminde dikkat edilen önemli bir husus, şarkı sözlerinin kafiyeli olması ve müziğin hızlı temposuna uygun bir şekilde kafiyeli cümleleri vurgulayarak söyleyebilmektir. Rap müziğin beğenilmesi ve hızla yayılmasındaki iki önemli nedenlerden biri söyleyişinde fazla kural olmamasıdır. Diğer bir etken ise gençlerin beğendiği pop müziğin sözlerinin içinin boş olmasından dolayı Rap müziğin eleştirel tavrının etkileyici görünmesidir. Çünkü şarkıyı söyleyen kişi istediği birini, kurumu ya da olayı hiç sansürlemeden eleştirebiliyor.

Rap müziğinin yarattığı farkındalık ve beğeni kitlesinin kalabalıklaşması son yıllarda pop müzik sanatçılarının dikkatini de çekmektedir. Gençler tarafından çok sevilen Rap müzisyenleriyle düet şarkılar yaparak müziğe yeni uygulamalar kazandırıyorlar.

Rap müziğin diğer müziklerden farklı en önemli yönü, beğeni kitlesinin bu müziği dinledikleri mekanlarda grafiti uygulamalarının fazla bulunmasıdır. Çünkü gençler rap müziği tek başına beğenmeyip, grafiti eserleriyle donatılmış mekan ya da ürünleri giyerek ve breakdans yaparak bu müziğin daha etkileyici olduğunu düşünmektedirler.

GRAFİTİ

Grafiti, hiphop kültürüyle tanışmasıyla birlikte müzik ile ilişkisi başladı. Grafiti, hızlı ve izinsiz uygulanma yöntemi ile hiphop kültürünün felsefesiyle ortak özellikler sergilemesiyle müzisyenlerin ve bu müziği dinleyen gençlerin ilgisini çekmeyi başardı. Grafiti sanatı; rap müziği, break dans ve Dj'likle birleşerek Hiphop kültürünü zenginleştirdi (Kahraman, 2009). Hiphopun felsefesinde karşı çıkış olduğu için grafitiyi sahiplenmesi de olağandır.

Hiphop kültürünün temelini oluşturan Rap müziği hızlı söylenişi ve ağır eleştiri içermesi yönünden grafiti sanatına da benzer özellikler gösterir. Rap'ın anlamı “ağır eleştiri” olduğu için grafitinin felsefesiyle ortaktır. 1970'li yıllarda Rap müziğinin doğuşuyla grafiti sanatının yayılma yılları aynı zamana denk geldiği için birbirlerinden etkileşimleri de fazla olmuştur (Kahraman, 2012). New York'ta toplumdan dışlandıkları için kalabalıktan uzaklaşan zenci gençlerin sokak aralarında bir araya gelip rap müziği eşliğinde break dans yapmalarıyla hiphop kültürü oluşmaya başladı. Polislerin giremedikleri sokaklar grafiti yapan gençlerle rap müzik eşliğinde break dans yapan gençlerin bir araya gelebilecekleri mekanlardı. Ortak mekanlardaki paylaşımlar müzikle, dansın ve grafitinin etkileşimini arttırdı. Hızla söylenen sözleri hareketli bir müzik ve yine hareketli sert bir dans stili desteklerken, spreya boyanın etkisiyle hızla uygulanan grafitiyle birleşimi ile gençlerin hoşuna gidecek hızlı bir ritim oluştu. Bu etkileşim gençlerin hoşlandığı yeni bir kültürün temeli oldu (Kahraman, 2012).

Grafiti temelinde vandalist bir yaklaşım beslemesine rağmen Hiphop kültürünün içinde yer almaya başladıkça bu kültürü benimsenmeyen kişilerce de eleştirilip, dışlanmaya başlandı. Grafiti sanatı, Hiphop kültürü tarafından sahiplendiği için diğer müzik türleriyle bir araya gelemedi. Hiphop kültürünün bir parçası olarak zihinlerde yer edinen ön yargı günümüzde de devam etmektedir. Rap müziği sanatçılarının son beş yılda pop müziği sanatçılarıyla ortak projeler üretimiyle grafiti sanatı da Pop kültürüyle tanışma imkanı buldu ve bu projelerde görselleriyle yer edindi. Rap müziği sanatçılarıyla pop müziği sanatçılarının ortak seslendirdikleri şarkılara ait video kliplerinde özellikle grafiti eserlerine yer verildiği görülür.

Son yıllarda pop müziğiyle yapılan düetlere ait video kliplerde grafiti yapılmış mekanlarda break dans yapan gençlerin görüntüleri de sıkça kullanılmaktadır. Son çalışmalardan örnek olarak Austin Mahole-Banga, Future – Move That Dopeft. Pharrell Williams Pusha T, Wisin-Adrenalinaft. Jennifer Lopez, Ricky Martin ve Olly Murs'un şarkılarına ait video klipler örnek olarak gösterilebilir (Resim 1-2-3-4).



Resim 1-Austin Mahole’ninBanga İsimli Şarkısından Görüntü



Resim 2-Austin Mahole’nin Banga isimli şarkısından görüntü



Resim 3-OllyMurs’un Heart Skips A Beat isimli Şarkısından Görüntü



Resim 4-Pharrell Williams Pusha T’nin Future isimli şarkısından görüntü

SONUÇ

Grafiti ve rap müzik birbirini destekleyerek gelişim sağlamıştır. Bu etkileşim sadece ikisi arasında olmayıp break dans ve Dj’likle de etkileşimli olmuştur. Bu döngü Hiphop kültürünün gelişimini etkilemiştir. Dört temel sanat alanıyla gelişen Hiphop kültürü, gençlerin beğenisini kazanmayı başardı. Gençlerin, sanat merkezlerinin dışında erişebildikleri yeni sanatsal tavır, kamusal alanda sanat anlayışının temelini oluştuyordu.

Rap müzikle grafiti sanatının ortak uygulamaları gençlerin eğlenmelerine imkan sağladığı için hızla yayılmaya başladı. New York’ta başlayan kültür yıllar içinde tüm eyaletlere ve ardından Avrupa’ya yayıldı. Hızla yayılmasındaki etkenlerden biri gençlere klasik sanat kurallarının dışında özgürce davranabilecekleri ve kurallarını kendilerinin oluşturabileceği yeni bir felsefeyi içermesiydi.

Rap müziğin kurlsız ve hızlı söylenmesi, içeriğinde ağır eleştirel ifadelerle yer vermesi gençlerin beğenisini çekiyordu. Grafitinin de sanat galerilerinde yer alan sanat akımlarından farklı yöntem ve içeriğe sahip olması yine gençlerin ilgisini çekmeye yetmişti. Fırça ve kalem yerine sprej boyayla hızlı bir şekilde yapılan grafitiler, gençlerin hızlı yaşamına ayak uydurabilen bir yöntem oldu. Çantasında taşıdığı sprej boyayla istediği bir kamusal alana imzasını atıp uzaklaşan bir genç artık eserini halka hediye ettiğinin bilincindeydi. Bu yüzden grafiti diğer plastik sanatlar disiplinlerinden farklı bir felsefeye sahipti.

Hiphop kültürünün temeli olan rap müzik ve grafiti son on yılda pop müziğiyle de etkileşime geçti ve ortak işler üretildi. Şarkılara çekilen video

kliplerde ise hiphop kültürünün grafiti sanatına da yer verilmesiyle etkileşim artmıştır. Son yıllarda ülkemizde de hiphop kültürüyle diğer müzik türleri etkileşime geçirildi ve ortak işler üretildi. Günümüzde disiplinlerarası uygulamaların artmasıyla günlük yaşamımızda yer edinen hiphop kültürü artık daha fazla incelenme ihtiyacı duymaktadır çünkü günümüze kadar kendi kurallarıyla gelişen ve yayılan bu kültür, akademik alanda da eğitimi verilebilecek hale getirilmeli ve gençlere sunulmalıdır. Özellikle müzik ve plastik sanatlar eğitimi veren kurumların pop müziği eğitimi verebilme imkanını, rap müziğe, DJ’liğe, break dansa ve grafitiye de sağlayabilmelidir.

KAYNAKLAR

Kitap

ALEMDAR, K. ve ERDOĞAN, İ. (1994). Popüler Kültür ve İletişim, Ankara: Ümit Yayıncılık.

FISKE, J. (1999). Popüler Kültürü Anlamak, S. İrvan (çev.), Ankara: Ark.

İLYASOĞLU, Evin (1994). Zaman İçinde Müzik, YKM Yayınları, İstanbul.

LULL, J. (2000). Popüler Müzik ve İletişim, T. İbلاغ (çev.), İstanbul: Çiviyazıları.

Dergilerdeki Makeleler

YÖRE, S. (2011). Çağdaş Müzik: Bestecilik Ana Akımları, Teknikleri ve Başlıca Besteciler, Selçuk Üniversitesi Dilek Sabancı Devlet Konservatuvarı Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 20, Sayı 3, Sayfa 1-20

İLHAN, A. Ç. (2010). Müzik-Görsel Sanatlar İlişkisi, s.6

Yayınlanmış Bildiriler

KAHRAMAN M. E. (2012). Sokak Çocukları Rehabilitasyonu Sürecinde Uygulanabilecek Yeni Yöntem ve Yaklaşımlar/ Uluslararası Çocuklar İçin Adalet Sempozyumu, Ankara

KAHRAMAN M. E. (2011). Sanat Eğitiminde Yeni Yaklaşımlar/ 5. Sosyal Bilimler Kongresi, Ankara

KAHRAMAN M. E. (2009). Gençliğin Sana Dili- Grafiti, Kamusal Alanda Sanat, 9. Ulusal Sanat Sempozyumu, Ankara

KAHRAMAN M. E. (2007). Sokak Çocuklarını Eğitim ve İyileştirme Kurumlarında Grafiti Tekniğinin Yeri ve Önemi, 3. Ulusal Sanat Eğitimi Sempozyumu, Ankara

Internet

Wikimedia Foundation, Inc. / 2013, Hip_hop, <http://tr.wikipedia.org>, 10.05.2014

İTERAKTİVİTE VE MÜZİK

(Interactivity and Music)

Mehmet İLHAN*, Çağatay BİLSEL**

ÖZET

İnteraktivite ve müzik uygulama araçları ele alınarak konuyla ilgili örnek araçlar kullanıcı ile nasıl etkileşim sağladığı ve uygulama araçları ile ne tür çalışmalar yapıldığı, eğitim bilimlerinden çok bütünüyle görsel iletişim tasarımı açısından ele alınıp araştırılmasıdır. Bu kapsamda Uygulama araçlarının yaratıcı, işlevsel ve görsel öneriler üretimlerine değinilmiş, teknikler, tanımlar, yurt dışı örnekler incelenmiş analizi yapılmıştır. Yapılan araştırma Multimedia Tasarımı açısından değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çocuk – Medya – Müzik – İnteraktivite – Yaratıcı – Uygulama, Araç.

ABSTRACT

Interactivity and music practice tools by taking examples of relevant tools and applications that allow users how to interact with what kind of work is done with the tools, training of science and handled much entirely in terms of visual communication design are investigated.

In this context, the application of the means of creative, functional and visual recommendations are addressed to the production, techniques, definitions, examples examined abroad is analyzed. The research is evaluated in terms of Multimedia Design.

Keywords: interactive, Voice, Music, Childe, Design, Creative, Tool

*Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İletişim Tasarım Bölümü, Davutpaşa Kampüsü, 34220, Esenler/ İSTANBUL, cbilsel@gmail.com, cagatay@yildiz.edu.tr / mehmetilhan@gmail.com

GİRİŞ

Etkileşimli iletişim araçları, özellikle 20. yüzyılda yoğun bir şekilde insanların hayatlarına girmiş ve toplumsal değişimin önemli dinamiklerinden birisi haline gelmişlerdir. Günümüzde ise hızla değişen teknoloji, Etkileşimli iletişim araçlarını da değiştirip geliştirirken hayatın her alanında etkili kılmış, etkileşimli iletişim araçlarıyla her seviyedeki kültürel ürün, eğlence, düşünce, eğitim ve bilgi tarihin hiç bir döneminde gerçekleşmediği kadarıyla geniş bir vatandaş kitlesine ulaşabilir duruma gelmiştir. Bu araçların etkileşim ve müzik alanında yaratıcı, işlevsel ve görsel öneriler üretimlerine değinilmiş, teknikler, tanımlar, örnekler üzerinden incelenmiş analizi yapılmıştır.

ETKİLEŞİMLİ İLETİŞİM ARAÇLARI

İletişim araçları teknolojilerinin özellikle 20. yüzyılda çok hızlı gelişmesi, Dünyada yaşayan insanların gezegenin tüm etrafındaki olaylardan çabuk haberdar olmasına, her çeşit konu hakkında daha kolay ve çok düşük oranda bilgilenmesine yardımcı olmaktadır.

İletişim araçlarının gruplanmasını üç başlıkta yapmak mümkündür; Görsel araçlar, İşitsel araçlar ve Görsel-İşitsel-etkileşimli araçlar. Görsel -işitsel-etkileşimli araçların en belirgin özelliği aynı zamanda hem göze hem de kulağa hem de insan makine arasındaki etkileşimi sağlayabilmesidir. Görsel, işitsel, etkileşimli araçların en yaygın olarak kullanıldığı alanlar sinema, televizyon, internet, mobil uygulamalardır. İletişim araçlarının yazıyı, sesi ve görüntüyü bir arada kullanması ve her kesimden insana ulaşabilmesi, diğer yandan inandırıcılığının artmasını sağlamaktadır. 20. yüzyılda modern medya araçlarının ve özellikle de televizyonun evrimini ve gücünü hiç kimse göz ardı edemez; Televizyon etkileşimli bir medya aracına dönüşürken bir diğer iletişim araçlarından olan sinemanın da, hem görsel hem de işitsel bir araç olmasının yanı sıra, bilgi içeren ve aktaran özelliğinin dışında sinema sanatını da kullanarak ve gelişen teknolojilerin sayesinde izleyiciye etkileyen görsel işitsel ve etkileşimli örnekler görüldüğü gibi eski medya araçları hakkında yapılan araştırmalarında hemen hepsi modern medyanın değişime ayak uydurduğu yönündedir.

İnternet teknolojisi ve mobil teknolojisi araçları geleneksel iletişim araçlarından farklılaştığı noktalara bakıldığında etkileşimli araçların mobil paylaşım özellikleri ve global dünyada kullanıcıların birbirlerine kolay ve hızlı bir şekilde erişebilirliklerinden ötürü ayrılmaktadır. Etkileşimli iletişim araçları her şeyden önce belirli olay ve olgularla ilgili olarak bir takım bilgilerin sunulduğu araçlardır.

Geleneksel iletişim araçları dikey bir yapılanmaya dayalıdır. Mesajı doğrusal bir yolla iletilir.

İnternet, etkileşimli iletişim araçlarından daha fazla, iki yönlü iletişim sağlaması bu farklılıklar içerisinde en dikkat çekici ve önemli olanıdır.

İLETİŞİM ARAÇLARININ İŞLEVİ VE ROLÜ

Günümüzde son derece önemli ve etkili olan etkileşimli iletişim araçlarının bir çok özelliği mevcuttur. Bu konuda farklı çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bunların her birine değinmek yerine bazı başlıklar üzerinden gidilmelidir. Bunlar; eğitim, kültür, müzik, eğlence ve bütünleştirme işlevleridir.

Müzik insanlar arasında ortak paylaşımlar yaratma biçiminde algılanabilir. Bu üretimler ülkeden ülkeye değişkenlik göstermesine karşın bu etkileşimli araçların işlevleribenzerlik göstermektedir.

Etkileşimli iletişim araçları, toplumsal yaşamda insanların günlük hayatlarında vazgeçemediklerinin araçlar haline gelmektedir. Etkileşimli iletişim araçları yapıları itibariyle topluma farklı alanlarda birçok hizmetler sunabilmektedir. Bunlar bireylerin kendi yaşadıkları toplumla ilgili bilgi, müzik, deneyimlerle birlikte diğer ülkelerde gelişen diğer etkileşimli araçlarla yaratıcılık, eğlence, eğitim, gibi fonksiyonları taşıdığından artık bireyler için vazgeçilmez duruma geldiklerini ifade edebiliriz.

ARAŞTIRMA EVRENİ

Yapılan alan araştırması müzik, etkileşim, gibi başlıklar üzerinden benzerlik taşıyan yada ayrılan etkileşimli müzik araçlarının üzerinden yapılmıştır.

İnteraktif medyanın (etkileşimli ortam) en önemli iki elmanı olan müzik(ses) ve etkileşim bu çalışmada anlatılan araştırmanın, örneklerin, yöntem ve stiller konusunda uygulamaların ne şekilde yapılabileceği sorgulamaktadır.

KAPSAM

Araştırmanın kapsamını İnteraktif medyanın içinde bulunan müzik ve etkileşim öğeleri alanında yapılan farklı yeni yaklaşımlar ile belirledik. Belirtilenler amaç doğrultusunda araştırma yapmaya yetecek düzeydedir. Araştırmada söz konusu olan müzik ve etkileşim öğeleri mevcut örnekleri incelenmiş ve araştırma bu doğrultuda, müzik, interactivite tanımı ve kapsamı üzerine araştırmanın amacına cevap verebilecek önerileri üzerinde durulmuştur. Araştırma sonucundan çıkarılanlar interaktivite ve müziğin geleceği hakkında ipucu vermektedir.

YÖNTEM

Araştırma amacı ve araştırma kapsamı doğrultusunda,ve müziğin uygulanma şekli ve sorunların ve çözümlerin saptanması.

01_Çalışma şeklinin belirlenmesi

02_etkileşimli araçların müzikle kurduğu bağ

03_Değerlendirme

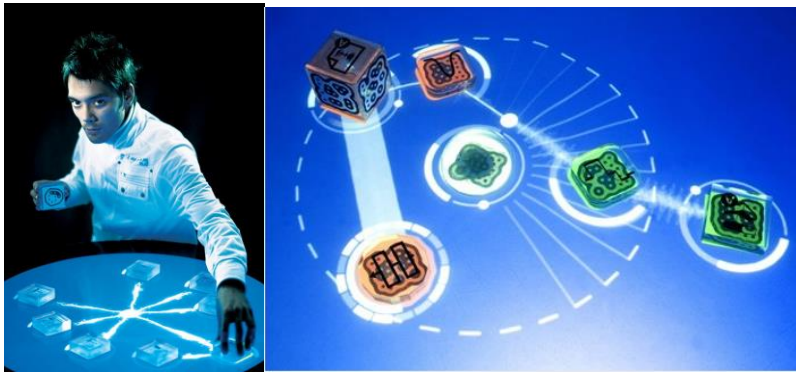
YÖNTEMLERİN KARŞILAŞTIRILMASI VE DEĞERLENDİRİLMESİ

İnteraktivite ve müziğin zamansal süreç içerisindeki gelişiminde tasarıma yönelik farklı örnekler ortaya çıkmıştır. Etkileşim türü, ikon, biçimler konusunda araştırmalar yapılmış, diğer uygulamalarda kavram, obje, mekân ilişkileri, müziğin kurgulanması, bu etkileşimli interaktif araçların hareket ve ses eklenmesi ve üç boyutlu modeller üzerinden okuyabilme özelliği gibi özelliklerin üzerinde durulmuştur.

Kullanıcılara katıkları yaratıcı, öznel yaklaşımlarının yanı sıra farklı ve ayrıntılı bakış açısıyla bakabilme ve görünenin ve duyulanın ötesini görebilme ve duyabilme yetisi vermesi gerektiği düşünülmüştür. Alanda kullanılan yaratıcı çözümlerin ürettikleri ve görüntüyü ses ve hareketle birleştirerek etkili oldukları düşünülmüştür. Kullanıcılar görüntünün ve sesin oluşmasından sonraki bütün aşamaları uygulayabilir ve yaratıcı yorumlara ulaşabilmeyi hedefler.

İ.M.TABLE

İnteraktif medya tablo tablonun yüzeyinde özel işaretçileri hareket ettirerek müzik oluşturmak için sanatçılar yardımcı olan bir çok kullanıcı bir müzik aletidir. Ses, görüntü, ışık - biz sürekli olarak herhangi bir multimedya bileşenleri için çok amaçlı ara yüzü kullanıcıların yeteneklerini genişletmektedir.



Resim1: <http://geometria.ru/blogs/events/18826>

Resim2: <https://www.drive2.ru/b/288230376151773004/>

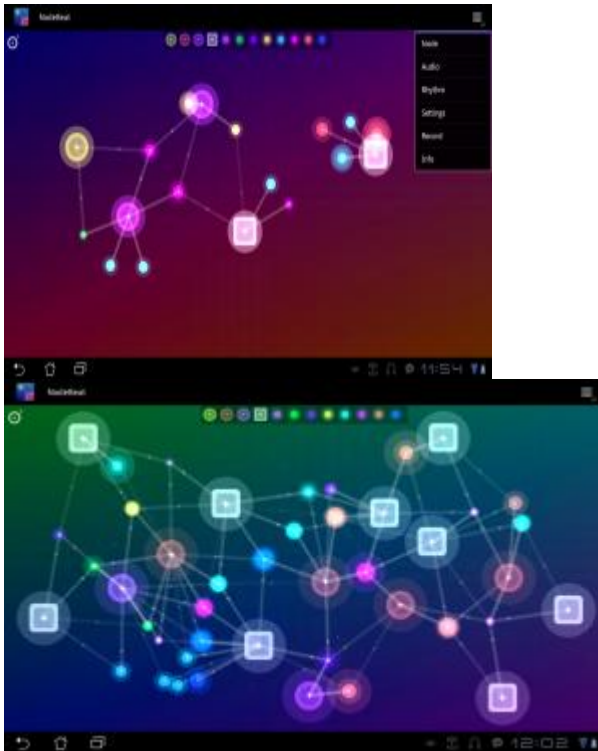
NODEBEAT

Node Beati Phone, iPod Touch ve iPad için deneysel bir düğüm tabanlı ses üretken müzik uygulamasıdır.

Müzik ve keşif birleştirerek, Node Beat herkese eğlenceli ve sezgisel bir şekilde ritmik dizilerin ve ortam ezgilerin çeşitli sesler oluşturmak için olanak sağlar.



Resim1: <http://blog.i2fly.com/?p=1290>



Resim2: <http://www.multigesture.net/2011/11/19/nodebeat-openframeworks-and-android/>

SEKUENSAA

Bu, birden katılımcılarının eşzamanlı çoklu ortam yüzeyinin üstüne farklı adetlerde özel bir dizi düzenleyerek bir ses düzenliyiçi ve organize edici etkileşim içinde bir müzikal keşif deneyimidir.



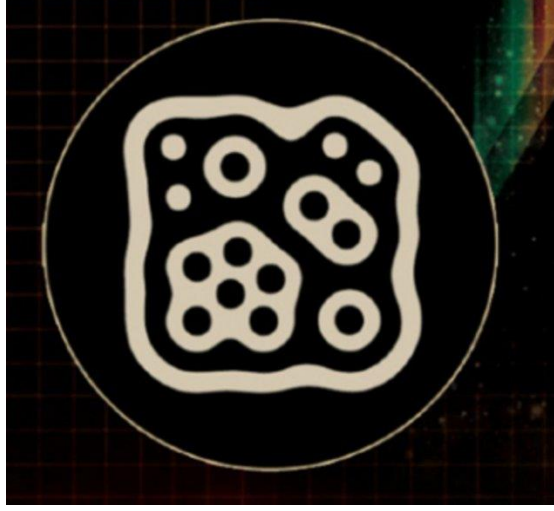
Resim1:<http://www.sensaa.com/en/work/sekuensaa>



Resim2:<http://www.generation-tactile.com/archives-gt/tables-tactiles/sekuensaa-quand-le-multitouch-rend-la-musique-belle-a-regarder-15041>

DJ MEGA MAN 2000

DJ / müzik prodüksiyon oyunun tam fonksiyonel prototip 2010 yılında Hyper Island HI10 sergisinde sergilendi. Mega Man DJ 2000 masaüstü projeksiyon etkileşimli dokunmatik kullanıcı arayüzü projesidir. Amacı masaüstü etkileşimle kullanıcılar için sezgisel ve eğlenceli bir şekilde müzik üretimini temsil etmektir.



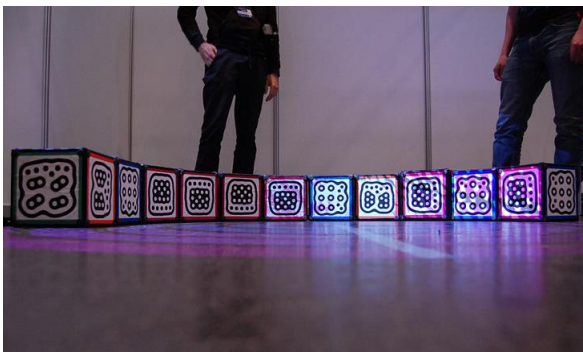
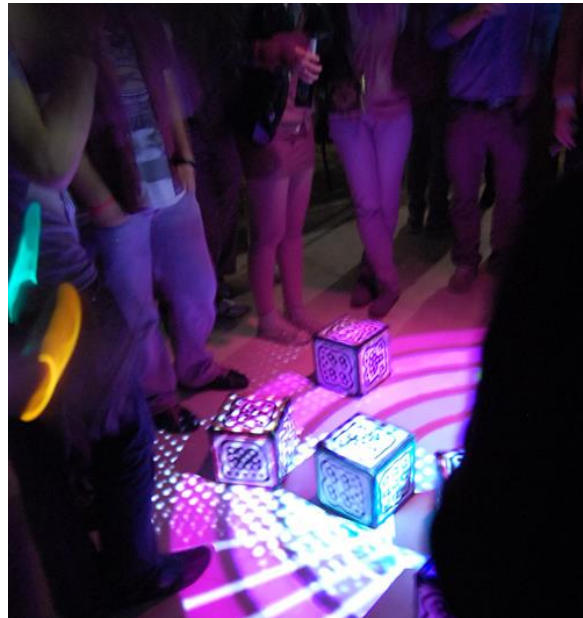
Resim1:<http://vimeo.com/30398102>



Resim2: <http://www.thebulbmode.com/Mega-DJ-Man-2000>

ORBITONE

Orbitone kullanıcı hareketiyle çalışan müzik aletkileşimli bir ortamara birimdir.



Resim1-2-3: <http://www.thome.ws/TJLogo.html>

REACTABLE

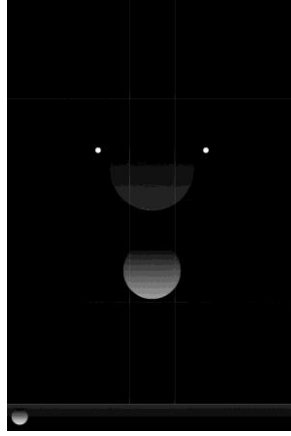
Ses ve etkileşim ve interaktivite üzerine kurulmuş soyut görselleri ile etkileyici ve sezgisel kullanıcı arayüzü olan bu araç aydınlık etkileşimli bir yuvarlak masa dayanan ve çoklu ortamda sanatçılar tarafından aynı anda etkileşim oluşturabilen bir araçtır..



Resim1-2-3-4:<http://www.reactable.com/products/live/>

MUSIQUES TACTILES - GHOST

Bir müzik arayüzü ve oyun prototipidir. Normal bir dokunmatik ekran ile oynanır. Aracın çıkış fikri gelince mevcut seslere ses setleri oluşturmak ve doğaçlama yapmak üzerine kurgulanmış bir alettir.



Resim1: <http://vimeo.com/5679291>

TANGIBLE USER INTERFACE FOR MUSIC LEARNING

Bitirme tezi projesidir. Somut kullanıcı ara yüzü sayesinde müzik teorisi öğretmeyi amaçlayan ve çocukların müzik eğitime yardım etmeyi hedefleyen bir araçtır. Ana hedefi, minimum malzeme ve basit kullanımdır..



Resim 1-2: <http://vimeo.com/17602878>

BEATSURFING

Ekranın karşısında parmağınızı kaydırarak ses ve etkileşim sağlayan bu iPad uygulamasıdır. Yeni şeyler yapma ve üretmeye dayalı yaratıcı bir araçtır..

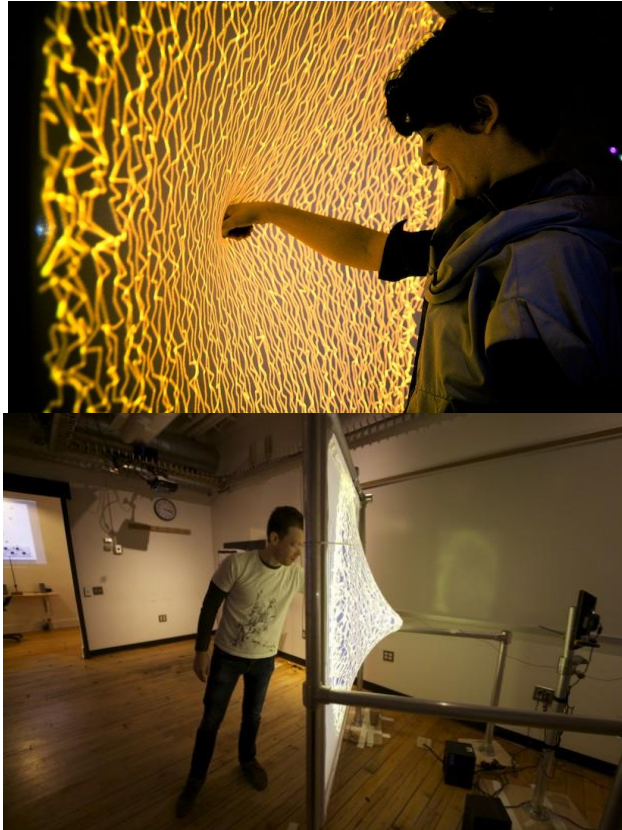


Resim1:<http://vimeo.com/41510432>

Resim2:<http://www.digitaldjtips.com/2012/07/review-beatsurfing-midi-controller-builder-for-ipad/>

FIREWALL

Mike Allison ile işbirliği içinde oluşturulan interaktif ses etkileşimli tasarımıdır. Gerilmiş tabaka üzerine insanların içine iterek titreşimli görseller oluşturan ve anlamlı müzik çalınabilen derinliğe duyarlı bir zarara yüz görevi görmektedir.



Resim1:<http://vimeo.com/54882144>

Resim2:<http://designcollector.net/firewall-by-aaron-sherwood/>

MUSIC AND INTERACTION

Müziği control etmek için yaratılmış bir ara birimdir. Arduino bağlı ışığa duyarlı dirençlerle ses ve görüntü hem değişmesiyle işlem oluşturur.



Resim1:<http://vimeo.com/22207078>

SONUÇ

İnteraktivite ağırlıklı projelerde ve ara yüz tasarımlarında müziğin etkin bir şekilde kullanabilme becerilerini, projeleri için geliştirdikleri araçlarda kullanmadıkları düşünülmektedir. Anlatılmış olan bütün bu araştırmanın belli bir amacı vardır. Bu amaç, gelecek nesillere interaktif ortam tasarımında yaratıcı çözümler üretmeye yönlendirmektir

Yurtdışındaki interaktivite ve müzik alanı içindeki araçlarının yeri değerlendirilmiştir. Seçilen projeler araştırılmış ve analiz edilmiştir. Etkileşimli bilgi kaynakları insanı temel almakta ve bilgi kullanımını kolaylaştırmaktadırlar. Multimedya ürünlerinin kullanıcıyı temel alan değişik disiplinlerin oluşturduğu bilimsel bir çerçeve içerisinde incelenmesi bilgi- enformasyon arasındaki iletişimi sağlamak üzere mikro işlemcilerden kullanıma sunmaktadır.

Etkileşim; karşılıklı hareket etme, birbirini etkileme anlamlarını taşımaktadır. Bütün etkileşimli sistemler gibi etkileşimli bilgi kaynakları mikroişlemci donanımı ve yazılımı etrafında geliştirilmiştir. Yararlanan etkileşimli-interaktif olarak ifade edilen bilgi kaynakları kullanıcıların erişimini sağlamak üzere yazılımlar yardımıyla elektronik imgeler ve dijital bilgi kayıtları sentezlenerek kişilerin bilgiyle etkileşimini sağlayacak multimedya hazırlanmaktadır. Kullanıcıların gereksinimlerine, özelliklerine ve düzeylerine uygun kapsamdaki bilgi kaynaklarıyla hizmet verilmesinin sağlanması multimedya seçimine katkıda bulunurken, yeni multimedya ürünlerinin daha kaliteli hazırlanmasına veya uyarlanmasına yol açacaktır.

KAYNAKLAR

Internet

<https://www.drive2.ru/b/288230376151773004/> 2014

<http://geometria.ru/blogs/events/18826> / 2014

<http://blog.i2fly.com/?p=1290> / 2011

<http://www.multigesture.net/2011/11/19/nodebeat-openframeworks-and-android/> 2011

<http://vimeo.com/22207078> /2010

<http://vimeo.com/54882144> /2012

<http://designcollector.net/firewall-by-aaron-sherwood/>/2013

<http://vimeo.com/41510432>/2012

<http://www.digitaldjtips.com/2012/07/review-beatsurfing-midi-controller-builder-for-ipad/>2011

<http://vimeo.com/17602878> /2012

<http://vimeo.com/5679291>/2013

**GELECEK NESİL MÜZİK EĞİTİMİNDE MEDYANIN ROLÜ VE ÖNEMİ
(THE FEATURES AND MEANING OF MUSICAL EDUCATION FOR
FUTURE)**

Prof. Dr. Naile RAHİMBEYLİ

Azerbaycan Milli Bilim Akademisyonu, FolklorEnstitütü, ‘Müzikfolkloru’
Bölümü Başkanı

e-mail- nrahimbeyli@yahoo.com

ÖZET

Qloballaşan dünyada artık bilgi bolluğu,gün geçtikçe medyanın imkan ve faaliyet alanı daha da genişleniyor.

Bilişim teknolojilerinin gelişmesi sayesinde dünyanın herhangi bir noktasından haber iletimi şimdi birkaç saniye zaman alıyor.Ancak buna rağmen,tüm devletlerde dünyaya entegre seviyesi ve aynı zamanda medyanın gelişme hızı aynı değildir.Bu açıdan Türk soylu halkların medyasının mevcut durumu bileşik,benzersiz ve özgündü.Türk soylu halkların arasında bilgi şebekesinin kurulması ve toplumları birbirine daha yakın olması için medyanın üzerine birtakım görevler düşüyor. Modern dünya düzlemin de manevi Turan birliğinin kurulması meselesi medyanın görev ve imkanlarından ne kadar düzgün ve planlı şekilde kullanılmasından bağlıdır.Türk halklarının tarihi, kültürel mirası, adetleri ve çağdaş durumu, ortak değerleri ile ilgili programların, Teleradio projelerin hazırlanması ve çeşitli ülkelerde yayımlanması çalışmaları çok önemlidir.

Azerbaycanında Türk televizyasının birçok kanallarının yayımlanması doğal devletlerarası yaşanan tüm olaylar hakkında, aynı zamanda, sanatsal proqlamlarla da temas olmak imkanı sağlar.Ortak müzik sanatımızınla ilgili yenilikler kültürlerarası bağlılığa ve genç nesillerin müzik geleneğimizin eski dönemlerinden, çok esirlik tarihinden haber verir. Azerbaycan'da son yıllarda yapılan Mugam veAşık müsabakaları birçok dovlərlərin katılımcılarını bir araya getiriyor ve medya da yayınlanarak tüm dünyaya halk müziği servetimizi iletiyor.

Anahtarkelimeler: Kültür, Medya, Muğam, Sanat, Yarışma

ABSTRACT

In a modern world, there is much information and opportunities of media are increasing day by day. It takes several minutes to transfer information from

any point of the world to another. However, the development of media and integration to the modern world is not the same everywhere. From this perspective, population of Turksoylu is very unique, complicated and specific. In order to construct the information network among Turksoylu population, the several steps should be taken. The history of the Turkish people, their cultural heritage, tradition and modern life, with common values, are presented in transmission programs, projects and various radio programs. The spread of Azerbaijani Turkish TV channels covers all the events occurring on the interstate arena, and also provides an opportunity to keep abreast of events in the development of art. In recent years, Azerbaijan holds a number of festivals dedicated to music and mughamashug. Such activities combine participants from all over the world, and the media with the audience brings all the richness of our national music

Keywords: Culture, Media, Mugam, Art, Competition

GİRİŞ

Qloballaşan dünyada artık bilgi bolluğu, gün geçtikçe medyanın imkan ve faaliyet alanı daha da genişleniyor. Bilişim teknolojilerinin gelişmesi sayesinde dünyanın herhangi bir noktasından haber iletimi şimdi birkaç saniye zaman alıyor. Ancak buna rağmen, tüm devletlerde dünyaya entegre seviyesi ve aynı zamanda medyanın gelişme hızı aynı değildir. Bu açıdan Türksoylu halkların medyasının mevcut durumu bileşik, benzersiz ve özgündü.

Türksoylu halkların arasında bilgi şebekesinin kurulması ve toplumları birbirine daha yakın olması için medyanın üzerine bir takım görevler düşüyor. Eski tarihe ve şanlı geçmişe sahip Türk halklarının yaşadığı coğrafi doğal yaşam Avrupa'dan tutmuş Çin Seddi'ne kadar büyük bir alanı kaplamaktadır. Ortak tarihe, gelenek eneneler, bakışlara sahip bu uluslar tarihsel neredeyse aynı sosyo-politik süreçleri geçmiş, tarihin şanlı sayfalarına yazılmış Hun, Göktürkler, Qaraxanilər, Timur, Osmanlılar, Safeviler ve s. gibi güçlü devletler, imparatorluklar kurmuşlardır. Büyük Türk milletini kocaman çınar haline benzetirsek, çeşitli benzer lehçelerde konuşan Azerbaycan Türkleri, Kazak, Özbek, Türkmen, Kırgız, tarar, Bashgyr, altay, tuva, Uygur, gagauz, kırımçaq, qaraim ve başkaları gibi halkları onun ayrılmaz dalları, yaprakları sayılabilir. Tarihin çeşitli dönemlerine dönecek olursak, ister siyasi, ister kültürel, tarihi ve edebi ilişkiler açısından bu halklar arasında samimi komşuluk, iyi dostluk ve kardeşlik ilişkilerine gölge düştü. Sovetlər dönəmində SSRİ-nin tərkibində qapalı rejimdə yaşayan azərbaycanlı, qazax, özbək, tatar və s. xalqların Türkiyə ilə əlaqələri kəsilmiş, hətta bu münasibətlər qadağan olunmuşdu. SSCB'de Türkiyə'deki türk kardeşlerinden konuşmak, Turk adını çekmek bile tehlikeli idi; çünkü bu insanlar pantürkist damgası vurulardır. Ancak tüm bu yasaklara rağmen hafızalarda ve ailede milli kimliğini, adetini ve geçmişini yaşatan Azerbaycan

Türkleri gizli de olsa radyokabuledicilerden Türkiye'nin yayımladığı veriliş ve müzikleri kalp yanğısıyla dinliyordu. Fakat günümüzde bilgi alışverişinde sorunlar yok seviyesindedir. Bu açıdan türk halkları arasında her türlü bilgilerin iletimi ve paylaşımı mümkündür. Günümüzde en aktif bilgi verici medya olarak kabul edilir. Bu noktadan da medya hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiş ve her alanında aktif yer alıyor.

MEDYA VE İLETİŞİM

Medya bilginin sadece transferinde değil, hem de onun tabliğinde büyük rol oynar. Bu fonksiyon kendini daha çok kültür, sanat, müzik alanında gösteriyor. Müzik dünya dilidir-fikri burada kendisini bir daha doğrultmuş oluyor. Medya yoluyla müziğinin yayımlanması, propagandası dünya halkları arasında kültürel paylaşmanın oluşmasında temel çizgi olarak görür. Medyanın çeşitli bilgi vericileri aracılığıyla dünyada yaşanan herhangi bir kültürel olaylardan haberdar olur, gelişme temayülleri hakkında bilgilendirir, aynı zamanda da kendi kültürümüzde yaşanan olayları, yeni oluşan müzikleri sunulan ve tebliğ edebiliyoruz. Medya paylaşımı türk halkları arasında iletişimin daha da gelişmesine katkıda bulunmuştur. Önceleri çetinlikle bulduğumuz vallar, lent yazıları yoluyla diğer türk halklarının müziğini dinlemek, onun hakkında bilgilendirme imkanı tapırdıysa, bu gün istediğimiz her bir müzik örneğini dinlemek, onun hakkında bilgi almak kamfortuna sahibiz. Tabii ki, tüm bunların oluşmasında öncelikle medya yayınının temel parçasını teşkil eden internet kaynakları özel bir rol oynar.

20-30 yıl önce herhangi bir derginin, derginin elimize ulaşması için belli bir süreyi beklemek talep olunurdusa, şimdi olay hakkında bilgi baş verdiğinden az bir zaman için internet ağlarında yayımlanır.

Medyanın temel lider gücü olan televizyon ve radyo ise müzik alanında en aktif propagandacı gibi davranır. Televizyon aracılığıyla iletilen bilgi daha mobil şekilde adrese ulaştığına göre ona verilen tepki de kendisini çok bekletmiyor. Bu bakımdan televizyonun müzik eyitiminde, yayımında, tebliğinde ve talimlendirici sürecinde gerçekten etkisi inkar edilemez sayılıyor. Televizyonda yayınlanan müzikli yayınlar iki tipe ayrılıyor. Bunlardan bir kısmı müzik sanatının bilimsel, teorik taraflarına, klasik halk ve besteci müziğine hüs olunmuş programlardı. Bu programlar genellikle serili niteliktedir, onların tertibatına müzik alanında çalışan bilim adamları, müzisyen akademisyenler, hem de seçkin sanatçılar yakından yer alıyor. Azerbaycan televizyonunda son yıllarda bu bakımdan büyük gelişmeler olmuştur. Böyle programları eğilim sadece devlet kanalları değil, hem de özel kanallarda hissediliyor ve bu çok sevindirici bir durumdur. Böyle programları muğam, aşık sanatı ile ilgili eyitimiendirici silsile verilişlerle birlikte bu sanatlar üzere düzenlenen tele müsabakaları da ait edilebiliriz. Muğam ve Aşık sanatları beşeriyetin maddi olmayan mirası sayılan şah eserleridir ve güçlü destek olarak

kültürlerarası diyalogun tebliğine katkıda önemli yey tutuyor. "Mugam Dünyası" Uluslararası müzik festivali ilk kez Haydar Aliyev Fonu girişimiyle 18 - 25 Mart 2009 tarihinde Bakü'de yapıldı. Festival kapsamında genellikle uluslararası bilimsel sempozyum, muğam ustalarının yarışması ve çok sayıda opera gösterileri, yanı sıra konserler düzenlenir. Her seferinde medyada canlı yayımlanan Mugam festivalinin temel amacı, modern dünyada Azerbaycan muğamının tanıtılması, halkımızın geleneksel müziğinin dünya müzik irsində hak ettiği yeri tutmasıdır. III- cü Uluslararası müsabakasının iştirakçılarında biri "Seda" grubunun başkanı Abdullah Kurbanı Azerbaycan müziğinin özelliklerinden konuşarak söylemişti: 'Yarışmaya birkaç kompozisyon ile çıkış yaptık. İfa sırasında Türk Sanat Müziği'nin eski aletlerinden - kanun, uddan kullanarak yaptık. Türkiye'de ifa edeceğimiz eser hakkında düşünürken güçlü enstrümantal ve vokal performansla sahip olan bir ülkeye - Azerbaycan'a geleceğimizi biliyorduk. Dolayısıyla işimizin zorluğunu ve sorumluluğunu anladık. Türk halk müziği ve Azerbaycan müziğinin özel özellikleri var. Türk halk müziğinde Segah, Uşşak ve bunlara benzer bir takım motifler var. Sizin müzikte variantlılık, improvizasyonlardan çok kullanılır. Bizim musiqimizdə de bunlar var, ancak Azerbaycan muğamındaki kadar zengin değil'. Şunu da söylemek gerekiyor kiböyle yarışmalar Türkiye'de de kerciriliyor. Mesala, İzmir Azerbaycan Kültür Merkezi'nin organizasyonu ile "Türkiye'de muğam fırtınası-2" adlı dizi konserler düzenlenmiştir. Bu muhteşem önleme 2008-2009 yıllarında ülkemizde yapılan muğam yarışmasının katılımcıları da katıldı.

Şu yarışmaların yapılması adı geçen sanatların yeniden dircelmesine, propagandasına, gelişmesine, dünya çapında tebliğ edilmesine katkıda bulunuyor. Öte yandan genç neslin müzik bilgisinin ve zevkinin halk müziği zemininde oluşmasında, bu sanatlara hevesin artmasında, aynı zamanda genç yetenekleri yüze çıkarılmasında bu yarışmaların çok büyük rolü vardır. Bu türden projelerin geniş kapsamı almasında Azerbaycan devletinin Kültür ve Sanat alanında yaptığı başarılı politikasını belirtmek gerekir. Bu siyaset ve kültür alanına gösterilen özel dikkat ve özen medya alanında stimulum artmasına büyük zemin yaratmıştır. Uzun yıllar korkarak susduğumuz, kalbimizin derinliklerinde səsləndirdiyimiz Türk nəğmələrimizi şimdi yüksek sesle ve taş kalpləri rikkate getiren avazla okuyan Azerbaycan sanatçılarının dünya arenasına oluşumunda medya sanki bir trampoline rolünü oynamış oluyor.

İkinci tip programlar ise eğlence niteliği taşıyor ve onlar daha çok genç izleyiciler için nezerde tutuluyor. Bu programların tertibatına yönetim daha çok gençlerin sevgilisi olan şou adamlarını, genç sanatçılar, sanat temsilcilerini öne çekiyor. Böyle programlar sırasına müzikal şoular, ayrıca amatör müzik yorumcuları için öngörülen tele yarışmalar dahildir. Şu veirlişlərin organizasyonunda Azerbaycan televizyon efiri kardeş Türkiye halkının deneyiminden çok yararlanmış oldu. Tele yarışmaların tertibatı, yapısı için ilk

örnekler işte türk kanallarının efirinde giden benzeri programlara istinat edilmiştir. Neyse ki, artık böyle yarışmalar arasında temas oluşmuş ve Azeri sanatçılar Türkiye'nin, Türk gençler ise bizim müsabakalarda hiç bir engelsiz yer alıyor. Tüm bu olgular iki kardeş halkın yakınlaşmasının daha olumlu bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Azerbaycan'da uzun yıllar türk kanallarının yayımlanması müzik eyitiminde, iki halkın müziğinde ortak noktaların bulunmasında olumlu etkisi vardır. Özellikle belirtmek gerekir ki, medyanın engelsiz etkinliğinde temel faktör genel dilin olmasıdır. Bu açıdan diğer türk dilli halklara nispeten Azeri ve Türkiye Türkleri arasında elitişim kurmak daha kolaydır. Bu da dillerimizin neredeyse aynı olmasından kaynaklanmaktadır.

Dil faktörü oldukça önemlidir. Geçmiş Sovyet döneminde onun içerdği türk halklarını esas itibariyle Rus dili birleştiriyordu. Fakat son yıllarda Rus dili kendi konumunu biraz değişmiştir. Bununla bile bazı Türk köklü devletlerde bu dilin üstünlüğü halen kalmaktadır. Bununla ilgili eklerim ki, Azerbaycan'da ana dilinin üstünlüğü hala Sovyet döneminden kendi üstünlüğünü korumayı bilmişti ve devletimiz müsəqillik elde ettikten sonra bu olgu kendini kanıtladı. Müstəqillik döneminde Latin qrafikali Azerbaycan alfabesi uygulanmaya başladı ki, bu da türk dilinin qavranılmasına da olumlu etkisini göstermiş oldu.

Medyanın kendi işlevini engelsiz şekilde yerine getirmesi için ortak dilden başka, hem de ümumtürk medya kuruluşlarının kurulması zorunlu olmuştur. Bu açıdan TMB tele ve radyo kanalının faaliyete başlaması oldukça sevindirici bir olaydır. Bu kanalda çeşitli türk halklarının modern pop müziyi yayınlanıyor, tebliğ ediliyor. "Turkish Music Box" kanalı Türk dünyasının müzik kanalı olmasını başardı. Kanalın yayın amacı Türk coğrafyasının herhangi bölgesinde halkların müzik kültürünü birbirlerine ve dünyaya sunmaktır. TRT-AVAZ-ın oluşması ise bu alanda daha büyük adım oldu ve büyük sevinçle karşılandı. TRT-AVAZ-ın en önemli avantajı şu ki, burada direkt yayın aracılığıyla Azerbaycan ve Türkiye arasında canlı programlar düzenlenir. Özellikle eski tarihe sahip Türk adet ve enenleri, bayramları ile ilgili programların düzenlenmesi karşılıklı sanat paylaşımı yapmakla birlikte, kendi konumunu kaybetmekte olan bu mirasın yeniden dirçəlməsinə hizmet ediyor. Bu kanalda tez-tez Azeri sanatçıların ifaları sunulan ve yayılır, klasik halk müziğine daha fazla yer veriliyor. Böyle kanalların verimli faaliyet göstermesi için ise genel dilin olması önemli şarttır. Sanıyorum ki, zamanla türk dilli halklar bu problemin de çözüm yollarını bulacaklardır.

Böylece Türk halklarının ortak faaliyeti alanında ilk adımlar artık atılmıştır. Son günlerde Kazakistan devletinde ümumtürk Turan şehrinin salınması bu adımların daha sağlam halk motifleri üzerinde kurulmasını sağlamak için atılan esaslı adımlardan biridir. Bu şehirde her bir Türk halkına belli mekan

ayrılacak ve bu mekanda bu halk kendi kültürünü sergilemek için geniş imkanlar elde edecek.

Fakat çözüm bulmasını bekleyen bir takım sorunlar vardır. Mesela Türksoylu halkların arasında bilgi şebekesinin kurulması ve toplumları birbirine daha yakın olması için medyanın üzerine bir takım görevler düşüyor. Modern dünya düzleminde Turan birliğinin kurulması meselesi medyanın görev ve imkanlarından ne kadar düzgün ve planlı şekilde kullanılmasında bağlıdır. Belirtmek gerekir ki, müzik sanatında bu bakımdan daha fazla gelişmeler göze çarpıyor.80'li yıllarda düzenlenen Semerkand halk müziği festivali çeşitli Türk halklarının teması için geniş bir ortam yaratmıştı.

Türk halklarının tarihi, kültürel mirası, adetleri ve çağdaş durumu, ortak değerleri ile ilgili ortak belgesel filmlerin, programların, Teleradio projelerin hazırlanması ve çeşitli ülkelerde yayınının düzenlenmesi olumlu etkisini gösterebilir. Şu anda tarihimizin, kültürümüzün, müziğimizin, topraklarımızın, halkımızın çirkin tecavüze uğramasını, dünya düzleminde yanlış tanıtılmasının önlenmesinde medya en güçlü bir silahtır. Bu araçtan kaliteli kullanmak için ise ortak haber ajanslarının, TV ve radyonun kurulması, bilgi politikasında Türk dünyasında yaşanan olaylara daha duyarlı ve objektif yaklaşım, gazetecilerin profesyonelliklerinin artırılması ve karşılıklı sefer ve deneyim metabolizması düzenlenmesi, Türk halkları coğrafyasının dünyaya entegre etmesi için yabancı dillerde toplu iletişim araçlarının oluşturulması, türk halklarının ana dilinde medyanın gelişimine özen göstermesi, ortak dil ve alfabe sorununun zamanla çözüm bulması bazı sorunların çözümüne neden olabilir.

Söylenenlere göre bir daha belirtelim ki, müzik kültürünün yayılmasında, tebliğinde medyanın rolü inkar edilemez. Bu rolün bir parçası internetin payına düşüyorsa, diğer önemli bölümü televizyon ve radyo, kitle iletişim araçlarının hesabında düşüyor. Televizyon ve radyo kanalları aracılığıyla müzik kültürümüz yayılır. Bu propaganda sonucunda ise halkın müzik zevki, kültürel dünya görüşü, manevi dünyası zenginleşir. Genç neslin vatansever, kendi soy köküne sadık ruhta yetişmesinde medya yoluyla sunulan müzik yayınlarının etkisi ortadadır. Bu işin daha da vüset alması için medya çalışanları ile beraber biz müzisyenlerin de sorumluluklar düşmektedir. Medya propagandasının daha yüksek düzeyde yapılmasında biz de kendi emayimizi göstermekteyiz. Eminlikle soylemek gerekiyor ki, türk halklarının tek kültür bölgesi olarak gelişmesi için medyanın olanaklarını daha verimli yollarla kullanarak Büyük Türk Kültürü yakın dönemde kendi gerçeliğine kavuşacaktır.

MÜZİK / KÜLTÜR ADACIKLARINI KİM YARATTI?

(WHO CREATED THE ISLANDS OF MUSIC/CULTURE?)

Y.Doç.Dr. Nejat ÇETİNOK*

ÖZET

Bu çalışmada “toprağımızdaki insanların yaşadığı müzik yolculuğu”na tanıklık edilmiş; toplumumuzda ve insanımızda yaşanan kültürel değişimin müzik yaşantımıza nasıl yansıdığı aktarılmıştır. Bu çalışmanın dayanakları ve kaynakları daha önce yazılmış makaleler, gazete/dergi yazıları, kitaplar, yazarın tanıklıkları ve yaşanmışlıklarıdır. Bu çalışmada,”diyalekt”i ortaya koyan işleri, eylemleri yaparken dayanan ve kimin kim olduğunu belirleyen kültür “ilişkileri” tarihsel süreç içinde gözden geçirilmiştir.

Bizim topraklarımızda yaşanan özel müzik yolculuğu, kültürel etkileşimler, tarihsel değişimler ve bunların müziğe etkileri ve yansımaları aktarılmıştır. Çalışmada varılan sonuç şudur: Kültür/müzik özel adacıklarımızın evrensel kitle iletim araçları tarafından örtüldüğü ve yutulduğudur.

Anahtar kelimeler: Değişim, Etkileşim, Evrensel Kitle İletim Araçları, Kültür/müzik dünyamız.

ABSTRACT

In this article, “the journey of music as experienced by the people of Asia Minor and Turkey” is examined through the cultural transformation in Turkish society and people and the subsequent impact on music. The article draws from previously published or written essays, magazine and newspaper articles and the personal experiences of the author as primary and secondary sources.

This article studies the cultural “relations” throughout the historical process as they shape the “dialect” and the identity of the people and the society. The article concludes with a proposition that: “Our music/culture islands is covered by global ‘mass media’ and ‘broadcasting industry.’”

Keywords: Interaction, Transformation, Global mass media, Our world of music/culture.

* İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, Sütüce Mah. İmrahor Cd. No:90 34445, Beyoğlu-İst., ncecinok@ticaret.edu.tr.

GİRİŞ

Sevgili dostum Prof. Dr. Ünsal Oskay durumu şöyle belirliyordu: “İnsanların, özellikle, yirminci yüzyıl öncesinde, her an değişmeyen, bir bütün olarak öğrenildikten sonra, hayat boyunca, kişilerin içinde bulundukları konumlarına göre kuracakları çeşitli kişisel ve özellikle değişik toplumsal ilişkilerde ne yapacaklarını önceden kestirebilmeleri için yeterli bir yol haritası işlevi görebilen “orası için” gelenek durumuna gelmiş davranışları vardı.” (Oskay, 1982: 15)

Ve ben de şimdi diyorum ki: “Yeni bir yaşam biçimine geçildiğinde... Yani, kırsaldan şehre gelindiğinde, el tezgâhlarının tek başlılığından şehre yakın kurulan fabrikaların içindeki kalabalık yabancılaşıma, yan yana duran bahçecikleri bile olmayan merkezden uzak evciklerin içine girildiğinde; daha çok aydınlatılmış, daha geniş, daha temiz sokakların, caddelerin üzerine kurulmuş daha büyük evlere uzaktan bakmak olağan kabul edildiğinde, yani, kapitalist sanayi toplumunda yaşamaya başlandığında “eskisine göre” edinilmiş geleneksel değerlerin, davranışların, kültür ve müziğin yetersiz kaldığını, hatta değişmesi gerektiğini acı acı hissetmeye başladılar. Daha önce yaşadıkları yere, daha önce yaşadıkları düzene, daha önce birlikte yaşadıkları insanlara benzemiyordu bu yeni dünyadakiler... Büyüyen iş bölümü ve toplumsal farklılaşmalar daha öncekilerden değişik bir kültür ve müzik uygulamaları getiriyordu.

Aristo bile yüzyıllar öncesinde, köleciliğin, hayatın doğal bir gerçeği olarak kabul görüldüğü çağında, tiyatro ve müzik için ne demişti?: “Tiyatroda iki türlü seyirci, dinleyici vardır; biri, iyi eğitilmiş soylu baylardan oluşur, öteki ise aşağı uğraşları olan kimseler, parayla çalışan işçiler ve benzerleri gibi avam takımındandır.” Bu iki sınıfın da dinlenmesi (eğlenmesi) için ayrı yarışmalar ve gösteriler düzenlenmelidir. Fakat bunların zihinleri, çarpılmış, doğal durumundan uzaklaşmış olduğu için uyumlarında kuraldan sapmalar ve ezgilerinin tonunda doğaya aykırı abartmalar vardır. Her grup, kendi tabiatına yakın olandan zevk alır (Aristoteles, 1978: 245).

Kendi toplumunun geleceği olarak kabul ettiği soylu vatandaşlardan oluşan genç kuşağın eğitiminde, her tür müziği sevdirecek bir uygulamadan kaçınılmasını; kölelerin, çocukların bile sevebilecekleri “yaygın müziğin” bu kesimin gençlerine sevdirmesinden kaçınılmasını ister Aristo.

Ona göre, özgür gençlere, yüksek kaliteli melodileri ve ritimleri anlayıp beğenecekleri kadar bir müzik bilgisi, sevgisi aşılması önemlidir (ve yeterlidir). (Aristoteles, 1978:243)

Ünsal Oskay, Aristo’nun bazı düşüncelerini yorumlarken şöyle diyordu: “Soyluların dinledikleri müziğin, kendinden beklenileni vermesinin, müziğin

soylu insanlar tarafından üretilmesinin, (bestelenmesinin) değil; soyluların kendi aralarında toplanırken, hayatlarını soyluca yaşarken, özgür olmayanların, soylu olmayanların (kendileri dinlesin diye) besteledikleri, yaptıkları, çaldıkları, söyledikleri müziği tüketmeleri ile gerçekleşeceğini, bunun yeterli olduğunu belirtir.” (Oskay, 1982: 19) Aristo, böylece, özgür insanların, soylu insanların müzik konusunda da başkalarının emeğinden yararlanarak onların yaptıklarını satın alarak özgür insan olduklarını gösterebileceklerini ve zaten böyle davranmaları gerektiğini savunur.

TOPLUM YAPIMIZ, SANAT ANLAYIŞIMIZ

Araştırmacı yazar Agâh Sırrı Levend, 1968 yılında kaleme aldığı bir yazıda, tarihimize bakarak toplumsal yapımızı ve sanat anlayışımızı tanımlarken şöyle diyordu: “İlk başlarda, hükümdarlar ile ona bağlı olan çevrelerin dışında kalan ve adına halk denilen kesim henüz sınıflara ve tabakalara ayrılmamış geniş yığınlardı. Türklerin, Müslümanlığı kabul etmelerinden sonra büyük devletler kurdukları 11. yüzyıldan 14. yüzyıl sonlarına kadar, Gazneliler ve Selçuklular ile Osmanlılar’ın ilk zamanlarında bu işleyiş ve anlayış sürüp gitmiştir (Levend, 1968:171).

15. yüzyılda, Türk illerinde birbirinden ayrı, ama, birbirine eş iki uygarlık merkezinin parlayıp yükseldiği görülmüştür. Bunlardan biri Türkistan’ın merkezi Herat, öteki de Fatih’in yeni kurduğu İstanbul’du.

Sonra, toplumda “iş bölümü” meydana gelmiş, toplum tabakalara ayrılmıştır. Her çevre kendi karakterine uygun hayatı yaşamaya başlamıştır. Bu tabakalar şöyle biçimlenmiştir: 1. Köylerde toprakla ve hayvanla uğraşıp ürün yetiştiren tarımcılar, ağalar, köylüler, yarıcılar, ırgatlar; 2. Tüccar, büyük esnaf, küçük esnaf, satıcı, gezici, aylıkçı ve gündelikçisiyle iş âleminde yer alanlar; 3. Asker ocaklarında yaşayan kara ve deniz erleriyle subaylar; 4. Devlet hizmetlerinde görevli büyük küçük memurlar ve kendi kendilerini yetiştirmiş aydınlar; 5. Şeyhi ve dervişleriyle tarikatları temsil edenler; 6. Müderrisi, kadısı, imamı, hocası ve kalfasıyla her dereceden bilim ve din adamları ve Saray.

Her birinin kendine göre ayrı yaşayışı, zevki, eğlencesi, ihtiyacı, dünya görüşü, geleneği ve göreneği olduğundan hepsinin kendi hayatını yansıtan bir dili, bir edebiyatı, bir söylemi, bir müziği vardı.

İbn Haldun, Mukaddime’sinde, “İslâmiyet’in ilk yıllarından itibaren Arap, Grek, İran ve Türk gibi milletlerin müzik unsurlarının birbirine karışması ile yeni bir müzik yükselmeye başlamıştır” demişti (Haldun, 1988:432).

Padişah III. Selim’in bir ayaklanma sonucu öldürülmesinden sonra yerine geçen II. Mahmut (1808-1839) yeniçeri düzenini ortadan kaldırmıştı. “Asakir-i

Mansure-i Muhammediye” adı verilen yeni bir ordu kurmuş ve köklü değişiklikler eylemine başlamıştı.

“Hükümet adamları” gözlerini Avrupa’ya çevirmiş, Avrupa uygarlığını memleket sınırları içine sokmayı, memleketi batılılaştırmayı düşünmekteydiler. Bu yüzden Avrupa ülkeleri örnek alınmaya başlanmış, yüksekokullar açılmış, Avrupa’ya öğrenci gönderilmiş eğitim ve öğrenime önem verilmişti.

Nizam-ı Cedid’ten sonraki altmış yıl içinde beş “Askeri Okul” açılmıştı ve bunlardan biri de Muzıka-i Hûmayun Mektebi (1826) idi. Muzıka-i Hûmayun’un anlayış ve uygulama farklılığıyla Osmanlı geleneksel müziğine getirdiği yeni anlayış, çoksesli müziğimizin ilk örneklerinin verilmesine yol açmıştır. Bu çalışmalar evrenselleşme sürecine giren Osmanlı Müziği ve daha sonra yaratılan Çoksesli Müziğimiz’i etkilemiştir.

Muzıka-i Hûmayun’un kuruluşundan II. Meşrutiyet Dönemi’ne kadar geçen seksen iki yıl içindeki Batı Müziği çalışmalarına topluca bakıldığında, toplumda kökleri bulunmayan bir sanatın öğretimine girişildiği görülür.

KÜLTÜR/MÜZİK ADACIKLARININ SU YÜZÜNE ÇIKMASI

XX. Yüzyıl sınıfsal farklılıkların ‘unutturulmaya’ çalışıldığı, “popüler” sanatın öne çıktığı bir dönemi başlatmıştı; 1920’lerden sonra ortaya çıkan müzik ve dans akımları gramofon, sinema ve radyo gibi çoğaltımı yayımı sağlayan kitle iletim araçlarının ortaya çıkması ile kendi ülkelerinin sınırlarını aşmıştır; caz, swing, fokstrot, tango, çarliston ve benzeri pek çok müzik ve dans türü farklı kültürdeki insanların bir araya geldikleri “metropollerde” insanların iletişim ve etkileşim aracı olmuş; yerel ve ulusal kimliklerinin çok ötesinde sınır ötesi bir kültürün temsilcisi konumuna gelmişti.

Cumhuriyet’in kuruluşundan bu yana Türkiye’deki müzik tarihi bir etkileşim, değişim ve bileşim tarihidir. Ziya Gökalp, 1923 yılında yayımlanan “Türkçülüğün Esasları” adlı eserinde müzikle ilgili şu tartışmalı savı ileri sürüyordu: “Avrupa musikisi girmeden evvel, memleketimizde iki musiki vardı; bunlardan biri, Fârâbi tarafından Bizans’tan alınan Doğu Musikisi, diğeri ise Türk Musikisi’nin devamı olan halk melodilerinden ibaretti” (Gökalp, 1990:145).

Cumhuriyet’in kuruluşundan başlayarak “müzik kültür yapılanmamız” hep önde tutulmuştur (Oransay, 1985:112). Yeni yönetim düzeninin iyice güçlendiği 1930’lu yıllardan başlayarak gerçekleştirilen devrimler iyice hız kazanmış idi (Kocabaşoğlu, 1980: 45).

Halka çoksesli müziği sevdirmek için gerek radyo yayınlarında gerekse öteki kamusal alanlarda (örneğin, deniz hatları vapurlarında, Cumhuriyet balolarında) çoksesli batı müziğinin hafif örnekleri çalınmaya başlandı; ülkenin

her köşesinde parasız halk konserleri düzenlendi; halkevlerinde müzik kursları açıldı, bandolar kuruldu.

KİTLE İLETİM ARAÇLARININ ETKİLERİNİ GÖSTERMESİ

İkinci Dünya Savaşı, Türkiye’de pek çok şeyi olduğu gibi kentlerdeki eğlence yaşamını etkilemişti; radyo başında geçen savaş yıllarında halk müziği o günlerin müzik beğenisini önemli ölçüde belirlemiştir; 1950’li yıllardan başlayarak “caz müziği” ve “hafif müzik” yeniden canlanmış; 1960’lı yıllarda da “ça ça ça”, “twist”, “bossa nova” gibi yeni danslar rock’n’roll’ün kurduğu büyük egemenliğe boyun eğmek zorunda kalmıştı; “eğlence” kavramı toplumun değişik kesimlerinde farklı algılanmaktadır. 1960 eyleminin ve anayasasının ardından ortaya çıkan görece özgür ortam yeni ulusçuluk ve yeni bağımsızlık rüzgarları estirdi; halk müziği batı anlayışı ve sesi ile yorumlandı ve bu biçime Anadolu-Pop adı verildi. Müzikçiler halk müziğinin ürünlerini ve etkilerini batılı çalgılar ve vuruşlar ile yorumluyorlar idi; gerek müzikçi gerekse tüketici artık, batılı müziği ve çoksessliliği tanıyordu.

Halk müziği müzik dünyamızda hep öteki müzik alanları ile etkileşim içinde oldu; ama özellikle 1960’ların ikinci yarısında ve 1970’lerde bu etkileme kendine özgü söyleyiş biçimlerini de birlikte getirdi.

Anadolu-Pop bir yandan gelişimini sürdürürken öte yandan “aranjman” müzik hızla yaygınlaşmakta idi. Popüler müziğin gerçekten popüler olduğu yıllar 1970’li yıllardır; ülkede yaşanan siyasal ve toplumsal çalkantılar, dengelerin değişmesi “pop müziği” de etkilemiştir.

Nurda Gürbilek Türkiye toplumunun 1980’li yıllarda ‘kültürel çoğullaşma’ ya da ‘kültürün parçalanması’ diye adlandırılabilir bir sürecin içine girdiğini yazıyor (Gürbilek, 2001: 102).

Zygmunt Bauman, “Michel Mafessoli’nin günümüzdeki aidiyet ilişkilerini tanımlamak için ortaya attığı yeni-kabilecilik (neo-tribalism) kavramını kullanarak modern bireyin ısrarlı ve çoğu zaman takıntılı bir biçimde içine dahil olabileceği “müzikli” cemaatleri kurma ya da var olana katılma arayışı” içinde olduğunu söylüyordu. (Bauman, 1991: 248-249).

12 Eylül 1980 sonrasında popüler batı müziği ciddi bir durgunluk dönemine girdi. Bir dönemin çok satan pop müzik plaklarının yerini “arabesk” söyleyen (arabesk gibi söyleyen) müzikçilerin çalışmaları almıştır. Kırsalda ve köylülükte yaşayan insanlar artık kentlerde oturuyordu ve birçok kültürel özelliklerinin yanı sıra müziklerini de yanlarında taşıdılar. Artık her pop müzik ezgisinde alaturka bir tat duyulmakta, müzikteki doğu-batı bileşimi pop müzikte yaşanmaktadır.

Hiç bir öteki pazar tam anlamı ile ele geçirilemez; o pazarda yaşayanların dili ve alışkanlıkları tümü ile değiştirilemez; zaten önemli olan da öteki pazarda yaşananların tümünü ele geçirmek değil kendi mallarını satın alabilecek ölçüde satın alma ve harcama gücü olan kesimi ele geçirmek, dilini kendi diline, alışkanlıklarını kendi alışkanlıklarına benzetmektir; bu yeterli olacaktır.

Anlam sistemlerinin ve simgesel biçimlerin geniş ölçekli aktarımından dolayı dünya, sömürgeciliğini yükseliş döneminde olduğu gibi sadece siyasal ve ekonomik anlamlarda değil aynı zamanda kültürel yapılanması çerçevesinde de giderek tek bir mekân durumuna gelmiştir. (Hannerz, 1998: 139).

SONUÇ

Bir imparatorluğun ardından yaşamaya devam eden babalarımız, dedeleriniz, nineleriniz ve biz ve de gelen her yeni kuşak, yeni bir döneme, yeni dünyaya gözlerini açtı. Ve dünya halkları büyük savaşlar yaşadı, teknolojiler geliştirdi. Her dönemin de kendine özgü oyuncakları, müziği oluştu.

Kültür ve müzik adacılarımız, okyanusun yükselmesiyle sular altında kaldı. Hemen her Avrupa ülkesinde Amerikan kültür ve müzik taşkını ve baskını elbette en çok da gelişmekte geciktirilmiş ülkelerde ve Türkiye’de hissedildi. Bu adacılar, evrensel kitle iletim araçları ve her boydaki ekran ışıklarıyla örtüldü ve yutuldu. Ama zaman zaman bu kültür/müzik adacıları başlarını sudan çıkartmaya çalışmakta ve yine zaman zaman bunda başarılı olmaktadırlar.

KAYNAKLAR

Aristoteles, (1978), Politika, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Bauman, Z.(1991), Modernity and Ambivalence, Cornell University Press, New York.

Gürbilek, N, (2001), Vitrinde Yaşamak, Metis Yayıncılık, İstanbul.

Gökalp, Z. (1990), Türkçülüğün Esasları, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, İstanbul.

Haldun, İ. (1988), Mukaddime, M.E.G.S.B Yayınları, İstanbul.

Hannerz, Ulf. (1991), “Çevre Kültür Senaryoları”, (Çev.) Gülcan Seçkin ve Ümit Hüsrev Yölsal, A.D.King (Ed.), Kültür, Küreselleşme ve Dünya-Sistemi, Ankara: Bilim ve Sanat, 1998, 139-163.

Kocabaşoğlu, U., (1980), Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna, S.B.F. Yayınları, Ankara.

Levend, A., (1968), Türk Dili, “Halk ve Tasavvufi Halk Edebiyatı”, Ankara.

Oransay, G. (1985), Atatürk ile Küğ, Küğ Yayını, İzmir.

Oskay, Ü. (1982), Müzik ve Yabancılaşma, Dost Kitabevi, Ankara.

**“MÛSİKİ İNKİLÂBİ” VE MEDYADA SEMBOLİK ŞİDDET:
ERKEN CUMHURİYET DÖNEMİ GAZETE-DERGİLERİNDE OSMANLI
MÜZİĞİNİN TEMSİLİ**

**(TURKISH MUSIC REFORM AND SYMBOLIC VIOLENCE IN MEDIA:
THE REPRESENTATION OF THE OTTOMAN-TURKISH MUSIC IN
THE PRINTED PRESS OF THE EARLY REPUBLICAN PERIOD)**

Yard. Doç. Dr. Onur Güneş AYAS*

ÖZET

Erken Cumhuriyet döneminde hâkim siyasi-kültürel elit tarafından başlatılan “alaturka-alafranga” müzik tartışması, müziğin kendisinden ve toplumun beğenilerindeki değişimden kaynaklanan bir estetik ve sanatsal probleme dayanmamaktadır. Aksine temel mesele, müzik tartışması üzerinden devletin Batıcı tercihinin meşrulaştırılması, geleneksel Doğulu kimliğin meşruluk alanının dışına itilmesi ve toplum kimliğinin dönüştürülmesidir. Osmanlı müziği Batıyla uyumsuz geleneksel Şark-İslam kimliğinin açık bir ifadesi olduğu için hedef tahtasına oturtulmuştur. Müzik alanındaki resmi kültürel meşruluk tanımı, yeni rejimin siyasi yönelişinin müzik terimlerine tercümesi olarak görülebilir. Bu kültürel meşruluk tanımı resmi kurumlara egemen olmakla kalmamış, Türk basınının büyük çoğunluğu tarafından da benimsenmiştir. Türk basını müzik tartışmasını doğrudan bir siyasi-ideolojik mesele olarak ele almış, Mûsikiİnkılâbı’nı bir rejim meselesi haline getirmiştir. Osmanlı müziğini tercih etmek, bir estetik beğeniyi ifade etmekten çıkarak, resmi politikanın reddedilmesiyle, rejim düşmanlığıyla, çağa ayak uyduramamakla ve gericilikle özdeşleştirilmiş, böylece en baştan bu konudaki serbest tartışmanın önüne geçilmiştir. Dolayısıyla alaturka-alafranga müzik tartışması, Habermas’ın tarif ettiği türden bir iletişimsel eyleme, bir bilimsel argümanlı tartışmaya benzetilemez. Çünkü buradaki tartışmanın amacı “herkes için iyi olanın” belirlenmesi değil, belli güç ilişkileri aracılığıyla iletişimin çarpıtılması ve hâkim söylemin dayatılmasıdır. Bu açıdan Bourdieu’nun sembolik şiddet kavramı bu olayı açıklamak için uygun bir çerçeve sağlar. Bu çalışmada Erken Cumhuriyet dönemi medyasında Osmanlı müziğini kültürel meşruluk alanının dışına itmek için geliştirilen sembolik şiddet örüntüleri tespit edilip sınıflandırılmaya çalışılacaktır.

*Yıldız Teknik Üniversitesi Davutpaşa Kampüsü, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, A-2020
Esenler-İstanbul, e-posta: gunesayas@gmail.com

Anahtar Sözcükler: Alaturka-alafranga tartışması, Bourdieu, klasik Türk Müziği, medya, Mûsiki İnkılâbı, müzik sosyolojisi, sembolik şiddet

ABSTRACT

The alaturka-alafranga debate which was initiated by the ruling political and cultural elite of the Early Republican regime was not based on the aesthetic and artistic problems stemming from the change in the taste of society or the music itself. Rather it was based on the justification of the political Westernism of the new regime, externalization of the traditional Oriental identity from the field of cultural legitimacy and transformation of the Turkish social identity. Ottoman music was turned into a target as an explicit expression of the traditional Oriental-Muslim identity incongruous with the West. The official formula of the cultural legitimacy concerning music can be seen as the direct translation of the political orientation of the new regime into musical terms. This official formula supported by the official institutions was also adopted by a great majority among the Turkish media. In journals, newspapers and radio, the music debate and the Turkish Music Reform were considered as a political-ideological issue related to the unchangeable characteristics of the new regime. Since the preference in the Ottoman music became identified with the rejection of the official policy, being unable to keep up with the times and a reactionary and hostile attitude to the new regime, maintaining open and free discussion in the field of music became almost impossible. Thus, the alaturka-alafranga debate in the early republican period was not a discussion based upon mutual scientific argumentations or a kind of communicative action as defined by Habermas. Because the aim of the debate was the manipulation of the communication and the imposition of the dominant discourse via certain power relations, instead of finding “the good for everyone” by scientific argumentation. In this conjunction the concept of symbolic violence coined by Bourdieu provides an appropriate framework for the explanation of this case. In this paper, I will ascertain and classify the patterns of symbolic power developed for excluding the Ottoman musical tradition from the field of cultural legitimacy.

Key words: Alaturka, alafranga, Bourdieu, classical Turkish music, media, Turkish music reform, the sociology of music, symbolic violence

GİRİŞ

Bu tebliğin konusu, başlıktan da anlaşılacağı gibi, Mûsiki İnkılâbı’nın pratik uygulamalarından çok söylemsel stratejileriyle ilgilidir. Özünde politik ve ideolojik kaygılarla ilişkili olan Mûsiki İnkılâbı’nın bir estetik meseleymiş gibi sunulması bile aslında bir söylemsel strateji olarak görülebilir. Çünkü Erken

Cumhuriyet döneminde hâkim siyasi-kültürel elit tarafından başlatılan “alaturka-alafranga” müzik tartışması, toplumun beğenilerindeki farklılaşmaya dayanan bir estetik-sanatsal problemle ilişkili değildir. Aksine temel mesele, müzik tartışması üzerinden devletin Batıcı tercihinin meşrulaştırılması, geleneksel Doğulu kimliğin meşruluk alanının dışına itilmesi ve toplum kimliğinin dönüştürülmesidir. Osmanlı müziği Batıyla uyumsuz geleneksel Şark-İslam kimliğinin açık bir ifadesi olduğu için hedef tahtasına oturtulmuştur. Müzik alanındaki resmi kültürel meşruluk tanımı, yeni rejimin politik yönelişinin müzik terimlerine tercümesi olarak görülebilir. Nitekim müzik tartışmalarında aktif rol alan birçok yazarın müzikle neredeyse hiçbir ilgisi yoktur. Keza fikirleriyle Mûsiki İnkılâbı’na rehberlik eden Gökâlp’in müzik bilgisi de son derece zayıftır. Daha da önemlisi müzik alanında atılan tüm radikal adımların baş müsebbibi olan Atatürk bile özel yaşamında, yasaklanmasını emrettiği müziği dinlemekte, Batı müziğinden keyif almamaktadır. Demek ki Osmanlı-Türk müziği aleyhindeki karar estetik değil politik temellidir.

Dolayısıyla biz de bu çalışmada Erken Cumhuriyet dönemi müzik tartışmalarını esasen politik bir mesele olarak ele alacağız. Politika söz konusu olduğunda güçten bahsediyoruz demektir. En basit anlamda güç bir tarafın iradesini karşı tarafa kabul ettirmesidir. Bu politik tartışmada da, egemen güçler tarafından meşru görülen sembol ve anlamların dayatılması söz konusudur. Bunun başlıca aracı da neredeyse hepsi devlet kontrolünde yayın yapan gazete ve dergiler olmuştur.

Osman Nuri Ergin’in deyişiyle Atatürk’ün geri adım atmak zorunda kaldığı tek inkılap olan Mûsiki İnkılâbı (1977: 1849) belli bir tarihle sınırlandıramayacağımız bir uygulamalar bütünüdür. Bu uygulamalar arasında en çok iki yasak kararı öne çıkmıştır. Birinci karar 1926’da Darülelhan’da Türk müziği kısmının kaldırılması, Türk müziği eğitiminin yasaklanması ve resmi eğitim kurumlarında müzik eğitiminin tamamen Batı müzik sistemine dayandırılmasıdır. 1926’da gazeteler tarafından “Alaturka musiki ilga edildi, artık bu musikiden tarih kitaplarında bahsedilecek” diye duyurulan bu eğitim yasağı fiilen 1970’lerin ikinci yarısına kadar yürürlükte kalmıştır. Buna paralel bir diğer uygulamaysa 1934’te radyoda alaturka müziğin yasaklanmasıdır. Mûsiki İnkılâbı, genellikle, iki yıla yakın devam eden ve toplum hafızasında derin yaralar açan bu ikinci yasakla özdeşleştirilmektedir.

Dönemin gazete haberleri ve bazı resmi yazışmalar incelendiğinde başlangıçta bu yasağın sadece radyoyla sınırlı düşünülmediği, gazinolar ve konser salonları dahil bütün umumi yerlerde geçerli olmasının planlandığı anlaşılmaktadır. Cemal Reşit Rey’in hatıralarında (*Cumhuriyet*, 11 Kasım 1963) anlattığına göre Mûsiki İnkılâbı için kurulan komisyonda memleket genelinde tek sesli müziğin tamamen yasaklanması önerilmiş, Cemal Reşit Rey bu önerinin mantıksızlığı konusunda arkadaşlarını şu sözlerle ikna etmiştir: “Bir çoban faraza

davarlarını otlatırken, şarkı söylemek ihtiyacını hissederse, ille köye gidip bir ikinci çobanı bulup, gel birader sen de şu ikinci sesi uydur söyle, mi desin?”1934 Kasım’ında radyonun ardından gazinolarda da Türk müziğinin yasaklanacağı haberleri çıksa da (“Çalgılı yerlerden de eski musiki kaldırılacak”, *Cumhuriyet*, 8 Kasım 1934), birkaç gün sonra bundan “şimdilik” vazgeçildiği açıklanmıştır. Velhasıl, bazı münferit uygulamalar dışında iş bu raddeye varmamış, radyo yasağı iki yıl kadar sonra kaldırılmıştır.

Mûsiki İnkılâbı’nı elbette ki geçici ve kısmi nitelikteki bu yasak kararlarına indirgeyemeyiz. Mûsiki İnkılâbı çerçevesinde Batı müzik tekniğine göre örgütlenmiş bir eğitim sisteminin kurulması ve bu teknikle bestelenecek eserlere milli çeşniler kazandırmak üzere yurdun dört bir tarafında halk türkülerinin derlenmesi gibi yapıcı faaliyetleri de göz ardı etmemek gerekir. Ancak klasik Türk müzik geleneği söz konusu olduğunda Mûsiki İnkılâbı’nın esasen yıkıcı ve saldırgan özellikleri ön plana çıkar. Belli dönemlerde bu müzik geleneğini tamamen hukuk dışı ilan eden uygulamalara girişildiği gibi, yasak kararının söz konusu olmadığı şartlarda da gazete ve dergiler aracılığıyla bu müzik aleyhinde bir linç kampanyası sürdürülmüştür. Bu tebliğde söz konusu linç kampanyasını sembolik şiddet kavramı çerçevesinde ele almamızın sebebi, burada bildiğimiz anlamda kaba kuvvete dayanmayan kendine özgü bir şiddet formunun söz konusu olmasıdır. Gerçi kimi zaman çıplak zora dayalı çözümler öneren, en azından bunları ima edenler de olmuştur. Örneğin, aslında alafrangacı kanadın en akli başında ve en bilgili taraftarlarından biri olan Mahmut Ragıp Gazimihal bile yasaklı yıllarda Türk müziğiyle uğraşanları doğrudan hedef alan ve garip imalar içeren yazılar yazabilmiştir. 1934 yılında *Varlık* dergisindeki bir yazısında Gazimihal, alaturka denilen “mikroplu musiki”nin yok edilmesi için, okurlarına İsveç çözümünü hatırlatır. Şöyle ki, İsveç’te kötü musikiyi engellemek için müzisyenler bir tepeye çıkartılır, yanlarına da kuyruğu yağlanmış bir dana konurmuş. Kuyruğundan tutarak bu dananın aşağı koşmasını engelleyebilenler kurtulur, kuyruğu elinden kaçırılanlar idam edilirmiş. Mahmut Ragıp Bey’e göre bugünkü İsveç Avrupa’nın en gelişmiş musiki memleketlerinden birisi olmasını işte bu kopartılan kellelere borçludur. Gazimihal’in bu önerisinde ciddi olduğunu sanmıyoruz. Elbette ki alaturkacıları idama kalkışan olmamıştır. Ancak onlara Bourdieu’nun ifadesiyle şiddetin daha görünmez ve kibar bir formu olan sembolik şiddet uygulanacak, bu müziğin mensupları Batı müziği karşısında bir aşağı-öteki konumunu kabul etmeye zorlanacaktır. Büyük ölçüde *Mûsiki İnkılâbı’nın Sosyolojisi*(2014) adlı kitabımızdaki tipolojiye dayanarak hazırladığımız bu tebliğ, Erken Cumhuriyet dönemi gazete ve dergilerinde bu sembolik şiddetin hangi spesifik stratejiler aracılığıyla Osmanlı-Türk müziğine yöneltildiğini tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bunun için, öncelikle sembolik şiddet kavramına biraz daha yakından bakarak yeni rejimin müzik alanındaki resmi kültürel meşruluk tanımını hangi temeller üzerine oturttuğunu görelim.

SEMBOLİK ŞİDDET VE RESMÎ KÜLTÜREL MEŞRULUK TANIMI

Bourdieu’ya göre sihirli bir güce sahip olan sembolik iktidar gerçekliği kurma, yapılandırma iktidarıdır. Bu sihirli gücün başarı kazanması için hükmedilenlerin de ona inandırılması gerekir. Bu da hükmedenlerin meşru kabul ettiği sembol ve anlamların hükmedilenlere dayatılması yoluyla sağlanır (Türk, 2010: 612-613). Bu açıdan, alaturka-alafranga tartışması, Habermas’ın (2001) tarif ettiği türden bir iletişimsel eyleme, bir bilimsel argümanlı tartışmaya benzetilemez. Çünkü buradaki tartışmanın amacı aklın rehberliğinde serbest tartışmayla “herkes için iyi olanın” belirlenmesi değil, belli güç ilişkileri aracılığıyla iletişimin çarpıtılması ve hâkim söylemin dayatılmasıdır. Hâkim söylemin temelindeki sembolik sistem, yarattığı ikili karşıtlıklarla hükmedenleri bütünleştirirken, hükmedilenlere belli ayırım ve hiyerarşileri kabul ettirir (Swartz, 2011: 121-2; Bourdieu, 1984: 468). Tek parti döneminde sembolik şiddet tekeli ele geçiren gazete ve dergiler işte bu tip ikili karşıtlıklar yoluyla meşru ve gayrimeşru olanın sınırlarını çizmiş ve bu sınırları okurlarına dayatmıştır. Müzik alanında kültürel meşruluk tanımının kaynağı tamamen politiktir ve politik meşruiyet tanımının müzik alanındaki izdüşümüdür. Dolayısıyla keyfi niteliktedir. Keyfilikten kastımız, herhangi bir meselede başka türlü bir tercihin de mümkün olmasıdır. Başka bir deyişle keyfilik, alınan bir kararın ilahi iradeyle veya çağın-bilimin gerekleriyle değil, doğrudan kararı alanların öznel tercihleriyle ilgili olması demektir. Hâlbuki sembolik şiddet, politik bir tercihin bu keyfi niteliğini gizler ve ona bilimsel-objektif bir gerçeklik ve bundan kaynaklanan bir kaçınılmazlık atfeder. Böylelikle muhaliflerini onu kabul etmeye zorlar. Örneğin Erken Cumhuriyet döneminde bilim, çağdaş uygarlık ve ilerleme düşüncesi Batı medeniyetiyle özdeşleştirilirken, Şarkla ilişkili her şey gericilikle, bilime aykırılıkla ve zamana ayak uyduramamakla özdeşleştirilmiştir. Dolayısıyla temelinde politik bir tercih olan Batıcılık kaçınılmaz bir karar olarak sunulmuş, çağın ve bilim gereği olan bir şeye direnmek beyhude olduğundan buna direnenler adeta tımarhanelik insan muamelesi görmüştür. Aynı şekilde yeni rejimin milliyetçi ve halkçı meşruiyet esasları da bu temel Batıcı tercihle uyumlu hale getirilmiştir. Osmanlı-Şark mirasından arındırılmış, Batı medeniyeti tercihiyle uyumlu hale getirilmiş ve etno-seküler niteliği ağır basan yeni bir Türklük tarif edilmiş, bu Türklüğün temeli Osmanlı-şark medeniyetiyle hiç temas etmediği varsayılan “saf” ve “temiz” Anadolu köylerinde aranmıştır. Müzik alanında bu kültürel meşruluk çerçevesinin izdüşümü Gökalp’in *Türkçülüğün Esasları*’nda (1923: 130-1) geliştirdiği milli musiki formülüdür. Bu formül kısaca şöyle özetlenebilir: Model = Batı Müziği, Düşman = Osmanlı Müziği, Kaynak = Anadolu Türküleri (Tekelioğlu, 1996: 202). Burada Batı müziği çağın en ileri ve bilimsel tekniğini temsil eder. Ancak bu tekniğe milli bir çeşni gerekmektedir. Gökalp’e göre Osmanlı müziği bilime aykırı, yapay ve hasta olmakla kalmaz, Bizans kaynaklı olduğu için Türklükle de alakası yoktur. Saf Türk müziği, ancak

Osmanlı müziğiyle hiç temas etmediği varsayılan ücra Anadolu köylerinde dinlenebilir. Dolayısıyla Mûsiki İnkılâbı üç ayak üzerine kuruludur: Batı müziğinin aktarılması, Osmanlı müziğinin dışlanması ve köylerdeki saf Türk müziğinin keşfedilmesi. Bu üç ayaklı programın belkemiği Osmanlı müziğinin dışlanmasıdır. Çünkü o yerinde kaldıkça Batı müziğini aktarmak ve onunla uyumlu bir milli müzik inşa etmek mümkün görülmemektedir. Bunun için Mûsiki İnkılâbı eğitim ve radyo yasağı gibi daha ziyade olumsuz ve yıkıcı eylemlerle yola koyulmuştur. Bu idari tedbirlerin yanı sıra gazete ve dergiler aracılığıyla da bir linç kampanyasına girişilmiştir. Bu kampanya sırasında Osmanlı-Türk müziği veya o günlerdeki yaygın adlandırmayla alaturka, belli bir estetik uğraştan ziyade kültürel-politik alanda gayri-meşru, aşağı ve olumsuz görülen bütün değerlerin sembolü haline getirilmiştir. Sembolik şiddet işte bu sembol ve anlamları kabul ettirmeyi amaçlamaktadır.

SEMBOLİK ŞİDDET STRATEJİLERİ

a) İrticanın Sembolü Olarak Osmanlı Müziği

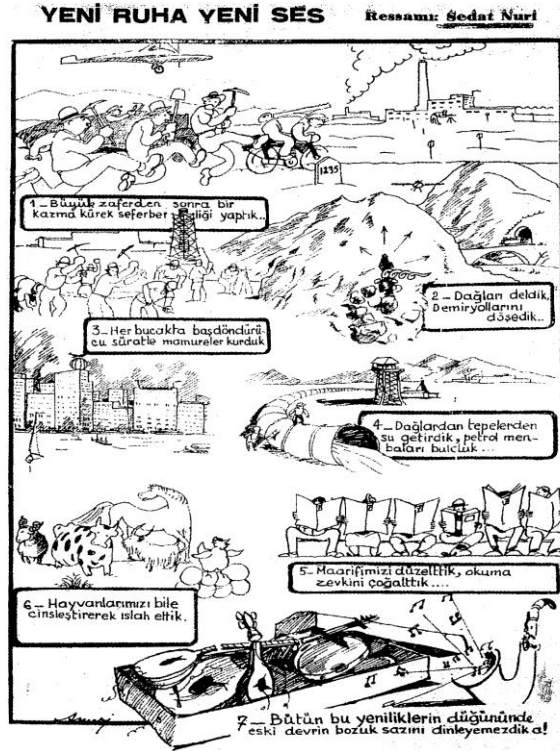
Osmanlı müziğiyle ilgili yaratılan ilk imaj ileri-geri, çağdaş-çağdışı, bilimsel-bilim dışı gibi ikili ayrımlar temelinde inşa edilmiş ve bu doğrultuda alaturka irticayla özdeşleştirilmiştir. Gerek 1926'daki eğitim yasağında gerekse 1934'teki radyo yasağında başvurulanan temel gerekçe bu ikili ayrımlara dayanmaktadır. Örneğin 1926'da Riyaset-i Cumhur Orkestrası şefi Zeki Üngör, Türk müziği eğitiminin yasaklanmasını meşrulaştırmak amacıyla verdiği demeçte (*Yeni Ses*, 1926) Batı tekniğine göre kurulan yeni konservatuvarı “ilme, fenne ve metoda istinat eden bir eğitim kurumu” olarak tanımlarken, aynı konservatuvar içindeki ilga edilen alaturka kısmını “en basit kavaidi bile olmayan” ve “fennen izah edilemeyen bir sanat” olarak damgalamıştır. 1926'da Türk müziği eğitiminin yasaklanması basında büyük tartışmalara sebep olmuş, bu tartışmalar esnasında Rauf Yekta Bey ve Hakkı Süha Gezgin gibi Türk müziğini savunan önemli entelektüeller mürteci olmakla suçlanmış, Batı müziğinin dayatılmasına karşı Türk müziğini savunmak “otomobillere karşı çıkmak”, “doktorların yerine üfürükçüleri, baytarların yerine nalbantları savunmakla” bir tutulmuştur (Özalp, 2000: 16). Genel okura hitap eden objektif görünümlü ansiklopedik metinlere de bu ideolojik tavır damgasını vurmuştur. Örneğin Mahmut Ragıp Gazimihal *Milli Mecmua* dergisinde genel okuru bilgilendirmek amacıyla hazırladığı “Umumi Musiki Bilgileri” sayfasında alaturka müziği “iptidai müzikler” arasında sınıflandırmıştır. Gazimihal'e göre “fikir hayatı ve tarzları geri kalmış memleketlerin musikileri iptidaidir. Kadını kafes arkasında yaşatan eski sakat İslami cemiyetlerde, bestekârların münhasıran kadınların göz ve saçını düşünüp terennüm etmeleri buna bir misal teşkil eder.” (1931: 149-151)

30'lu yıllarda çeşitli dergilerde çizilen karikatürlerde alaturka müzik hep aynı ileri-geri mantığı içinde resmedilir. Örneğin *Akbaba* dergisindeki bir karikatür bir

evde üç nesli resmeder. Göçmekte olan nesil alaturka sazlarla temsil edilir, genç nesilse Batı müziği dinleyip dans etmektedir (Şekil 1). *Yedigün* dergisindeki bir başka karikatürde bu kez daha politik bir yorumla aynı düşünce vurgulanmaktadır: “Yeni Ruha Yeni Ses” (Şekil 2). Bir tarafta ilerlemeyi, kalkınmayı ve çağdaş uygarlığı temsil eden fabrikalar, demiryolları ve okullar vardır, diğer tarafta irticayı temsil eden tambur, kemençe ve ud. Cumhuriyet çocukları bu kadar inkılap arasında “eski devrin bozuk sazını” dinleyecek değildir elbette.



Şekil 1 AKBABA, 15 Şubat 1934



Şekil 2 Yedigün, 14 Kasım 1934

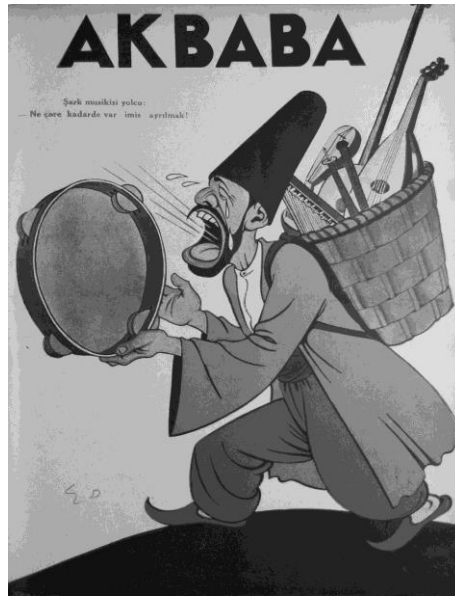
Bu görüş daha bilimsel bir kılıf altında müzikolojik açıklamalarla da desteklenmiştir. Bu açıklamalara göre Batının çoksesli müziği evrensel bir gelişme çizgisinin en son, en bilimsel ve en zirvedeki örneğidir. Dolayısıyla alaturkacıların iddia ettiği gibi makamsal ve tonal nitelikte iki ayrı müzik sisteminden söz edilemez. Dünyanın farklı yerlerindeki farklı müzik sistemleri bu gelişim çizgisi üzerindeki farklı gelişme aşamalarını temsil ederler. Cumhuriyet’in Batı müziği eğitimi almak üzere yurtdışına gönderdiği Halil Bedii Yönetken çeşitli dergilerdeki yazılarıyla bu fikrin en önde gelen savunucularından biri olmuştur. Yönetken’e göre “alaturka musikinin teknik mahiyeti Avrupa’nın monodisine tekabül eder.” Yönetken müzik sanatının evrimini “dokuzuncu asrın diyaforonisi, on ikinci asrın deşanı, on üçüncü asrın fobordonu, on dördüncü asrın kontrpuanı, son asırların akor ve tonalite prensipleriyle teşekkül eden yeni sanatı doğuran armonisi” şeklinde sınıflandırırken Şark musikisinin modern asırlar öncesindeki monodik evreye tekabül ettiği sonucuna varır. Bu yüzden Batı

teknikini almak bir tercih meselesi değil, bilimin ve çağın gerektirdiği bir mecburiyettir. Bu mecburiyeti hissetmeyip de “bizim çeyrek seslerimiz var, onları koruyalım” diyenler, Yönetken’e göre, hayatın doğal evrimine karşı durdukları için cinnet geçirmiş kişilerden farksızdırlar (Karaman-Tebiş, 2012: 150-151). Şair Ercüment Behzat Lav da Mûsiki İnkılâbı’na karşı çıkanları tahkir etmek için *Nota Musiki Mecmuası*’nda aynı argümana başvurmuştur: “Bugün Hayyam’la Mevlana’nın rubailerine göre hayatını tanzim etmeye kalkan adamı deli diye tımarhaneye sokarlar... Ud ve tefle çalınan bugünkü mızımız afyonlu alay musikisini makinalaşan Türkiye’de tarihe gömmek içtimai bir zarurettir.” (*Nota Musiki Mecmuası*, 15 Haziran 1934) Aynı görüş Atatürk başta olmak üzere rejimin önde gelen liderleri ve savunucuları tarafından da dile getirilmiştir. Batı müziğiyle klasik Türk müziği arasında bir sentez kurmaya yönelik ılımlı öneriler bile Atatürk ve Falih Rıfkı Atay tarafından bir “irtica girişi” olarak değerlendirilmiştir. 30’lu yıllarda kendisi de alafrangacı olan Peyami Safa Cumhuriyet gazetesinde bu tip sentez görüşlerine yer veren bir musiki anketi yayınladığında Atay’ın tepkisi son derece sert olmuş, Safa “musiki irticai namına bir tezahürat” başlatmakla suçlanmıştır. Atay’a göre “Alaturkanın ıslahını düşünmek, medresenin ıslahını, şeriye mahkemesinin ıslahını, mecellenin ıslahını düşünmekle birdir.” (*Cumhuriyet*, 25 Aralık 1932). Bu sembolik şiddetin 30’lu yıllarla sınırlı kaldığı düşünülmemelidir. 1970’li yılların başında Türkiye’nin ilk kültür bakanı CHP’li Talat Halman’ın Cumhurbaşkanlığı konser salonunda bir İtri konseri düzenlemek istemesi, basında “irticanın hortlaması” olarak görülmüş, bakan koltuğundan olduğu gibi, kültür bakanlığı bile lağvedilmiştir. Klasik Türk müziği konusundaki olumsuz kanaatin oldukça yumuşadığı 1980’lerde bile Ahmet Adnan Saygun “ilkokullara Türk müziği derslerinin konma aşamasına gelmiş olmasını, irticanın sarıksız olarak geri dönmesi” olarak tanımlayacaktır. Kısacası klasik Türk müziğinin gazete ve dergilerde irticanın sembolü olarak gösterilmesi sembolik şiddetin en temel özelliğini mükemmel bir şekilde gözler önüne sermektedir: Keyfi ve politik nitelikte bir tercihe bilimsel ve objektif bir gerçeklik olarak bir kaçınılmazlık atfedilmesi.

b) Şarklılığın Sembolü Olarak Osmanlı Müziği

Sembolik şiddet stratejilerinden ikincisi bu kez Batıcı tercihin daha görünür bir şekle büründüğü Doğu-Batı ayrımına dayanır. Ancak bu ikili karşıtlığın vurgulanan kısmı Batı değil Doğudur. Batı müziği tıpkı ileri-geri, bilimsel-bilim dışı ayrımlarında olduğu gibi doğrudan evrensel müzikle, en ileri teknikle özdeşleştirilmiş ve çoğunlukla isimsiz olarak savunulmuştur. Bu açıdan Batıyı değerlendirirken Edward Said’in (1978) deyişiyle bir “gizli oryantalizm” (*latentorientalism*) söz konusudur. Yani Batı müziğinin Batılı niteliği arka plana itilmiş, Batı müziği evrensel, nesnel ve bilimsel bir teknik olarak bütün milletlerin takip etmesi gereken evrensel bir model olarak görülmüştür. Osmanlı müziğiye doğrudan “Şark musikisi” olarak etiketlenmiş ve bütün olumsuzluklar bu müziğin

Şarklı niteliğiyle tanımlanır olmuştur. Dolayısıyla Osmanlı müziğine karşı bir açık oryantalist (*manifestorientalism*) tutum söz konusudur. Ancak Türk milliyetçisi bir rejimin Türk müziğini ismen hedef tahtasına oturtması abes olacağı için, gazete ve dergilerde bu müzikten “Türk musikisi” olarak değil “Şark musikisi” olarak bahsedilmiştir. Buna göre 1934’de radyolarda icrası yasaklanan müzik, bizim müziğimiz değildir, Şark müziğidir. Örneğin *Akbaba* dergisinin kapağından alkışladığı ve karikatürleriyle destek verdiği radyoda alaturka yasağı sanki başka bir memleketin müziği yasaklanıyormuş gibi “Şark musikisi yolcu” başlığıyla verilmiştir (Bkz. Şekil 3). Gazeteler bir yandan alaturkayı Şark musikisi olarak etiketlerken bir yandan da Batının Şark müziğiyle ilgili aşağılayıcı tanımlarını tereddütsüz kabul etmişlerdir. Ancak aşağılanan bu Şark müziği bizim dışımızda bir şey olarak resmedilmiştir.



Şekil 3 Akbaba, 8 Kasım 1934

Örneğin 1926’da Türk müziği kısmı kapatılan konservatuar’ın 1932 yılında Uluslararası Şark Musikisi Kongresi’ne katılmama kararı alması gazetelerde gururla verilen haberler arasındadır. Zira gazetelere ve bizzat konservatuar yetkililerine göre bu şark musikisiyle hiçbir ilginin kalmadığının kanıtıdır. Ne var ki kongreye katılan bazı batılı gözlemciler dinledikleri bazı örneklerden övgüyle söz edince ve Türk müziğini savunan bazı muhalif yazarlar bunlardan alıntı yapınca işler karışır. *Akşam* gazetesi yazarı Selami İzzet’e göre şark müziğinden övgüyle bahseden yazar bunu ancak içkinin tesiriyle söylemiş olabilir, ciddi bir estetik hüküm belirtmesi mümkün değildir. Zira batı müziği “Afrika zencilerinden bile” nağme almaktan çekinmemesine karşın “bizim şark musikisi dediğimiz alaturkadan” hiç istifade etmemektedir. Demek ki Şark müziği Selami İzzet’in deyişiyle “zencinin nağmesinden bile kıymetsizdir.” (Musiki Kongresi, *Akşam*, 20 Nisan 1932, s.3) Mûsiki İnkılâbı’ysa sırf bizi bu kıymetsiz

Şark musikisinden kurtardığı için bile kıymetlidir. Zaten Avrupalılar da Mûsiki İnkılâbı’nı öncelikle bu özelliğinden dolayı övmektedirler. 25 Kasım 1934’te, yani radyoda batı müziği dışındaki bütün müziklerin yasaklanmasından birkaç hafta sonra, *Cumhuriyet* gazetesinde yayınlanan bir haber, Avrupalıların bu oryantalist tutumunun ne şekilde içselleştirildiğine ışık tutmaktadır. Sevinçle ve gururla verilen haber *La Tribune Des Nations* gazetesinde M. Robert L. Bandouyisimli bir yazarın Kuzey Afrika’da ve Suriye’deki müstemlekeler sergisinde icra edilen “ince sazı” sanat bakımından değersiz bulmasıyla ilgilidir. Yazara göre Avrupalıların hiç beğenmediği bu müzik Türk ruhunu aksettirmekten uzak, Bizans artığı ilkel bir müziktir. Zaten Atatürk’ün Mûsiki İnkılâbı sayesinde Türkler bu ilkel ve değersiz müzikten kurtulmaya karar verip batı müziğini benimsemişlerdir. Gazetenin gururla verdiği bu haberde Türk müziğini öven tek satır yoktur. Aksine klasik Türk müziği geleneğinin de bir parçası olduğu şark’ın makam müziği gelenekleri aşağılanmakta, Türkler sadece bu ilkel şark müziğinden kurtulup garp müziğini tercih ettikleri için övülmektedirler. *Cumhuriyet* gazetesinin batı müziğini benimsemek gibi milliyetçi bir tutumla uyuşması çok zor olan bir karardan bir milli gurur hissesi çıkartması ise, bu dönemde Türklükle şark arasındaki ilişkinin kesilmesinin bir milli mesele olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır.

Nitekim Mûsiki İnkılâbı’na destek kampanyasında gazetelerde en çok üzerinde durulan şey, bu inkılabı yapanların bizi Şark müziğinden kurtarmış olmasıdır. Daha 1920’lerin sonundan itibaren alafrangacı kalemler Türk müziğini şark müziğiyle özdeşleştirirken aşağılamak amacıyla onu “iptidai insanların, Afrika vahşilerinin nağmeleri”ne benzetmekten bile çekinmemişlerdir. Batı oryantalizminin genel olarak şarkla ve şark müziğiyle ilgili bütün klişeleri dönemin aydınları tarafından alaturka tartışması özelinde sürekli olarak yeniden üretilmiştir. Bu bağlamda Türk müziği uyuşukluğun, ataletin, köleliğin, şark despotizminin sebep olduğu acı ve iniltilerin müziği olarak gösterilmiştir. Karikatürlerde bu müziğin “uyutucu” niteliği ön plana çıkartılırken, Gazimihal, Yönetken ve Ahmet Ağaoğlu’nun yazıları gibi daha bilimsel içerikli metinlerde bu müziğin şark despotizmiyle ilişkisi üzerine oryantalist klişeler tekrarlanmıştır. Buna göre kadınları kafeslere tıklan, halkları despot sultanlar tarafından ezilen şark milletleri feryat etmekten, acıdan, iniltiden, başka bir şey bilmezler. Üstelik batıya kıyasla durağan bir toplum yapısının ürünü olduğu için bu müzik uyutucudur, yeknesaktır, yeniliğe açık değildir. Bazı yazarlar çok sesli batı müziğiyle demokrasi arasında bile ilişki kurmuş, tek sesli müziği anti-demokratik Ortadoğu toplumlarıyla çoksesli müziği Avrupa demokrasisiyle özdeşleştirmişlerdir (Ayas, 2014: 177-9).

c) Türklüğün Karşısı Olarak Osmanlı Müziği

Tüm bu sembolik şiddet stratejileri uygulanırken alaturka müzikle Türklük arasında kesin bir ayırım yapma konusunda son derece dikkatli davranılmıştır. Zaten Mûsiki İnkılâbı'na temel oluşturan Gökâlp'in fikirlerine göre bu müzik Bizans kaynaklıdır ve Türklere ait değildir. Türklerin gerçek müziği ancak bu “Bizans artığı” müziğin temas etmediği köylerde dinlenebilir. Nitekim 1930'da Atatürk meşhur biyografi yazarı Emile Ludwig ile röportajında da aynı görüşü tekrarlar. “Şarkın yegâne anlayamadığı fenninin musikisi” olduğunu söyleyen Ludwig'e Atatürk şöyle cevap verir: “Bunlar hep Bizans'tan kalma şeylerdir. Bizim hakiki musikimiz Anadolu halkında işitilebilir.”(Oransay, 1985: 32). Bu öyle yaygın bir klişedir ki 1930'larda gazeteler Mısır'ın bile Türkleri örnek alarak bu “Bizans artığı Şark musikisinden” kurtulmak istediklerini yazarlar (Bkz. Şekil 4).



Şekil 4 Akşam, 21 Kasım 1934

1938'de Atatürk'ün yazdırdığı notlara dayandığı iddia edilen meşhur bir gazete makalesi, bu klişenin radyoda alaturka yasağı kalktıktan sonra da devam ettiğini göstermektedir. Bu makalenin yazarı Kemal Ünal'a göre “fasıl musikisi milli musiki değildir ve hiç olmamıştır” (Ulus, 8 Ocak 1938). Milli musiki ancak batı tekniğine dayanarak yaratılabilir. Ortada çok garip bir paradoks vardır. Gazetelerde “alaturka” denilen müzik her şekilde aşağılanırken ve Türk olmadığı kanıtlanmaya çalışılırken, Batı müziğini esas alan Mûsiki İnkılâbı bir milli musiki yaratma çabası olarak gösterilmektedir. Örneğin *Cumhuriyet* gazetesi, konservatuar müdürünün ağzından Mûsiki İnkılâbı'nı “Milli Musiki Doğacaktır” başlığıyla duyurur (12 Kasım 1934). Bu mantığa göre 1930'lara kadar Türklerin müziği yoktur, bizim Türk müziği sandığımız müzik Türklere ait değildir. Türklerin müziği istikbalde batı tekniğine dayanarak yaratılacaktır. Bu modern milli müzik yaratılana kadar batı tekniğini öğrenmek, bunun için de bir süre sırf batı müziği dinlemek gerekmektedir. Bu mantığa göre batı müziğinin aktarılmasını savunan alafrangacılar Türkçü, alaturkayı savunanlar Türk düşmanı

olmaktadır. Hâlbuki alafranga Frenk usulü demektir, alaturka ise Türk usulü. Hatta kelimenin kendisi bile batı müziğindeki Türk etkisini ifade etmek için doğmuştur. “Frenk usulüne” göre bestelenmiş eserler “milli musiki” olarak adlandırılırken, “Türk usulüne” göre bestelenen eserlerin Bizans artığı, gayri-millî bir müzik olarak görülmesi okurların kafasını karıştırmış olmalı ki bir kısım alafrangacı yazar konuya “açıklık getirme” ihtiyacı duymuştur: Peyami Safa’ya göre “alaturkacılarımızın en büyük hatası alaturkayı Türk sanmalarıdır... Alaturka Türk değildir. Makam tekniktir ve tekniğin milletlerarası bir ifade haysiyeti olmak lazım gelir. Alaturka makamlar bu haysiyetten mahrumdurlar.” (*Ulus*, 29 Aralık 1946).

Bu doğrultuda Falih Rıfkı Atay Türk müziğinin yaratılması için tek bir formül önerir. Millî müziği yaratacak sanatçı batı tekniğini öğrenmek için Avrupa memleketlerine, saf Türk harsını öğrenmek için “Türk dağlarına” gönderilmelidir. Bourdieu’nun ikili karşıtlıklarından saf-karışık karşıtlığı burada yürürlüktedir. Meşruluk alanının dışına itilmek istenen Osmanlı-Türk müziği “karışık” olmakla suçlanmaktadır. Egemen söylemin tanımladığı “saf” müziğin kaynağı Osmanlı medeniyetinin hiç temas etmediği varsayılan Anadolu köylerinde, hatta daha da saf olsun diye Atay’ın deyişiyle “Türk dağlarında” aranmalıdır (*Cumhuriyet*, 25 Aralık 1932).

Klasik Türk müziğinin Türk olmadığını kanıtlamak için etnik açıklamalara bile girişilmiştir. Sanayi-i Nefise Encümeni umumi kâtipliği ve Maarif Vekâleti Türk Harsı müdürlüğü yapmış olan Namık İsmail Bey, Rauf Yekta Bey ile yaptığı gazete polemiklerinde bugünkü fasıl musikisinin Türk olmadığını kanıtlamak için bu müziğin Türk olmayanlar tarafından icra edildiğini ve en meşhur bestekârlarının Türk olmadığını ileri sürer(Rauf Yekta, 1926: 2). Bu mantığa göre, Ermeni kökenli Bimen Şen’in İstanbul halkının dilindeki Türkçe sözlü şarkıları bile bu kan testinden geçememektedir. Hâlbuki alaturka konusunda bu kadar dışlayıcı olan bu çevre, batı müziği söz konusu olduğunda ifrat derecesinde kapsayıcıdır. Öyle ki batı müziğinin kaynağının aslında Türkler olduğunu iddia eden fantastik görüşler bile ortaya çıkar. Ali Rıfat Çağatay radyoda alaturka yasağından birkaç gün sonra Mûsiki İnkılâbı’nı haklı göstermek için batı müziğinin eski Türk müziğine dayandığını ileri sürer (Şekil 5). Batı müziğini benimseyen Türkler bu açıdan özlerine dönmüş olmaktadır.(*Akşam*, 8 Kasım 1934).Tanburi Cemil Bey’in oğlu Mesut Cemil Bey, aynı doğrultuda batı müziğinde kullanılan keman ve saksofon gibi çalgıların Orta Asya kökenli eski Türk çalgıları olduğunu kanıtlamaya çalışır(Şekil 6, *Akşam*, 26 Mart 1936). Diğer taraftan, hali hazırda Türkler tarafından icra edilen çalgılar, adeta vatan haini muamelesi görür. Aka Gündüz gibi radikal Kemalistlere göre bu çalgılara karşı verilen mücadele adeta bir millî dava olarak görülmelidir. Çünkü “ud çalan milletlerin millî marşı olamaz”, “udu paramparça etmek... enkazını berbat, menfur defin içine koyup müstevli düşman gibi hudutlarımızdan kapı dışarı

atmak” gerekir (*Hakimiyet-i Milliye*, 24 Şubat 1929’dan aktaran Tüfekçioğlu, 1992).

Musiki inkılâbı
**Garp musikisinin esası
 eski türk musikisidir**
 Ali Rifat bey “Gamin mucidi Türkler
 olduğu halde bunu neden
 kullanmıyalım?,” diyor

Reisicumhur Hz., Meclisin açıldığı gün irat ettikleri nutuklarında Türk musikisinin yüz ağartacak derecede olmadığından bahis buyurmuşlar ve garp tekniğine uygun eserler vücudı getirilmesi lüzumuna işaret etmişlerdi.

Gazi Hz. nin bu işaretleri üzerine musikimizi talah, günün meselesi konuşulurken, şark musiki cemiyeti reisi Ali Rifat beyi hatırlamak kabil değildir. Ali Rifat bey ilk defa bizde saz heyetlerini bir orkestra şekline koymuş, musikiye pek çok yenilikler yapmış bir musikîşinastır. Şimdi kendisi «Türk tarihinin ana hatları» eserinin musiki kısmını yazan heyetin reisi. Vaktile darülelhan ve darülbeytin musiki kısmı müdürlüklerini yapmıştır. Ali Rifat beyi Kadıköydeki evinde bir çok musiki aletleri ve yüzlerce cilt kitapla dolu geniş bir salonda zih-



Ali Rifat bey

Türk musikisinin armonize edilmesi meselesine gelince, Avrupa’nın major ve minör denilen makamları Türk musikisinde mevcuttur. O halde Avrupa musikisine

Her gün bir mesele..
**Keman, Saksofon
 Türk çalgılarıdır**

Bugün Avrupa ve Amerikada
 çalınan bir çok çalgılar türklerindir

Musiki tarihi ile meşgul olan tanınmış musikîşinaslarımız gayet mühim bir meseleye temas etmişlerdir. Musikîşinaslar uzun araştırmalardan sonra bugün Avrupalıların, Amerikalıların elinde bulunan bir çok musiki aletlerinin ilk defa orta Asyada, Türkler tarafından icad edildiklerine kani olmuşlardır.

Son seneler içinde aşağı yukarı kendisini yalnız bu meselenin tetkikine veren konservatuar hocalarından Mesut Cemil diyor ki:

— Musiki aletleri insanlığın kullandığı aletlerin en eskileridir. Bir musiki aleti bir taş balta kadar eskidir.

İlk insanlar da musiki aleti kullanıyorlardı. Çünkü musiki çok eskidir.

— En eski musiki aleti hangisiydi?

— Bir tek musiki aletine en eskisi budur denilemez. Zira musiki aletleri de insanlara benzerler.. Bugün hâlâ elimizde bulunan en modern musiki aletlerinin insanınsi gibi bir çok tekâmül safha-



Konservatuar hocalarından
 bay Mesut Cemil

diğim merkezlerden gelmişlerdir.
 — Saksöfon?
 — Saksöfon klarnet ailesindedir. Yeni bir saz olmakla beraber gagalı sazlardan olma-

Şekil 5 Akşam, 8 Kasım 1934

Şekil 6 Akşam, 26 Mart 1936

d) Halka Yabancı Bir Zümre Müziği Olarak Osmanlı Müziği

Batı tekniğinde yaratılacak yeni milli müziğin tek yerli kaynağı halk müziği olacaksa, klasik müzik geleneğimiz halkla hiç temas etmemiş olmalıdır ki bu halkçı söylem çerçevesinde de dışlanabilsin. Bunun için Mûsiki İnkılâbı’nın savunucuları Osmanlı müziğinin dar bir zümre tarafından icra edilen kapalı bir müzik olduğunu iddia etmişlerdir. Yani onlara göre bu müzik sadece Saray ve Tekke mensupları tarafından icra edilmiş, halka hiç ulaşmamıştır. Bugün olduğu gibi o dönemde de neredeyse herkes geleneksel müziğimizi Türk müziği olarak adlandırıyor. Bu adlandırmanın rejimin müzik alanındaki milliyetçi ve halkçı söylemini zedeleyeceği açıktır. Türk milliyetçisi ve halkçı bir rejimin Türk müziğine düşman olmasını açıklamak mümkün değildir. Bunun için bu müziğe yeni adlar bulunmaya çalışılmıştır. Saray musikisi, Enderun musikisi, Edvar musikisi, Divan musikisi, Saltanat musikisi, tekke musikisi gibi hepsi belli bir zümreyle ilişkili yeni adlar türetilmesi bununla ilgilidir. Bilhassa Enderun veya Saray musikisi gibi adlandırmalar sadece dergi sayfalarındaki daha bilimsel nitelikli yazılarda (örneğin Gazimihal ve Yönetken gibi müzik adamlarının yazıları) değil, gazetelerdeki politik köşe yazılarında da (örneğin Falih Rıfkı Atay) yaygın bir şekilde tercih edilmiştir. Hâlbuki bu adlandırmaların hepsi yüzlerce

yıllık müzik tarihimizde ilk kez 1920’lerde tek tük kullanılmaya başlamış ve ancak 1930’larda biraz yaygınlaşabilmiştir. Çünkü birçok yerli ve yabancı gözlemci ve araştırmacının ortaya koyduğu gibi bu müzik, aslen bir şehir müziğidir ve şehrin çok çeşitli toplumsal katmanlarını bir araya getiren bir üst kültür sistemi teşkil etmiştir. Dellalzade İsmail Efendi, Hamamizade İsmail Dede Efendi, Çömlekçizade gibi klasik geleneğin en seçkin temsilcilerinin isimleri dahi bu geleneğin geniş sosyal tabanı hakkında bir fikir vermektedir. Üstelik yapılan çalışmalar Osmanlı müziğiyle uğraşanların genellikle amatör olduğunu ve ancak müzisyenler arasında küçük bir azınlığın saray’dan maaş aldığını ortaya koymuştur. Bu apaçık gerçeğe karşın bu müzik saray’la özdeşleştirilmiş, daha da kötüsü yapay bir saray-halk karşıtlığı, hatta düşmanlığı tablosu çizilmiştir. Bu sembolik şiddet stratejisine bir bilimsel-tarihsel temel yaratmaya çalışan makaleler de yazılmıştır. Gazimihal’in *Milli Mecmua*’daki “Musiki ve Cumhuriyet”(1928) başlıklı üç bölümlük yazı dizisi buna örnektir. Burada Gazimihal meseleyi Avrupa tarihi bağlamına oturttarak saray-halk karşıtlığının evrenselliğini vurgular. Nasıl Ortaçağ Avrupa’sında kilise ve saray elele vererek yüksek müziği aristokrasinin tekeline alıp halkı müzik zevkinden mahrum bıraktıysa, Osmanlı’da da saray aynısını yapmıştır. Müzik alanında “iyi namına ne varsa cümlesini kendi namına” ayırıp halkı bundan mahrum bırakan saray ve müziğe baskı uygulayan medrese yüzünden halk Osmanlı müziğinden uzak kalmıştır. Halkın el yordamıyla yaratmak zorunda kaldığı kendi öz müziği bu olumsuz koşullarda doğduğu için ilkindir. Bu ilkelliğin sorumlusu da saraydır. Ama ne olursa olsun, saray müziği saray’ın kendisiyle birlikte göçüp gitmiştir. Milli müziğe temel oluşturabilecek tek kaynak saray müziğinin zıddı olan halk müziği olabilir.

e) Müzelik Bir Tarihi Eser Olarak Osmanlı Müziği

Osmanlı müziğinin saray ve tekkenin tekelinde kalmış ve halka ulaşamamış dar bir zümre müziği olarak damgalanmasının pratik sonuçlarından biri devlet kurumları tarafından müzeye kaldırılacak bir tarihi eser muamelesi görmesidir. Buraya kadarki bütün sembolik şiddet stratejilerinde Osmanlı müziği hakkında dışlayıcı ve olumsuz bir dil söz konusuyken, müzeye kaldırma stratejisinde daha müşfik ve olumlu bir ifade tarzı söz konusudur. Müzeye kaldırma stratejisi, bizzat devlet kurumları tarafından bilinçli bir siyaset çerçevesinde uygulamaya konmuştur. Bunun ilk örneği “Alaturka Musiki Tespit ve Tasnif Heyeti”nin kurulmasıdır. Darülelhan’da Türk müziği eğitimi yasaklandıktan sonra İstanbul Belediyesi’ne 22 Ocak 1927 tarihinde Milli Eğitim Bakanı Mustafa Necati ve Maarif Vekâleti Türk Harsı Müdürü Namık İsmail imzası ile gönderilen yazıda heyetin çalışma şekli enteresan bir şekilde tarif edilmiştir. Heyet “kesinlikle eğitim ve öğretim niteliği taşımamak koşuluyla” ve “öğretimin olmadığı günlerde” çalışacaktır. Görevi sadece eski repertuarı tespit ve tasnif edip notaya almaktır. Radyoda klasik eserleri icra eden koro da Tarihi Türk

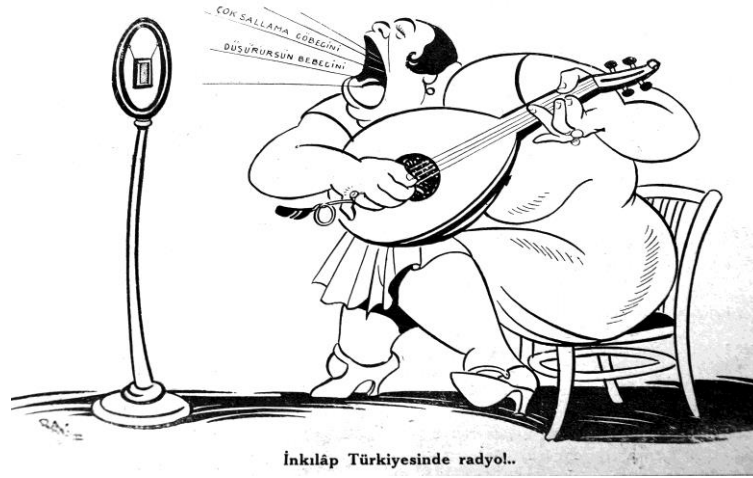
Müziği korusu olarak isimlendirilmiş ve tarihe karışmış ölü bir sanatı temsil ettiği o kadar vurgulanmıştır ki bu durum Türk müziği severlerin tepkisini çekmiştir. General Pertev Demirhan’ın 1940’ların sonunda *Türk Musikisi* dergisindeki sitem dolu sözleri bu tepkiyi yansıtmaktadır: “Güzel eserlerimizi *Tarihi Türk Mûsikisi* adı altında radyodan dinliyoruz. Bu *tarihi* sözü bana pek acı geliyor ve bende âdeta ‘Bu mûsiki artık maziye aittir; kıymeti yoktur, sizlere ancak hatıra diye dinletiyoruz’ diyorlarmış gibi tesir hâsıl ediyor...” Aslında buradaki “gibi” sözcüğü fazladır. Çünkü dedikleri tam da budur. Resmi görüşün savunucularına göre, Halil Bedii Yönetken’in deyişiyle bu müziğin belki “kıymet-i tarihiyesi” olsa bile “kıymet-i asriyesi” yoktur (Kahraman-Tebiş, 2012: 19). Yani bu müzik ancak tarihte kaldığı, başka bir deyişle müzeye kaldırıldığı müddetçe kültürel meşruiyet dairesine dahil olabilir. Örneğin Osmanlı müziğiyle batı müziği arasında bir sentez fikrini bile bir irtica hareketi olarak gören Falih Rıfkı Atay, müzelik olduğu müddetçe Osmanlı müziğinin tarihi değerini teslim etmekte bir problem görmez: “Divan Edebiyatı gibi, eski musiki de terkettiğimiz medeniyet âleminin malı idi. Fuzuli gibi Dede’yi de büyük bulmamak ve onun eserleriyle iftihar etmemek mümkün müdür? Fakat ne o edebiyatı, ne de bu musikiyi devam ettirmeye imkân yoktur.” (Ar, Kasım 1938) Öyleyse bu müziği yine de sevebiliriz, ama uzaktan. Hayatın akışına bulaştırmadan, müzedeki camın arkasından izlediğimiz bir tarihi eser gibi.

Burada bir metafor olarak kullandığımız müzeye kaldırma stratejisi, etnomüzikoloji çalışmalarında benzer bir çerçevede “museumized” kavramıyla karşılanmaktadır. Bununla birlikte onu bir metafor olmanın ötesinde lafzi anlamıyla benimseyenler de olmuştur. Örneğin Mahmut Ragıp Gazimihal Mûsiki İnkılâbı’nın zaferinden o kadar emindir ki 1937 Kasım’ında *Ar* dergisindeki bir yazısında, eski müziğin yok olmaktan kurtarılması için bir müze kurulmasını önerir. Bizce bu, şefkatli bir öneriden ziyade bir temenniyi yansıtmaktadır. Çünkü müzelik olması beklenen şu çeyrek seslerle dolu “Şark musikisi” plaklardan, film müziklerine, gazinolardan meyhanelere ve kahvehanelere kadar her yerdedir. Klasik geleneğin daha seçkin kanadı müzeye kaldırma stratejisiyle sembolik şiddetin hedefi olurken, popüler kanadını gözden düşürmek için başka bir strateji tercih edilmiştir.

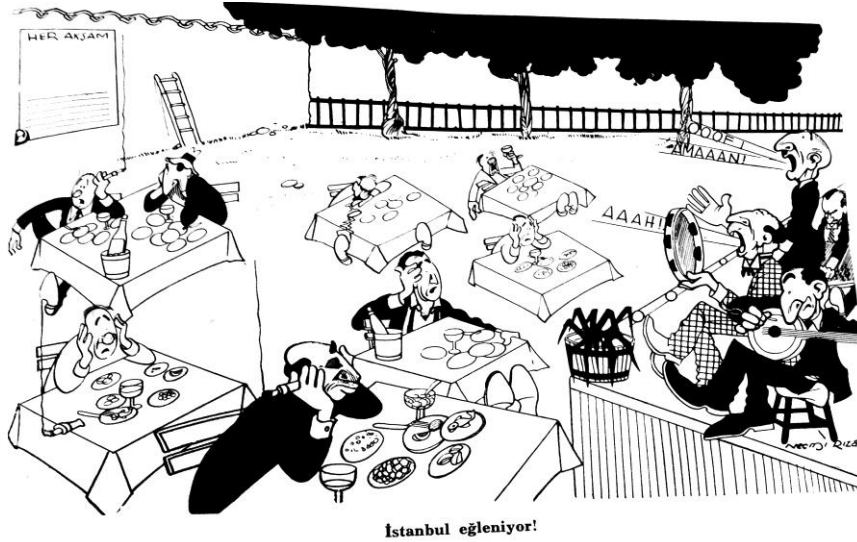
f) “Adi” Meyhane Müziği Olarak Osmanlı Müziği

Makam temelli geleneksel müziğin toplum içindeki yaygınlığı ve direnci Gökalpçi müzik sosyolojisine dayanan bütün varsayımları yerle bir etmiştir. Aynı müzik hem saray müziği, hem tekke müziği hem de meyhane müziği olarak adlandırılıyorsa, buradan tek sonuç çıkar: Bu müzik toplumun çok farklı kesimlerine ulaşabilen birleştirici bir üst kültür sistemi oluşturmayı başarmıştır. Bu müziğin popüler kanadı bu kez Bourdieu’nun yüksek/düşük karşıtlığı temelinde ötekileştirilir. Örneğin tarihi Türk müziğinin müzeye kaldırılmasını öneren Gazimihal (1932) piyasada, radyoda ve plaklarda icra edilen alaturkanın

bu yüksek tarihi müzik geleneğiyle alakasız “adi bir müzik” olduğuna hükmeder ve bu müzikten kurtulmak için “hakiki” alaturkacıları ittifaka davet eder. Hakiki Türk müziğini savunanlar adi müziklere karşı savaşta devlete yardım etmelidir, müfettişler radyoyu, plak şirketlerini, meyhaneleri denetlemeli, kötü müziğe engel olmalıdır. Dergilerde radyoda icra edilen alaturka müzikle ilgili çizilen karikatürler hep onun sarhoş masalarına layık “adi bir müzik” olduğunu vurgular (Şekil 7-8). Bu müziğin estetik değerini tartışacak değiliz. Bu eleştirilerde haklılık payı da olabilir. Ne var ki Türk müziğinde kalite düşmesinden endişe edenlerin, hiç değilse Türk müziği eğitiminin yasaklanması konusunda da itiraz etmelerini beklemek hakkımızdır.



Şekil 7 Akbaba, 4 Ocak 1934



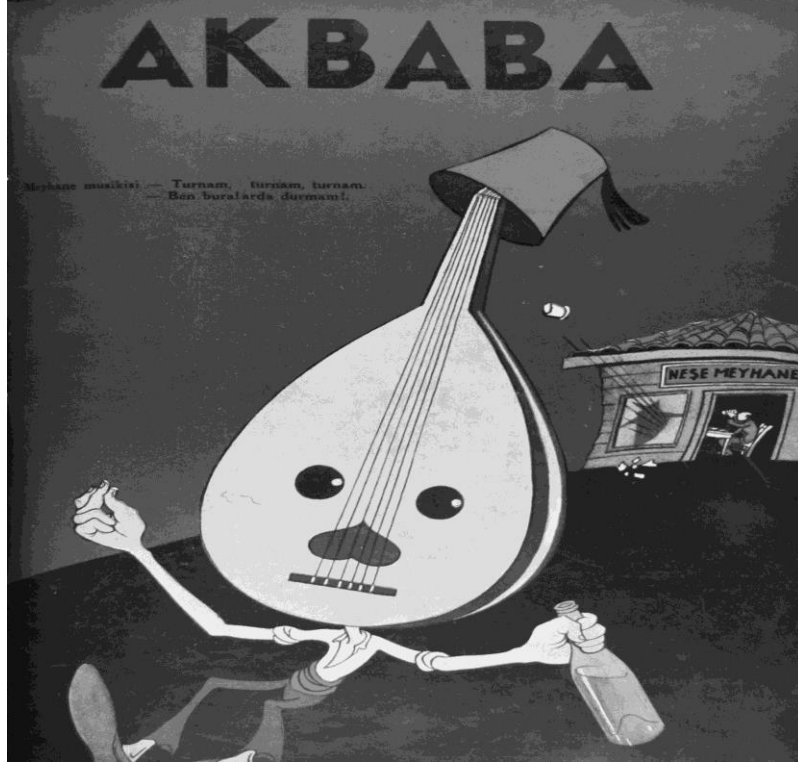
Şekil 8 Akbaba, 4 Temmuz 1936

Gazete ve dergilerde Türk müziği-meyhane müziği özdeşliği o kadar çok tekrarlanmıştır ki 1930’larda meyhane müziği deyince akla Türk müziğinin gelmesi sağlanmıştır. Örneğin şair Faruk Nafiz Çamlıbel’e göre “içki, meze, tabak ve çatal şingirtisi” bu müziğin “teferruatı” sayılır. (*Hakimiyet-i Milliye*, 20 Eylül 1929) Radyo orkestrası şefi Necip Yakup Bey’e göre “alaturka musiki iptilasıyla afyonkeş olmak arasında pek fark yoktur” (Şekil 10). Bu özdeşlik 1934’deki radyo yasağı öncesinde yasağı hazırlayan gerekçelerden biri olarak da kullanılmıştır. Daha 1933’te gazeteler Yeşilay Cemiyeti’nin kampanyasından ilham alarak, içkiyi özendirdiği gerekçesiyle alaturkanın yasak edilmesini önerirler. Aynı müzik trajikomik bir şekilde hem mürteci tekke müziği, hem meyhane müziği olmakla suçlanmaktadır. Karikatürlerde Türk müziğini temsil etmek için klişeleşmiş ortam meyhane, içki masası ve sarhoşlardan oluşur. Örneğin *Akbaba*’daki bir karikatürde alkolik bir adamın eşi alaturka yasaklandı diye şükreder. Çünkü radyoda Türk müziği yasaklandığından beri eşi içkiyi azaltmıştır (Şekil 5). Aynı dergi radyoda Türk müziği yasaklandığında Türk müziğini elinde rakı şişesiyle sallanarak yürüyen ud kafalı bir alkolik olarak resmetmiş ve “meyhane musikisi” olarak adlandırmıştır (Şekil 11). Peyami Safa da tıpkı alaturkacıları adi müzikle mücadeleyle çağıran Gazimihal gibi, hakiki Türk müziği sevdalılarını meyhane müziğiyle mücadeleyle çağırır. Ona göre bu müziği katleden alafrangacılar değil meyhane müzisyenleridir. Türk müziğini sevenler bu müziği yasakladı diye hükümete kızacak yerde kendi mensuplarına kızmalı, bu müziğin meyhaneye düşürülmesine izin vermemelidirler (*Cumhuriyet*, 5 Kasım 1937). Ne var ki, Türk müziğinin eğitim kurumlarından ve ciddi icra ortamlarından yoksun bırakıldığı koşullarda plak endüstrisinin ve içkili-içkisiz gazinoların bu müziğin toplumla bağını sürdürdüğü en önemli mekânlar olduğu hatırlanmalıdır. Dolayısıyla “adi müzik” ve “meyhane müziği” başlığı altında uygulanan sembolik şiddetin sadece bir estetik hiyerarşiyi kabul ettirmeye değil, aynı zamanda istenmeyen bir müziğin toplumsal tabanını kurutmaya ve toplumla ilişkisini sağlayan kanalları ortadan kaldırmaya yönelik olduğu söylenebilir.



Şekil 9 Cumhuriyet, 10 Aralık 1932

Şekil 10 Akbaba, 15 Kasım 1934



Şekil 11 Akbaba, 15 Kasım 1934

SONUÇ

Bu tebliğde Osmanlı müziğini kültürel meşruluk alanından dışlamaya dönük sembolik şiddet stratejilerini sınıflandırmayı denedik. Bir sanatsal ifade biçiminin kültürel meşruluk alanının dışına itilmesi için ille de pratik-hukuki alanın dışına sürülmesi gerekmez. Hatta kültürel meşruluk tanımının dayatılmasında esas olan, belli kategorilerin ve sınıflandırma ölçütlerinin kabul ettirilmesi ve belli kültürel sanatsal ifade biçimlerinin diğerlerinden daha üstün, daha değerli ve daha meşru görülmesinin sağlanmasıdır. Bu açıdan Mûsiki İnkılâbı Türk müziğinin toplumsal tabanını ortadan kaldırmayı başaramasa da, belli sembolik anlam ve sınıflandırmaları geniş bir kesime kabul ettirmeyi başarmıştır. Bilhassa yeni yetişen batıcı elitler çok yakın zamana kadar Türk müziği konusundaki genel fikirlerini bu kalıplarla tarif etmişlerdir. Meselenin daha da ilginç yönü ise bu sembolik şiddete esas maruz kalan Türk müziği camiasının, kendisine yönelik saldırılara cevap verirken bile, açık veya örtülü olarak egemen söylemin temel varsayımlarını benimsemesi ve sürdürmesidir. Bambaşka bir çalışmanın konusu olan bu olgu, Bourdieu’nun sembolik şiddet kavramına esas anlamını kazandırmaktadır.

KAYNAKLAR

AYAS, Güneş (2014). Mûsiki İnkılâbı'nın Sosyolojisi: Klasik Türk Müziği Geleneğinde Süreklilik ve Değişim. İstanbul: Doğu Kitabevi.

BOURDIEU, Pierre (1984). Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

ÇAĞATAY, Ali Rıfat (1934). “Garp Musikisinin Esası Eski Türk Musikisidir”, Akşam, 8 Teşrinisani 1934.

ERGİN, Osman Nuri (1977). Türk Maarif Tarihi, Cilt V, İstanbul: Eser Kültür.

GAZİMİHAL, Mahmut Ragıp (1928). “Musiki ve Cumhuriyet (3)”, Milli Mecmua, sayı 99, s.1598-1600.

GAZİMİHAL, Mahmut Ragıp (1931). “Umumi Musiki Bilgileri”, Milli Mecmua, sayı 124-5.

GAZİMİHAL, Mahmut Ragıp (1934). “Mûsiki İnkılâbı Şenlikleri”, Varlık, sayı 35.

GÖKALP, Ziya (1923). Türkçülüğün Esasları. Ankara: Matbuat ve İstihbarat Matbaası.

HABERMAS, Jorgen (2001). İletişimsel Eylem Kuramı. Çev. Mustafa Tüzel. İstanbul: Kabalcı.

KAHRAMAN, Bahattin-TEBİŞ, Cansevil (2012). Halil Bedii Yönetken'den Seçme Musiki Makaleleri-Türk Harf İnkılabı Öncesi 1922-1928, Ankara: Müzik Eğitimi Yayınları.

ORANSAY, Gültekin (1985). Atatürk ile Küğ Belgeler ve Veriler, İzmir:Küğ Yayını.

ÖZALP, Nazmi (2000). Türk Musikisi Tarihi II, İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.

RAUF YEKTA(1926).“Nâmık İsmail Bey’e Cevap”, Vakıf, 9 Teşrînievvel.

SAİD, Edward (1978). Orientalism. New York: VintageBooks.

SELAMİ İZZET (1932). “Musiki Kongresi”, Akşam, 20 Nisan, s.3.

SWARTZ, David (2011). Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu’nün Sosyolojisi. Çev. Elçin Gen. İstanbul: İletişim.

TEKELİOĞLU, Orhan (1996). “The Rise of a Spontaneous Synthesis: The Historical Background of Turkish Popular Music”, Middle Eastern Studies, Cilt XXXII, sayı 2, 1996, s. 202.

TEL, Mesut Cemil (1936). “Keman Saksofon Türk Çalgılarıdır”, Akşam, 26 Mart 1936, s. 6.

TÜFEKÇİOĞLU, Hayati (1992). “Cumhuriyet İdeolojisi ve Türk Basını (Hakimiyet-i Milliyet 1.12.1928-31.12.1929)” Sosyoloji Dergisi, 3. Dizi 3. Sayı.

TÜRK, H. Bahadır (2010). “Sihirden Nefret Eden Bir İllüzyonist”: Bourdieu, Gelenek ve İdeoloji”, Pierre Bourdieu Derlemesi: Ocak ve Zanaat. İstanbul: İletişim.

ÜNAL, Kemal (1938). “Fasıl Musikisi Milli Musiki Olmadı ve Değildir”, Ulus, 8 Ocak.

ÜNGÖR, Zeki (1926). “Viyolonist Zeki Bey’in Musiki Anketimize Verdiği Cevap”, Yeni Ses, sayı 225, 14 Teşrin-i Evvel.

SESSİZ MÜZİK / SILENT MUSIC

Serap AKBAŞ

Kocaeli Üniversitesi G. S.F. Plastik Sanatlar /Sanatta Yeterlik.Öğrencisi,
serapakbas666@gmail.com

ÖZET

Müzik sanatından yazın sanatına, plastik sanatların tüm kollarından gösteri sanatlarına kadar birçok alan, bir başka disiplinle beraber, sanatın üretim alanlarını genişletip, sınırları ortadan kaldırarak, arayışlarını çoğu kez disiplinler arası yürütmektedirler. Günümüz sanatına baktığımızda video sanatı, dijital sanat, şehir sanatı ve diğer birçokları isimlerinde disiplinler arası bilgiyi barındırmaktadır. Disiplinler arası çalışmalar geçmişten bugüne hala devam etmektedir. Birçok sanatçı diğer disiplinlerden etkilenecek bunları eserlerine yansıtmıştır.

Resim sanatı ile müzik arasındaki ilişki hem konu hem de biçim dili açısından göze çarpmaktadır. Müzikte resimsel değerler bulunabilirken, resimde de müzikal ifadeler, kompozisyon renk ve biçim olarak karşımıza çıkabilmektedir.

Bu çalışma ile Türkiye ve Dünya’da geçmişten bugüne müzik ve resim sanatları arasındaki ilişkinin sunulması amaçlanmıştır. Bunu yaparken sanat eserlerinden örnekler verilmiş, ressamın müzik ile olan ilişkilerinin bu etkileşimdeki pay tartışılmış ve disiplinler arasındaki sanatsal, kültürel ve estetik ilişkiler irdelenmiştir.

Araştırmanın devamında sanatçıların eserlerinden örnekler verilmeye devam edilmiş, müzik ve resim arasındaki ilişkinin geçmişten bugüne halen devam etmekte olduğu sunulmuş ve sanat disiplinlerinin birbirleri üzerindeki etkilerinin boyutları vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Disiplinler arası sanat, müzik, resim,

ABSTRACT

Type of art to the art of music, plastic arts, performing arts from all disciplines to many areas of another discipline, however, expand the production areas of art, borders, eliminating inter-disciplinary responses are seeking. When we look at contemporary art, video art, digital art, urban art and interdisciplinary knowledge in many of the names are hosting. Interdisciplinary studies from the

past still continues. Many of these works reflect the artist was influenced by other disciplines.

The relationship between painting and music and language issues both in terms of format are outstanding. It was found that pictorial values in music, musical expression in the picture composition, color and shape may prove to be.

This study, in Turkey and in the world from the past of music and art with painting, between the disciplines inter-relationships, for example with works of art and artists' musical relationship with these interactions share in and between the disciplines of artistic, cultural and aesthetic relationship submission of the intended.

In the introduction of the study of the relationship between music and painting briefly mentioned and the purpose of the research carried out are given.

In continuation of the study of works of artists, giving examples of the relationship between music and pictures from the past is still in progress and the impact on each of the arts disciplines are emphasized.

Keywords: interdisciplinary arts, music, pictures,

GİRİŞ

Sanatlar arasındaki etkileşim yeni bir şey değil, öteden beri olagelen bir olgudur. Müzik; kişiden, toplumdan ve diğer sanatlardan ayrı düşünülemez. Müziğin sadece işitme duyusuna hitap etmediği diğer duyuları da etki altında bıraktığı bilinen bir gerçektir. Tarih boyunca insanların yaratıcı eylemleri birbirlerini etkilemiştir. Müzik resimden, felsefe bilimden edebiyat mimariden, kısacası her biri bir diğerinden etkilenmiştir.

Müzik tarihini incelediğimizde görsel sanatlarda var olan pek çok anlayışı, yaklaşımı, kuramı ve sanat akımını müzikte de görmekteyiz. Örneğin; Rönesans müziği, barok müzik, klasik müzik, rokoko müziği, romantik müzik, izlenimci müzik, gelecekçi müzik, dışavurumcu müzik, popüler müzik, minimal müzik bunlardan sadece birkaçıdır.

Özellikle endüstri devriminden sonra dünya tümüyle yeni bir çehreye bürünmüş, kentlerin büyüüp gelişmesi yeni ulaşım ve iletişim araçlarını beraberinde getirmiş, modernizm adına birçok adım atılmış, herkes gibi sanatçılarda sınırlarını aşmıştı. 19.y.y.'ın sonu ve 20.y.y.'ın başında insanların yaşamına giren yenilikler göz önüne alındığında, modernleşmenin görsel ve işitsel

algı üzerindeki olası etkilerini daha kolay algılayabiliriz ve tabi bunun doğal bir sonucu olarak sanatçıların da bundan etkilendiklerini rahatlıkla görebilmekteyiz.

Geçmişten bugüne müziğin sanatçılar üzerindeki etkisini gördüğümüz birçok örnek ile karşılaşmışızdır ve bu sanatçılar arasında uluslararası boyutta isimleri sınırları aşmış sanatçılar karşımıza çıkmaktadır; Van Gogh, Picasso, Lautrec, Seurat, Klee, Kandinsky, vb. isimler ve Türkiye’den de Bilge Alkor, Fusun Onur, Ferruh Başağı gibi isimlere rastlamaktayız.

Araştırmanın amacı; Türkiye ve Dünya’da geçmişten bugüne müzik sanatının resim sanatı ile arasındaki, disiplinleri arası ilişkiyi, örnek sanat eserleri ile ve ressamların müzik ile olan ilişkilerinin bu etkileşimdeki payını ve disiplinler arasındaki sanatsal, kültürel ve estetik ilişkilerin sunulmasıdır. Müziğin resmini yapan sanatçılar hakkında bilgi vermeden önce, konuyu daha iyi anlatabilmek adına resim ve müziğin etkileşimlerinin ilk dönemlerine de kısaca değinilmesi gerektiğine inanmaktayım.

SANAT AKIMLARI VE MÜZİK

Resmin müzikle ortaklık arayışının geçmişi Rönesans’a değin uzanır. Yeniden doğuş anlamına gelen Rönesans o güne kadar var olan pek çok değerin sorgulanması ve yeni bir bakış açısı ile ele alınmasını sağlamış, bilimde, sanatta, felsefe de hatta insanın günlük yaşamında yeni yaklaşımların doğmasına yol açmıştır. Rönesans resminde ideal güzelliğin, genelin ve özün yansıtılması sanatın pek çok dalını etkilemiştir. Özellikle bir anın dramatik olanın yansıtılması resim kadar müziği de etkilemiştir. Ayrıca Rönesans Döneminde resimde perspektifin keşfedilmesi, müziği de etkilemiş, müziğe derinlik getiren, çok sesli tekniğe esin kaynağı olmuştur (Müzik-Görsel Sanatlar İlişkisi Doç. Dr. Ayşe Çakır İlhan).

Disiplinler arası bu etkileşim daha sonraki dönemlerde de devam etmiştir. Barok dönemin abartılı üslubu diğer sanat dalları gibi kendini müzikte de göstermiştir. Barok müziğe hâkim olan duygusal abartı, sık sık ton değiştirmesi uyumsuzluk ve karmaşık armoni yapısı, yapay melodileriyle dengesi zor kurulan hareketi sınırlı bir müzik olarak dönemin etkisini yansıtmıştır.

Bu etkileşim kendini diğer sanat akımlarında da göstermiştir. Rokoko stilinin hafif, zarif, oldukça yapay, eğlenceli, zeki, kolay anlaşılır, hemen parlayan cilalı ve süslü niteliklerini müzik alanında Johann Sebastian Bach’ın ve Mozart’ın ilk gençlik senfonilerinde kendini göstermektedir (Müzik-Görsel Sanatlar İlişkisi Doç. Dr. Ayşe Çakır İlhan). Farklı sanat alanlarından sanatçıların yaşanan dönemden ve sanat akımlarından etkilenmemeleri düşünülemez elbette. Diğer dönemlerde olduğu gibi sanat dalları arasındaki etkileşim Aydınlanma Döneminde, sonrasında Romantizm de de devam etmiştir.

Dönemler içerisinde yaşanan disiplinler arası etkileşime bir örnek te 16. y.y. gerçek üstücü sanatçısı olarak tanımlanan Arcimboldo'dur, renk, ses özdeşliği üzerinde çalışmış ve bir renk klavyesi geliştirmeyi düşünmüştü. 1715 yılında Fransız din adamı ve fizikçi L.B. Castel, Newton'un renk kuramına dayanarak ışık-renk-tını bütünlüğü olan bir çalgı yapmayı denemişti. Castel bu bulgusuyla resim sanatının bundan böyle “sessiz müzik” diye nitelenmeye hak kazanacağını söylüyordu. (Nazan İpşiroğlu, 2010/129-130).

Çalışmalarıyla renk ve müzik ilişkisini, kozmolojik fikirden uzaklaştırarak daha anlaşılır bir eşleştirmeye basitleştirmiştir. Optik bir klavye inşa ederek, renkli ışık veren bir mekanizma geliştirmiştir. Castel'in bu icadı, renk teorisi üzerine yapılan önceki çalışmaları tamamlamış, artistik bir sentez geliştirmiştir. Bu çalışmalar, müzik eserlerinin resimlere çevrilmesine de imkân sağlamıştır (Mestan, 2013, pdf ,9/3/2014,16:46)

MÜZİĞİN RESMİ

Dönemler içerisinde akımların genel özelliklerinden etkilenecek yapılan hem resim hem de müzik çalışmalarının yanı sıra resimsel etkiyi bazı sanatçıların bestelerinde veya bazı ressamın resimlerinin müziğin etkisiyle yapılmış olduğunu görmekteyiz.

19. yüzyıldan itibaren daha çok sayıda resim sanatçısı resim yaparken müziğin etkisini kullanmıştır. Bu sanatçıların birçoğu müziğin yapısallığıyla ilgilenecek bilimsel araştırma ve denemelerle müzik yapısında resimler yaratmaya çalışırken diğerleri de müziğin duygusal etkileniminden hareketle resimlerini üretmişlerdir. 19. Yüzyıl sonlarına doğru Van Gogh ve Gauguin'le “renk orkestrasyonu”, “renk senfonisi” vb. müzik terimleri sanatın sözlüğüne girmiş, sanatçılar resimlerine sonat, senfoni, noktrin gibi adlar vermeye başlamışlardır.

Müzik terimlerini resimlerinde kullanan sanatçılardan biri olan Van Gogh'un mektuplarında dile getirmiş olduğu resim ve müzik arasındaki bağlantıyı hem kendi sözlerinde hem de resimlerinde görebilmekteyiz. Van Gogh yazmış olduğu mektuplardan birinde; “Resimlerimle yatıştırıcı, rahatlatıcı bir şeyler söylemek istiyorum, müzik kadar yatıştırıcı bir şey”, “On iki ayrı tablo hepsi birden bir renk senfonisi oluşturacaklar..... gerçekten biraz daha uzaklaşmak, bir tür renk müziği yaratmak istiyorum” (Nazan İpşiroğlu, 2010/161) demiştir. “On iki ayrı tablo hepsi birden bir renk senfonisi oluşturacaklar” derken “Ay Çiçekleri”nde olduğu gibi aynı konuyu değişik renklerle denemişti. Bir resmi yaparken ikincisini düşünüyor, bunların iyi tanımlayabilmeleri için nasıl asılmaları gerektiği üzerinde duruyordu.

Renk resme can veren öğeydi Van Gogh için. Doğadaki yaşama en yalın olan bu yaşamı simgeleyen öğe... Görünüştən öze giden yol renk yoluydu. Van

Gogh rengin kendi başına bir ifade gücü olduğunu bulgulamıştı. Sesler nasıl armoni bütünlüğü içinde bir araya geldiklerinde bir tını dili oluşturuyorlar ve bu dille öznel ya da ortak duygular anlatabiliyorlarsa renkler de öyle. Uyum ya da karşıtlıklarla birbirini tümleyerek simgesel bir dil oluşturuyorlardı (Nazan İpşiroğlu, 2010/163,165)

Vincent Van Gogh müzik aleti çalmıyor ve müzikle ilgili yapısal kurgularla uğraşmıyordu. O sadece sözcüklerin yetmediği yerde tınların devreye girdiğine inanıyordu. Van Gogh için aynı resimdeki renklerin etkilenimi değil, yan yana konulan resimlerin renklerinin birbiri üzerindeki etkisi önemliydi. “Ay Çiçekleri” dizisinde olduğu gibi aynı konuyu değişik renklerle deneyerek bir “renk senfonisi” oluşturuyordu.

Renk ve duygusal çağrışımların sınırlarını aşıp doğrudan müziğin biçimlendirme öğelerinin bilinçli kullanımı 1910 dolaylarında başlar.

20. yüzyılla birlikte yaşamı değiştiren teknolojik gelişmeler, kitlesel hareketler ve buna paralel oluşan yeni sosyal yapılanmalar, insanların zihinsel ve algısal değişimini besleyen en önemli kaynaklar olmuştur. Sanatçı ise köklü değişimlerle beslendiği böyle bir süreçte; bilinçaltı birikimlerini de katarak geliştirdiği duyarlılığını doğru yönlendirmeler sonucunda yeni ve özgün eserler ortaya koymaya başlar. Sosyal değişimlerin olumlu ya da olumsuz etkenlerle baş döndürücü bir hızla yaşandığı bu ortamda dünyaya gelen sanatçılardan biride **Paul Klee**’dir. O, doğuştan getirmiş olduğu zihinsel ve algısal duyarlılığı ile birlikte bu yeni ortamın çok erken farkına varmış ve sanatındaki biçim dili de adeta müzikselleşerek doruk noktaya ulaşmıştır (Satır, Kayserili,2013.pdf, 10/3/14,11:46)

Hem ressam, hem besteci hem de yazar olarak her sanat formunda müzik ile resim arasındaki ilişkiyi irdeleyen ressam hayatı boyunca bu sorgudan uzaklaşmadı. Müzik, Klee için bir avuntu vaadi ve geleceği vaat eden bir sanat formuydu. Her ne adar Klee’ye göre müziğin altın çağı tarih sayfalarında kalmış olsa bile o bu inancını asla yitirmedi. Ressama göre müziğin doruğu on sekizinci yüzyılda Bach ve Mozart’ın eserleri ile yaşanmıştı. Sadece müzik değil aynı zamanda sanat konusunda da Klee bu dönemin önerimi her fırsatta vurgulardı. Özellikle Mozart, Klee’nin dünyasındaki en üst süper müzisyendi. Ona göre Mozart’ın müziği göksel-dünyevi, maddi-manevi her kavramı bir araya getiriyordu. Bu zaten Klee’nin bir ressam olarak başarmak istediği en büyük hedef oldu. (Şen, 2014, 10/3/14,11:54)

Klee sanatında, müzikteki yapıyı, müziğin yapısal özelliklerini, biçimlendirme öğelerini irdeliyor, bunları resim sanatıyla karşılaştırıyor ve resme aktarıyor. Ritmik hareket, nota yazısı, polifoni (Klee bunu resimde eşzamanlılık anlamında kullanıyor), çeşitleme, füg vb. Klee’nin Bauhause’da verdiği derslerde

bilimsel kesinlikle incelediği konular. Çoğu resimlerinde de bu çalışmaların izlerini sürdürebiliyoruz(Nazan İpşiroğlu, 2010/,105-106)

Klee'nin yine müziksel öğelere bağlı kalarak oluşturduğu 1934 tarihli , “Resim-Müzik” adlı çalışması için de sanatçının müzikte yapmak istediklerinin resimsel görünümüdür denilebilir. Bu resimle ilgili olarak, sanatçıya özgü motiflerin müzikal ritimle düzenlenerek bir orkestranın ardışık zamanlı yapabileceğini, resmin yapısal avantajı kullanılarak izleyiciye aynı anda sunulmuştur, yorumu yapılabilir. “Klee'nin bu tür resimleri onun “bölünebilirlik-bölünemezlik” ilkesine dayanır. Bölünebilir olan “dividuell” olan resmin yapısını oluşturan renk noktacılarıdır. Bu resmin yapısıdır, müzikteki armoni gibidir, taşıyıcı ögedir. Bölünmez, “individueell” olan bu yapı tarafından taşınan çizgilerdir, müzikte melodinin karşılığıdır.” (Klee, 1956, 257'den aktaran İpşiroğlu, 2006, 81).

Sanatçının bir diğer çalışması olan “Düzlükte Bahçe II” adlı çalışmasına bakıldığı zaman bir nota yazını çağrıştıran bir resim görebiliriz. Bahçe altı tane yatay çizgiyle bölünmüş. Ağaçlar portre çizgileri gibi birbirine koşut ve yakın olan beş çizginin üstüne değişik yerlere yerleştirilmiş. Az yukarıda bir çizgi daha var. Bu altıncı çizginin üstünde ki siyah dikey çizgileri ritim işareti gibi görünüyor ve vurma çalgı notasını çağrıştırıyor (Nazan İpşiroğlu, 2010/106)

Bir diğer çalışmasına örnek olarak 1919 yılında yapmış olduğu “Bach Stilinde” adlı çalışmasını söyleyebiliriz. Bu çalışmasında Klee'nin Bach müziğini derin bir şekilde özümsemiş ve yapıtında titizlikle görselleştirmiş olduğunu görürüz.

Resimlerinde müziğin etkisini gördüğümüz bir diğer sanatçı **Wassily Kandinsky**'dir. Temsili gerçeklikten koparak özellikle renk ögesine ve şekillere odaklanan, böylece özünde soyut bir resimsel ifadenin yolunu açan sanatçı Rus ressam Wassily Kandinsky'dir. Saf bir resimsel dil yaratabilmek yönünde ki kendi uğraşısını 1909 da “doğaçlamalar”, 1910 da “kompozisyonlar”, 1911 de “izlenimler” gibi müzikal isimler verdiği soyutlamacı yapıtlarıyla müzik sanatından etkilenmiş, renklerle sesler arasında ilişkiler kurmuş olduğu yapıtlarını yaratmıştır.(Ahu Antmen,2008/81)

Resimleri ile müzik arasında ilişki kurulan Kandinsky, Schönberg'in bir konserini dinledikten sonra gelecekteki dostluklarını başlatacak olan ilk mektubunda: “Sizin bestelerinizdeki tek tek seslerin kendi yollarında bağımsız yürümelerini, özgün yaşamlarını bende resimde bulmaya çalışıyorum. Günümüzde resimde yeni armoniyi konstruktif yolda arama eğilimi var. Ritim hemen hemen hep geometri biçimleri üzerine kuruluyor. Ben yeni armoninin geometri yoluyla değil, tersine antigeometrik, antilogic yoldan bulunacağına inanıyorum” şeklinde yazmıştır (Akengin, pdf,2013, 10/3/2014,13:48).

Kandinsky'nin resimleri derin gözleme dayanır. Ona göre doğadaki her şey insan doğasıyla ilişkili bir ritim içindedir. Her rengin, her çizginin çağrıştırdığı bir duyarlık biçimi vardır. Bu yüzden olacak ki belli geometrik biçimler, belli duyarlık alanlarını ifade eder. Renk ve formlar arasında kurduğu ilişkiler soyut geometrik resmin temellerini oluşturur.

Soyut sanatın temsilcilerinden olan sanatçı müzik ile kurduğu bağı anlaşılabilir. Hepimizin bildiği gibi müzik en soyut sanattır. Dolaysız olarak ruha ulaşır. Bu sesler bir içsel imge oluşturur. İşte bu oluşum halini resimde dile getirir Kandinsky. Ruhsal titreşimler yaratan çizgi ve renklerden oluşan tabloları izleyende derin duyular oluşturur. İçsel bir tını ve tablolarını serendenler de bunu hissedebilir.

TÜRKİYE'DE RESSAMLAR VE MÜZİĞİN ETKİSİ

Sanat tarihine göz attığımızda, çalışmalarında müziği konu edinmiş ya da müzikten etkilenecek çalışmalar yapmış pek çok sanatçı bulunmaktadır. Bu sanatçıların tamamına bu araştırma içerisinde değinmemiz pek olası olmamakla birlikte Türkiye içerisinde de çalışmalarında müzik ile etkileşimine tanıklık ettiğimiz sanatçılara örnek vermemiz dünyanın her yerinde müziğin evrensel oluşuna ve birçok sanatçının da bu evrensel dilden etkilendiğini göstermek açısından konuya iyi bir örnek olacaktır.

Bu sanatçılardan biri, **Ferruh Başağı**'dır. Başağı'nın çalışmalarını yorumlayan N. İpşiroğlu, sanatçının eserlerinde ritmik yapıların ve renk tınlarının bulunduğunu ve aynı zamanda müzik ile aralarında sıkı bağların olduğunu belirtiyor. Başağı'nın sanatını geometrik soyut, lirik soyut vb. tanımlamaların yanı sıra “müziksel soyut” tanımının da eklenmesi gerektiğini belirtiyor.

Ferruh Başağı'nın müzikle doğrudan bir bağlantısı yoktur başka bir deyişle çalışmalarında müziğin etkisine dair bilinçli bir yaklaşımı yoktur. Asıl ilginç olan böyle olmasına karşın Bach'ın, müziğin biçimlendirme öğeleriyle, ses, tını ve ritimle yaptığını onun resim diliyle, renk çizgi ve ritimle yapmış olması. 1980 den bu yana hep aynı konuları işlediği resimlere bakınca “tekrardaki mucizeyi” , “tekrarın tekrarsızlığını” görmemek olanaksız. O kadar ki, kurgusu aynı olan, renkleri de aynı ya da birbirine çok yakın olan resimlerinde bile resmi okumaya(dinlemeye) başladığımızda çizgilerin, geometrik biçimlerin ritimlerinde, ilişkilendirilişlerinde, renklerin müzik deyimiyle kromatik ya da kontrapunktal kullanımında sınırsız bir yaratıcılıkla karşılaşıyoruz (Nazan İpşiroğlu, 2010/169-170)

Sanatçın çalışmalarını kısaca tanımlayan bir cümle olarak ;'Resminin sadece fırçası ve paleti arasında saf bir konuşma' olmasını istiyordu. Soyutu 'biçimsel değil, düşünsel zeminde irdeleme' arzusundaydı. Bu saf konuşmaya

ortak olmak pek de kolay değil. Resminin sizi hemen içine çeken sıcaklığı işinizi kolaylaştırır da o kendi türküsünü söylüyor. Şimdi hep birlikte Tanpınar'ın dediği gibi "Ne görünüş, ne realite vardır. Sadece renkler vardır. Yaşasın renkler..." şarkısını mırıldanmanın vaktidir denebilir (İğrek, Zaman Gazetesi, 2010, 11/03/14,14:10)

Başağı'nın yarattığı resim dilinde kendini ifade edebilmek için kullandığı resimsel öğelerle (bunların dildeki karşılığına kavramlar diyebiliriz çünkü Başağı her zaman bir kavramdan yola çıkıyor) ilk kez 1950'de yaptığı iki resimde karşılaştığımız söylenebilir. Bunlardan biri "Horoz Dövüşü", öteki "Cami". Birincisinin sanatçının yürüdüğü soyutlama yolunun, ikincisinin ise varacağı mutlak soyutun ilk göstergeleri olduğunu düşünüyorum. Başağı'nın resimlerine bugünden geriye baktığımızda, biçimlendirme öğeleri arasında – resimleri müziğe yaklaştıran- iki temel öğenin kompozisyonun yapısında ağırlıklı bir yer aldığını görüyoruz: ritim ve renk. Daha ilk manzara resimlerinde, doğadan yaptıklarında Başağı'nın ritim ve renk duyarlılığı kendin belli ediyor(Nazan İpşiroğlu, 2010/172-173).

Disiplinler arası çalışmaları ile tanınan **Bilge Alkor** da çalışmalarında müzikten etkilenen sanatçılarından. Alkor çalışmalarında imge, ses ve yazının kesişme noktalarında gezinerek farklı disiplinlerden beslenen bir anlatım ortaya koyar. Shakespeare'in oyunlarından, T.S. Eliot'tan ve Franz Schubert'in bestelerinden ilham aldığı çalışmalar sanatlar arası bir etkileşim niteliğindedir.(İstanbul Modern, Hayal ve Hakikat, 2012,120)

Bilge Alkor'un yeni esini Franz Schubert'in yazar Wilhelm Müller'in metinleri üzerine bestelediği 24 şarkıdan oluşan 'Kış Yolculuğu' adlı eseri olmuş ve Schubert'in eseriyle aynı adı taşıyan ve 'sanatlararası etkileşim' niteliğindeki sergisi 2004 yılında açılmıştı.

Sanatlar arası yolculuğunun nedenini, "Sanat yapıtlarından ve onların yaratıcılarından çok şey öğrendim. Bu sürecin sonunda ise tüm bu öğrendiklerime yine sanat aracılığıyla bir yanıt vermek istedim" sözleriyle açıklayan Bilge Alkor'un bu kez esin kaynağı "Mozart ve Sihirli Flüt". Bilge Alkor Sihirli Flüt'ten etkilenme sürecini şöyle açıklıyor: Düşler evreni çalışmalarında her zaman önemli bir izlek oldu. Bunlarla örneğin Mozart'ın Sihirli Flüt'ünde de karşılaşıyorum. Prospero orada Sarastro olmuştur. Ferdinand'la Miranda orada Tamino'yla Pamina'dır ve bir ateş sınavından geçmek zorundadırlar, Fırtına'da sevgililerin birleşebilmek için sınavdan geçmeleri nasıl gerekiyorsa... Monostatos bir tür Caliban'dır... Hepsi Prospero'nun deyimiyle düşlerimizin kumaşından yapılmış gerçekler..." (Bilge Alkor Sihirli Flüt 2007, 11/3/14, 15:14).

Alkor'un, bu çalışmalarında her zaman konun bütünlüğünü bozmadan derine indiğini, özü aradığını biliyoruz. Alkor'un yorumu çok değişik. Kullandığı

teknikler de değişik: yağlıboya, akrilik, fotoresim ve fotoğraf. Resimlerin kimi soyut, kimi değil. Operadaki kişileri maske olarak gösteriyor. Her biri için kişiliğine göre bir maske düşünmüş. Ancak iki karakter bunun dışında kalmış: Tamino ve Pamina. Her ikisinin de hem maskesi, hem de tam boy resimleri var. Tamino ince, zarif genç bir kadın. Ayakları çıplak, üzerinde siyah bir giysi, başında yüzünün yarısından fazlasını örten büyük, başlıklı bir maske, başı öne doğru hafifçe eğik, elinde tuttuğu düz flütü üflemede. Pamina ise ağlamaktan gözleri çıkmış bir bebek. Tamino’nun bakar bakmaz âşık olduğu resim, tıpkı metinde söylendiği gibi ıslıl ıslıl renkli taşlarla süslü bir çerçeve içinde (Nazan İpşiroğlu, 2010/197-198).

Resminde doğrudan müziği yansıttığı çalışmalardan biri “Sihirli Flüt Müziğine Sunu” adlı çalışmasıdır. Opera uvertürleri nasıl temaların örgüsünden oluşursa bu resim de operada ki simgelerin örgüsünden oluşmuş: Gece Kraliçesinin ve Sarastro’nun renkleri ve simgeleri bir arada. Resmin tam ortasında koyu mavi boşluğun içindeki hızlı döngüsel hareketle dört bir yana saçılan ve aynı döngüsel hareketi vurgulayan ışıltılı yıldızlar, “ yıldız saçan kraliçe”; sivri ucu gökyüzüne yönelen üçgenler, Sarastro’nun simgeleri; aynı tuvalde buluşmuşlar (Nazan İpşiroğlu, 2010/202).

Son olarak Türkiye’de müziği çalışmalarına aktaran biri olarak örnek gösterilebilecek sanatçı **Fusun Onur**.

Fusun Onur müzikle değil de daha çok müziğin düşüncesine koşut olarak çalışır. Başlangıç noktasında duyulanın kişisel, plastik algısı durur. “ Müziği duyduğumda, ona neredeyse dokunabilirim. Yumuşak veya sert, ağır ya da hafif, aydınlık ya da karanlıktır. Müziğin yarattığı mekânı algılarım.” Bu sinestezik deneyim isteğini sanatsal açıdan gerçekleştirmek yani duyulmayan, mekânsal koordinat sistemleriyle görülmeyen müziği çağırarak, çalışmalar için hareket noktasını oluştur (Margrit Brehm. 2007/98)

Fusun Onur’un müziksel düşünceye yönelmesinin ilk işaretlerini 1982 yapımlı olan “Çiçekli Kontrpuan” isimli enstalasyonunda vermiştir. “Çiçekli Kontrpuan” duvarları mavi naylon ile kaplanmış, içinde teller, bantlar, dallar ile çiçek düzenlemelerinin olduğu bir mekân oluşturur. Bu mekânda çiçeklerin bir eleman (bu elemanlar 1990’larda nota kimliklerini bulacaklardır) olarak kullanıldığı, birbirleriyle ilişkileri düşünüldükçe yerleştirildiği ve bir iç gerilim yaratıldığı söylenebilir (İ. Duben, E. Yıldız, 2008/41).

“Tekrar ve tekrarda farklılık” Onur’un işlerinin hemen hemen merkezdedir. Sanatçının müziksel düşüncü objeler, onların birbirleri ve yerleştirildikleri mekânla ilişkileri aracılığıyla sanata dönüştürdüğü “Nota” (1998), “Yer Ne Dedi” (2001,Yerin Şarkısı), adlı işlerinde, “Opus I” (1999),

“Kadans” (1995), “Prelüd” (2000), “Opus II: Fantasia” (2001) isimli yerleştirmelerinde görülür (İ. Duben, E. Yıldız, 2008/44).

“Prelüd” adlı çalışmasını, Onur sessiz müzik düzeni olarak tanımlar. Bu olgu için uygun bulduğu elemanlar; iç içe geçerek büyüyen legolar, zigon sehpalı, çekiçler ve kumaş parçalarıdır. “Opus II: Fantasia” isimli çalışmasıysa çok kapsamlı bir eserdir. Çok sayıda salona yayılarak sergilenen eser için 19 heykel kaidesi, 9 numaradan 250 çift örgü şişi, porselen figürler ve altın yaldızlı ip yumakları kullanılmıştır. Yerleştirme, tek bir müzik aletinin kullanıldığı bir beste gibi düşünülmüştür. Her bir nesne, sırası geldiğinde, yalnız başına ya da diğerleriyle belirli ilişkiler kurarak kendi payına düşen görevi yerine getirir gibidir. Zaman zaman karmaşa, zaman zaman sessizlikler vardır parçada. Notaların tutkulu beraberliği, nesneler arası bir ilişkide yeniden canlandırılmıştır.

Müzik, zamansal bir sanat dalıdır, izlenmesi ve algılanması için belli bir sürenin geçmesi gerekir. Bu süre, sanatçı tarafından belirlenir. Ancak, bir heykel karşısında izleyicinin ne kadar zaman geçireceği heykel disiplinin sorunlarından olmamıştır. Bu konu üzerine düşünen Fusun Onur, ritimle zamansal bir alan yaratan müzik yapıtlarından esinlenerek bir dizi yerleştirme tasarlamıştır. Birbirinden farklı malzemelerin düzenli ritimlerle bir araya getiren bu yerleştirmelerin karşısına değil, içine giren ve gezen izleyici de işin başından sonuna kadar belli bir zamanın ve içindeki gizli bir enerjiyi yapıtla paylaşmış olur.

SONUÇ

İnsana ait ve yine insanın gerçekleştirmiş olduğu en önemli etkinlik alanlarından biri olan sanat için değişen dönemlere göre farklı tanımlamalar yapılmış ve buna bağlı olarak da sanat disiplinleri farklı sınıflandırılmalar içerisinde ele alınmıştır. Tarihsel süreçte sayısız tanımlamalarla karşımıza çıkan sanatın, insanın toplumsal yaşamı ile var olduğu düşünülür ve toplumsal yaşamı oluşturan tüm oluşumlar, yapılar ve değerler ile sanat yoğun bir ilişki ve etkileşim içerisinde olduğu bilinmektedir.

Toplumlardan ve yaşamdan etkilenen sanatçıların elbette ki diğer disiplinlerden etkilenmemesi pek olası değildir. Bu etkileşimi de sanatçıların diğer disiplinlerin etkisinde kalarak oluşturduğu eserlerinde gözlemleyebilmekteyiz.

Tarih boyunca birçok sanat dalıyla etkileşim ve bildirim içerisinde olan müzik, özellikle modernizm süreciyle birlikte resim sanatıyla, diğer sanat dallarına oranla daha derin bir yaklaşım ve etkileşim içerisinde olmuştur. Müzik, kimi sanatçılar için bir ilham kaynağı olmuş kimi zamansa müzik resimle görsellik kazanmıştır.

Bu çalışmanın yapılmasındaki amaçta müziğin evrensel dilinin dünyanın her yerinde, geçmişten bugüne diğer disiplinlere ilham vermekte olduğunun bir kez daha tekrarlanması ve sanat disiplinlerinin birbirinden etkilendiği gerçekliğinin örneklerle gösterilmesidir.

KAYNAKLAR

Kitap

ANTMEN, Ahu, 20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar, İstanbul, Sel Yayıncılık, 2008

BREHM, Margrit, Füsün Onur Dikkatli Gözler İçin, İstanbul, YKY, 2007

DUBEN, İpek - YILDIZ, Esra, Seksenlerde Türkiye’de Çağdaş Sanat: Yeni Açılımlar, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2008

İPŞİROĞLU, Nazan, Görsel Sanatlarda Alımlama ve Sanatlararası Etkileşim, İstanbul, Hayalbaz Kitap, 2010

İstanbul Modern. Hayal ve Hakikat Türkiye’den Modern ve Çağdaş Kadın Sanatçılar, İstanbul Modern Sergi Kataloğu, 2012

Araştırma

Doç. Dr. Ayşe Çakır İlhan, Müzik-Görsel Sanatlar İlişkisi, makale

İnternet

Milli Reasurans Sanat Galerisi, Bilge Alkor Sihirli Flüt, 2007, 11/03/14, 15:14 <http://www.millireasuranssanatgalerisi.com/sergiler/bilge-alkor-sihirli-flut>

MESTAN Hande, Müzik ve Renk İlişkisi, 9/3/2014, 16:46 <http://kaygi.home.uludag.edu.tr/issues/2013/2013-20-20.pdf>,

ŞEN, ZEKERİYA S. , Paul Klee- Bunalmış Piyanist, http://www.tikabasamuzik.com/paul-klee-bunalmis-piyanist#.Ux1o1fl_tbp

AKENGİN Gültekin, Sanat Dalları Arasında Etkileşim ve Dil, 2013 , 10/3/2014, 13:48 <http://www.karam.org.tr/Makaleler.pdf>,

İĞREK Musa, Başağa’nın Kuşları Uçtu, Zaman Gazetesi, 31/12/2010, http://iskandinavya.zaman.com.tr/iskandinavya/newsDetail_getNewsById.action?newsId=5189

SATIR Menduha, KASERİLİ M. Emin, 10/3/14, 11:46 <file:///C:/Users/User/Downloads/9863-37140-1-PB.pdf>

**MEDYA OKURYAZARLIĞI BAĞLAMINDA ANLAM ÜRETİMİNİN BİR
ALANI OLARAK POPÜLER MÜZİĞİ OKUMAK: TOPLUMSAL
KİMLİK VE CİNSİYETİN ŞARKI SÖZLERİNDE İNŞASI**

**(READING POPULAR MUSIC AS SIGNIFICATION WITHIN A MEDIA
LITERACY APPROACH: THE CONSTRUCTION OF GENDER AND
IDENTITY IN POP LYRICS)**

Yard.Doç.Dr. Soner YAĞLI*

ÖZET

Gündelik hayatın en özel alanlarına yayılma özelliği ve toplumsal bazda bir çimento gibi yapıştırıcı ve bir araya getirici olması nedeniyle popüler müzik, kültürel bağlamda önemli bir mecradır. Ancak kültürel üretim bağlamında müzik alanı da kendine içkin özelliklerden dolayı ticari boyuttan soyutlanamaz. Özellikle popüler müzik bir tüketim inşası üzerine oturmakta ve bu inşaa, onun tüm unsurlarını biçimlendiren bir yapıyı ortaya koymaktadır. Aydınlatıcı olmasından çok cesaretlendirici ve duygusal bir geçerlilik hissini veren popüler müzik, aslında bir standartlaşmanın da söz konusu olduğu, dinleyicilerin aynılaştırıldığı “sahte bireyselleşme” sürecini de kapsamaktadır. Çok alternatifli bir seçenek havuzu varmış gibi gösterilirken olan şey, seçme hakkını sunmadan dinleyicilere aynı tarzda şarkıları sunmaktır, belki de dayatmaktır. Pasif bir dinlemenin yaratıldığı popüler müzik, tüketimi yeniden ve yeniden üreterek kendini tekrarlamaktadır. Bir ayırım noktası olarak, burada, dinleyiciler bunu tüketirken ya da dinlerken o parçaları üretip satanların ideolojisine katılma amacında olmayıp sadece arzu ve tatminlerinin doyurulmasını hedefler. Duygu ve davranışların yansıtıldığı popüler müzik, aynı zamanda dinleyicilerine bir ifade alanı ve semboller bütünü de iletmektedir. Dinleyicilerin oluşturduğu topluluğun gerçek ya da hayali olup olmasından ziyade daha çok ortaklık ve bir arada olma hissini uyandırmasının önemli olduğu parçalarda kullanılan dil oldukça önemlidir. Derinleştirme, yoğunlaştırma ve önemli hale getirme özelliği olan dil kullanımı aynı anda rutin ve sıradan dil ifadelerine duygusal dokunuşa bulunur. Dolayısıyla dinleyicilerin tükettikleri müzik türünden dolayı ideolojik bir yönlendirme içinde olduğu varsayımından hareketle, gündelik hayatta toplumsal kimlik ve cinsiyete dayalı ayrımcı söylemin parça sözleri aracılığıyla bireylere aktarılarak, kimi kimliklerin “meşru/makbul” kimilerinin “gayrimeşru/öteki” olarak kabulü noktasında popüler müziğin meşrulaştırıcı yönü ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, bu çalışmada amaç; eleştirel medya okuryazarlığı kapsamında, örnek popüler müzik metinleri üzerinden toplumsal kimlik bağlamında cinsiyet algısının yeniden nasıl

* Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, 35100 Bornova – İzmir, soneryagli@gmail.com.

üretildiğini ortaya koymak ve eleştirel bir medya okuryazarı olarak bunun arka plan bilgisini sorgulamaktır.

Anahtar kelimeler: Medya, Müzik, Popüler Kültür, İdeoloji, Anlam, Toplumsal Cinsiyet.

ABSTRACT

Due to its ability to reach private spaces and its capacity to glue together what we may call the social, popular music is an important cultural platform. However, in the context of cultural production, music should not be seen in isolation from commerce and industry. Especially in the case of popular music, we must speak of a certain structure of consumption that defines the shape these cultural artifacts take on. Rather than being enlightening, popular music is encouraging and sentimental, and it entails a sort of standardization which homogenizes its audience in a process of “false individualization”. What appears to be a large reservoir of varying options is in fact an enforcement onto listeners to choose from a narrow palette of almost similar songs. Popular music repeats itself endlessly by reproducing its passive listening modes. As a part of departure, we might say that the listeners of this music do not simply adopt the ideology of the music producers, but that they aim at gratifying their own needs. In other words, popular music may at the same time work as a space of expression and production of symbols on the side of the listeners. What matters is not really whether this music justifies or reinforces social realities but whether it awakens a feeling of togetherness and social bonds. The language aspect in such music is of particular importance. Language, which possesses the power of creating depth and intensification can touch feeling with even the simplest rhetorical figures. In the light of this fact, it can be said that popular music can justify and reject, or reinforce and weaken certain social and gender roles by representing them as “presentable/preferable” or “improper/other”. Within this context, the goal of this study is to demonstrate, based on the lyrics of popular music songs, how these reproduce identities and gender roles, and to question these representation within a critical media literacy approach.

Keywords: Media, Music, Popular Culture, Ideology, Signification, Gender.

GİRİŞ

“Müzikle yönelimler kırılıp parçalanır” Adorno

Toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel, özellikle de günümüzde teknolojik değişimler gündelik hayatın her alanını yeniden biçimlendirmektedir.

Özellikle iletişim mecrası bu değişimden en fazla etkilenen ve kendine içkin özellikleri hızlı bir biçimde yenilenen alandır. İdeolojik meşrulaştırmanın en önemli araçlarından biri olan medya, teknik ussallıkla birlikte kültürel anlamdaki hegemonyayı en etkili ve pekiştirici biçimde üreten bir araçtır. Medyada üretilen, sergilenen ya da alınılanmak üzere dolaşıma çıkan kültürel ürünlerden biri de; popüler kültürün önemli bir parçası olan popüler müziktir. Popüler kültür içinde önemli bir yer tutan müzik, toplumsal bir maya ve uzlaşmayı sağlayan sosyal bir çimentodur.

Her şeyin olduğu gibi, müziğin de küresel pazar içerisinde, daha doğrusu kültürel endüstri içerisinde bir meta unsuru vardır. Bir ortaklık ve topluluk hissi veren popüler müzik, paylaşım değerinden dolayı her türlü iktidarın meşrulaştırıcı ve yönlendirici aracı olmaktadır. Kültürel tüketimi oluşturan ve alımlayanları bir tüketici kimliğinde bir arada tutan ve düşüncelerin pazarlanmasını sağlayan da popülaritedir. Günümüzde cinsellik ve arzuya yönelik bir metalaşmanın yaşandığı en önemli alanlardan biri popüler müziktir. Şarkı sözlerinde toplumsal cinsiyetin öznesi olan kadının eril bir bakış açısıyla nasıl kurgulandığı, beden temsilleri, bedenin kullanım düzeyleri, zevk, arzu, hazza dair cinsel bağlamdaki her türlü inşa popüler şarkılarda dikkat çeken bir unsurdur. Bu bağlamda, bu çalışmada öncelikli olarak ideolojinin meşrulaştırıcı gücünden hareket ederek, popüler kültür ve popüler müzik kavramlarına dair bir tartışma geliştirilecek ve ilgili çerçevenin oluşturulmasından sonra popüler şarkı sözlerinde bir kimlik temsili olarak toplumsal cinsiyet bağlamında kadının temsili değerlendirilecektir. Bu gerçekleştirilirken, çalışma konusunun gerektirdiği üzere eleştirel bir izlek/yöntem izlenecektir.

YÖNTEM

Popüler kültürün en önemli alanlarından biri olan müzikte anlam inşası yoluyla cinsiyetçiliğin değerlendirildiği “Medya Okuryazarlığı Bağlamında Anlam Üretiminin Bir Alanı Olarak Popüler Müziği Okumak: Toplumsal Kimlik ve Cinsiyetin Şarkı Sözlerinde İnşası” başlığını taşıyan bu çalışmada, ele alınan konuya uygun olarak eleştirel bir yöntem izlenerek kimlik ve cinsiyet açısından söylemsel bir analiz amaçlanmıştır. Çalışmanın amacı bağlamında kalmak kaydıyla günümüz popüler müzik parçaları içerisinde geniş kitlelerce dinlenen ve paylaşılanlar seçilmiş olup, sözlerinde toplumsal kimlik ve cinsiyet inşasını barındıranlar değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Oldukça geniş bir örneklem havuzunu oluşturan popüler müzik parçaları içerisinde, gerek çalışmanın fiziksel mekân sınırlılığı gerekse de çalışmanın zamansal kısıtlılığı nedeniyle sadece amaca direkt uygun olanlar sorgulanmıştır. Ağırlıklı olarak günümüzde geniş kitlelerce dinlenen/seyredilen parçaların değerlendirildiği çalışmada, anlam inşasını/söylemsel bir analizin yanı sıra göstergebilimsel yöntem içerisinde yar alan görüntü analizinden de yararlanılmıştır.

BULGULAR

Popüler kültürün bir alanı olarak popüler müzik kapsamındaki parça sözlerinde kimlik ve cinsiyet inşasına yönelik olarak yapılan bu çalışmada ilgili alana yönelik olarak ideolojik meşruiyetin ve egemen ideolojik anlayışın hegemonik bir yaygınlaşma sonucu rıza ile üretildiği saptanmıştır. Toplumsal, siyasal, ekonomik, kültürel ve teknolojik gelişim ve değişimler sonucu popüler kültür alanı üretim, dağıtım, dolaşım ve alılmama/tüketimcilik bağlamında ekonomik bir mücadele alanına dönüşmüştür. Ancak oldukça tartışmalı bir mecra olan popüler kültürün olumsuz değerlendirmeleri kadar olumlu yönleri de bulunmaktadır. Çalışmada ortaya çıkan bir bulgu da, haz ve zevk tüketimini öne çıkaran günümüz popüler müziğinin Adorno’nun “*sahte bireyselleşme*” sine uygunluğudur. Standartlaşmanın söz konusu olduğu popüler müzik bu bağlamda popüler hazlar üretmektedir. Kitlesele tüketim ve herkesle aynı şeyleri tüketmek ortak bir evrende buluşmak bireyleri sahte cennetleri içerisinde tutmaktadır. Bulgulardan bir diğeri de, mahremiyet algısındaki dönüşümdür. Rızanın üretildiği ve egemen sınırların korunduğu, yeni sınırlar inşa edilse bile bunun da makbul kabul edilen kodlar içerisinde bulunduğu alanlardan biri de mahremiyettir. Popüler müzik parça sözlerindeki mahremiyetin dönüşümü kitlenin zamanla uyumluluk gösterdiği, kabul edilen bir algıdır. Popüler kültürün üretiminde önemli bir yer edinen popüler müziğin günümüzdeki parça sözlerinde toplumsal kimlik ve toplumsal cinsiyet inşasına yönelik olarak kadın bedeni kullanım değeri olan bir nesne olarak algılanmaktadır. Şarkı sözlerinin etkileyciliğini pekiştiren ve gözün iktidarını destekleyen görsel klip/videolar da sözlerdeki cinsiyetçi inşayı açıkça vurgulamaktadır. Egemen bakış açısının, egemen erkek/eril ideoloji ve dilin popüler şarkı sözlerinde net bir biçimde inşası çalışmada ortaya çıkan önemli bir bulgu olarak saptanmıştır. Belirtilmelidir ki, burada söz konusu olan, günümüzdeki popüler müziğin genel algısıdır.

MEDYA ÇALIŞMALARINDA İDEOLOJİ VE MEŞRULAŞTIRICI BÜYÜSÜ

“Oysa hakikat, alaycı bir üzüntüyle temellük edilmiştir.” Adorno

Medyanın bilinen klâsik işlevleri olan bilgilendirme, eğlendirme, kamuoyu oluşturma, gerçeğin bulunmasına yardımcı olma ve iktidarı kamu adımıza dördüncü bir güç gibi denetleyerek kamu gözcüsü olma işlevlerinin çok ötesine geçtiği günümüzde yeni iletişim teknolojileri ile birlikte ortaya çıkan teknik akılsallıkla bezeli yeni yapıda medya daha etkin bir rol oynamaktadır. Özellikle gizemli bir katılımcılığa sahip, fiziksel mekân ve zamanı yıkararak aynı anda çok hızlı bir biçimde daha geniş bir kitleyle ortak bir duygudaşlık hissini güçlendiren yeni medya yapısı kendine içkin özelliklerden dolayı çok daha etkindir. Ancak ilerlemenin geldiği nokta ne olursa olsun değişmeyen, ve iletişim araçlarının

içinde bulunduğu ortamı biçimleyen önemli bir kavram her zaman kendini önemli bir biçimde hissettirmektedir. Bu da; ideoloji sorunsalıdır*.

İdeoloji, siyasi bir akım ya da sınıfın sistematik dünya görüşü olmasının yanı sıra gerçeklik ve görünüş arasındaki uzaklıkla ilgili bir şey olduğu gibi, gerçekliğin toplumsal inşasında kurucu bir işleve sahiptir (Horkheimer, 2002, Mumby, 2005). İdeoloji üzerinden oluşturulan her çerçevenin klâsik Marksist görüşten temellenmesi gerekir. Sınıf temelli bir ideolojik bakış açısı olan Marks, yöneten sınıfın fikirlerinin toplum içinde doğal ve meşru kılınmasını sağlayan ideolojinin, gücünü yanlış bilinç yayarak sağladığını, yönetilenlerin kendi sınıfsal çıkarlarına ters düşecek edimlerde bulunup toplumsal gerçekliği kendi kanaatleri olarak değil de maddi hayatın çelişkileri üzerinden kavradıklarına vurgu yapmaktadır. Doğal olarak yöneten sınıfın fikirlerinin toplumsal düzeyde hâkim olması da çıkan bir sonuçtur (Üşür, 1997, Fiske, 1996). Burada en önemli araç olarak karşımıza kitle iletişim araçları çıkar. Bireylerde bu meşruiyeti sağlayan mecra olarak iletişim araçları, hâkim ideolojinin yaygınlaşmasına olanak verip dış dünyanın sunulduğu biçimiyle kavranmasına neden olur.

Salt ekonomik ve siyasi bir kontrolü içermeyen hegemonya kavramı ile ideoloji konusundaki görüşleri genişleten Gramsci, kontrolü elinde tutan egemen gücün kendi egemen ideolojisini attakilere doğru benimsetmesini rızayı üreterek yaptığına dikkat çekerek kültürel değerlerin de bu egemenlere en iyi hizmeti sunacak biçimde yapılandığını vurgulamaktadır. Gramsci, bir mücadele sitesi olarak gördüğü medyanın gerçeklik tanımlarını yeniden üreterek kültürel sınırları belirlediğini ve meşru/makbul ya da gayrimeşru/öteki tanımlamalarını bireylere benimsettiğini ifade eder (Tılıç, 1998, Shoemaker, Reese, 1997). Böylelikle hem iktidar hem de ideolojinin işlerliliği sağlandığı gibi, hegemonyanın da aktifliği sağlanmış olmaktadır. Egemene dair görüşlerin dolaşıma çıktığı bu alan aynı zamanda toplumsal düzeydeki ortak bilgi deposundan yararlanır. Söz konusu olan bilinçliliğin endüstriyel denetimidir.

İdeolojinin etkisini açıklamak için Devletin İdeolojik Aygıtları ve Devletin Baskı Aygıtları ayrımını yapan Althusser, özellikle medyanın da içinde yer aldığı ideolojik aygıtlara dikkat çekerek, “ideolojinin bu aygıtlarda üretildiğini, zaten tek başına özerk varlıklar olmayan bireylerin, kendilerini bu aygıtlar yoluyla tanıdıklarını ifade eder” (Althusser, 2003): Bireylere kimlik giydiren bu aygıtlar yoluyla bireyler birbirlerini adlandırır ve çağırır. Bu yolla kimliklerini edinir. Bu çağırma/çağrılmaya karşı durma gücü zayıflatılmış birey, kültür ürünü nesneye dönüşerek toplumsal düzene daha kolay boyun eğme davranışı sergiler.

* Burada hem çalışma konusu bağlamında hem de fiziksel mekân sınırlılığından dolayı ideoloji üzerine sadece temel görüşler değerlendirilecek, detaylı bir ideoloji sorgulamasına girilmeyecektir. Kimi görüşler de bir ön kabul olarak tercih edilecektir.

Eagleton’ın (1996), maskeleye, rasyonalize etme, doğallaştırma, evrenselleştirme ve meşrulaştırmaya dikkat çekerek ideolojinin işleyişini açıklamaya çalışır. Burada en önemli mecra, anlatının ortaya çıktığı dildir. Dilsel yapı bu anlamlandırma sürecinin önemli bir parçasıdır. Anlam ile ilgili olarak yapısalcılardan post-yapısalcılara kadar zengin perspektifli bir alan karşımıza çıkar. Temelde basitçe gösteren ve gösterilen ikiliğinde alınabilecek anlamlandırma süreci, bu ikiliğin özdeşleşmesine bağlıdır. Gerçek, bu özdeşlik merkezinde yatmaktadır. Gerçekliğin ve yeni kültürel biçimlerin inşa edilmesinde önemli bir araç olan medya, varolan kültürel yapıdan da etkilenecek tepkisini geliştirmektedir (Lundby, Roonning, 1997): Yeni üretime sokulan kültürel nesneler ya da değerler inşa edilirken söylemsel oluşumlar önem kazanmaktadır. Yeniden üretim yapılırken hiçbir zaman varolan kültürel sınırlar da gözden kaçırılmaz.

Popüler kültür ve kitle iletişim araçları ilişkisinde önemli bir kavrama merkezi olan Frankfurt Okulu, modern kapitalist sisteme bireyin entegrasyonunda ve kültürel endüstrinin işleyişinde medyanın rolüne vurgu yapmış ve iktidarın kontrolünün işleyiş mekanizmalarını sorgulamaya almıştır (Kellner, 2005, Adorno, 2007, Mutlu, 2005): Kültür endüstrisi kavramsallaştırması; tüketiciyi düşünmeye sevketmeyen, onu iletişim araçları yolu ile pasifize eden, bütünü algılanmasını önüne geçildiği, dünyanın hazır formlarının üretildiği, bilincin özerkliğinin problemlili hale geldiği, bireysel özerkliğinin yitildiği, tamamıyla büyüsel, ayinsel bir eğlence tüketiminin gerçekleştiği, sistemin meşruluğunun bu haz ve keyif üzerinden sağlandığı, sanatın pazarlanarak değerini kaybettiği, üretimin tüketimi için yapay gereksinimler yaratıldığı, sürekli bir anlamdaşlık, tekrarlamalar ve yinelemeler içeren bir düzene işaret etmektedir. Hiçbir boşluğun açıkta bırakılmadığı bu düzen teknik akılsallığın bireyin aklının tutulduğu ve tek boyutlu bir biçime dönüştüğü bir sonuca ulaşır. Önemli olan efendi-köle mantığı içinde efendinin ne söylediğidir. Medya da bu sistemin suç ortağıdır.

Birey, kültürel ürünleri tükettikçe aslında kendini bağlayan ve sıkı zinciri biraz daha sıkılaştırmaktadır. Popüler ürünlerinin tüketimi çoğu zaman özgürlüğün değil, köleliğin göstergesi olarak kültürel endüstriye katkıda bulunmaktadır (Yaylagül, 2009, 211). Medya, tüketim ve kültür ilişkisinde iki ana farklı çatışma yaşanmaktadır. (Robins, 1999): Bu ayrılık, tecimsel kültürü eleştiren ve bu kültürü yozlandırılmış, yozlaşdıran ve baştan çıkarıcı gören elitçi ve ahlâkçı bir bakışa açısından hareket eden *eski kuşak* ile tecimsel kültürü ciddiye alan, onun yapıcı ve güçlendirici potansiyelini tartışan, izler kitlenin aktif ve yaratıcı potansiyele sahip olduğunu düşünen daha *yeni kuşak* arasındaki farklılaşmadır.

Kuşaklar arası bu çatışmanın ya da farklı bakış açılarının ortaya çıkışını ya da bu ayrımı belirginleştiren önemli faktörlerden biri de teknolojidir. Popülerin ortaya çıkması, üretimi, yaygınlaşması, dolaşımı girmesi, tüketimi, yeniden ve

yeniden üretimi teknoloji kullanımının artışıyla daha hızlı ve geniş bir alanda gerçekleşmektedir. Medyanın bu popüleri ortaya çıkarma gücü teknolojik akılsallıkla birlikte günümüzde televizyonla birlikte hızlanmış, görselliğin şiddeti ve gücü yeni digital platformlarla artarak söz ve görselin iç içe geçmesi kopmaz bir biçimde tamamlamıştır. Gözün/ görselin iktidarı olarak görebileceğimiz bu süreç, yeni medyanın gücünü araçsal olarak ortaya çıkaran bir yapıdadır.

KÜLTÜRÜN POPÜLERLEŞMESİ VE POPÜLER MÜZİK

“Müzik, mutlak olanı hemen bulur” Adorno

Popüler kültür kavramının üzerinde uzlaşılan net tanımları olmayıp oldukça tartışmalı ve çatışmalı bir alanı oluşturduğu gibi, çıkış noktası olarak kültürün de tanımlanmasında zorluk bulunmaktadır. Kültürü yaşam biçiminin tümü olarak tanımlayan Williams’a göre, kültür bağlamında üç geniş kategori vardır (Tomlinson, 1998, 18): İlk kategori, kültürün uygarlıkla ve gelişme süreciyle ilişkilendirildiği entelektüel, ruhsal ve estetik bir gelişme sürecidir. İnsan yaşamının bütününe vurgulayan ikinci kategoride ise kültür, bir halkın, bir grubun, dönemin ya da tüm insanlığın özgün yaşam tarzıdır. Kültürü yüksek kültür ile bağdaştıran seçkinci yaklaşımı içeren son kategoride ise kültür, entelektüel, özellikle sanatsal faaliyetlerin yarattığı eserler ve pratiklerdir.

Popüler kültürün ne olduğu oldukça sorunlu bir alandır (Güngör, 1999): Halk kavramıyla bağlantılandırıldığında popüler kültür, halk için üretilen her şey iken, kitle kültürü ve kitle toplumu ile ilişki kurulduğunda teknolojik bir çoğaltma ve dağıtmaya dayalı kitlesel bir olgu olarak karşımıza çıkar. İlk ilişkilendirmede halkın ne olduğunu da üzerinde tartışmalı bir kavramdır. Nüfusun çoğunluğu mu yoksa çalışan kesim mi bu da bir soru işaretidir. Popüler kültürün özellikleri ve işlevleri üzerinden hareket edilirse, kitle kültüründen farklı olduğu da söylenebilir. Kitle kültürü daha çok kültür endüstrisinin etkisiyle yaygınlık kazanan bir kavram olup güce sahip kişi ve kurumlarca kitleyi yönlendirmek ve yönetmeyi içermektedir. Popüler kültürü halka ait olanla bağdaştırırsak kitle kültüründen farklı olarak halkın varlığının ve gücünün bir göstergesi olduğunu belirtmek mümkündür. Popüler kültüre olumlu bir bakış açısıyla sınıfsal düzeyde ele alanlar, onu işçi sınıfı ile özdeşleştirip, halktan kopuk olan, seçkinlerin kültürü olan yüksek kültürü olumsuzlamakta ve topluma yabancılaştığı için bu kültürün dışındaki popüler kültürü korumanın önemli olduğunu belirtmektedir. Kimi görüşler de tam da bunun zıddı bir temelde sınıf ilişkilerini ötesinde, popüler kültürün yaygınlığına koşut olarak değersizleştirdiğini ifade etmektedir. Popüler kültür, Gramscian bir bakış açısıyla hegemonik ilişkiler açısından da ele alınabilir. Egemen kesim diğer kesimin kültürü içinde kendine yer bulma çabasına girip ona eklemlenmeye çalışabilir ve bir mücadele ortamı oluşur. Popüler kültür, bireyi sisteme bağlarken aynı zamanda sistemin içinde dozun iyi ayarlandığı bir başkaldırıyı da içermektedir.

Popüler kültüre ilişkin yaklaşımları Storey de (1997), şu başlıklar altında toplamıştır: Popüler kültür nicel olarak tanımlanırsa çok fazla insanın beğenisi içerir ki, hem popüler, yaygın olarak beğenilip tüketilene işaret eder hem de halka ait olanı betimler. Ancak burada üretim de önemlidir. Eğer popüler kültürü yüksek kültür karşıtlığında ele alırsak, onun bir alt kültür olduğunu söyleyebiliriz. Folk kültür popüler kültür ilişkisinde, popüler kültür insandan kaynaklanan bir kültür olarak insanların kendi otantik kültürüdür. Gramscian hegemonyaya dayalı bakış açısında ise, popüler kültür, bir toplumsal formasyondaki egemenlik altında yer alan grupların direnme gücü ile egemenin dahil olma gücü arasındaki mücadelenin bir parçasıdır. Frankfurt Okulu’na göre de popüler kültür, kitle kültürü olarak değerlendirilmektedir.

Özer ve Dağtaş (2011), popüler kültürün halktan çalınan bir kültür olarak halkın kültürü olmadığına vurgu yapmaktadır. Ona kaynaklık eden halk kültürü yeniden düzenlenerek tüketime açılmıştır. Tüketimin bir ön belirleyeni olarak popüler kültür, kitle kültüründen ayrılır ve kitle kültürünün kendisini yeniden ve üretirken yararlandığı bir kültürdür. İçinde her zaman ideolojiyi besleyen popüler kültür bir meşrulaştırma aracıdır. Ulusu olmayan popüler kültür, özgürsüzlüğün kültürü olup baskı altına alan bir özellik taşımaktadır. Mücadeleyi içeren, hizmet sunduklarına bunu dolaylı gerçekleştiren ve öznesi *erkek* olan popüler kültür, Che Guevera ve Rock kültüründe olduğu gibi muhalif kültürleri de popülerleştirip pazarda dolaşıma sokar. Althusser’in düşüncesindeki gibi, maddi bir pratik olarak gündelik hayatın her alanına sızan popüler kültür, öznelere bilinçaltına işlemektedir. Bir yandan sınıfsal farklılıkları yok etme iddiasında olup diğer yandan da sınıfsal farklılıkları yeniden inşa eden popüler kültür, yüksek kültürü de bozarak onu da pazarın içine sokmuştur. Postmodern melez bir kültür olan günümüz popüler kültürü homojen özellikler de sergilemektedir. Son olarak popüler kültür üretilen, sunulan ve tüketilen bir alandır.

Halk kültürü ve popüler arasındaki temel ayrım noktası, “ikincisinin bir kitle kavramı ve işbölümüyle kültürel nesnelerin mekanik üretimi üzerine kurulu bir üretim tarzına dayanmasıdır... popüler kültür, bireyin toplumsal bütününe ilişkisine aracılık etme işlevi gören bir meta türünden başka bir şey değildir.” (Swingewood, 1996, 165). Popüler kültür kavramını halka ait olan üzerinden belirli bir çerçeveye oturtmak gerekirse, kültür endüstrisi ve kitle kültüründen farklı olarak, kültür ürünlerinin üretimi, dağıtımı ve tüketilmesi, bu süreçte teknoloji ve emek örgütlemesi dışında, bir topyekûn güdüp yönetme algısı dışında hegemonik bir yapıdan söz etmek daha açıklayıcı olabilir. Sanatı dışarıda bırakan ve tek bir kültürden söz eden, toplumsal ayrımları ve çeşitliliği yadsıyan kitle kültürü yerine daha farklı yaşam tarzlarını içeren popüler kültürü tercih etmenin avantajı, aynı zamanda bu kültürü tüketen insanlar ve sınıflar olduğu sürece sınıfsal niteliğe bürünmenin ve kültürel yönelimlerden söz edilebilmenin olanaklıdır (Özbek, 1991). Popüler kültür kavramı üzerinde uzlaşmanın

zorluğunun yanı sıra kendine içkin özelliklerden dolayı olumlu ya da olumsuz olarak bakış açılarının çatışmasını da bünyesinde barındırmaktadır.

Kitle kültürü ile de bağdaştırılabilecek popüler kültür eleştirileri genelde 4 tema üzerinde toplanmaktadır (Gans, 2005): *İlk eleştiri*, popüler kültür yaratmaya dair olumsuzluğu içeren ve yüksek kültürün zıddı bir temelde, kâr amacı güden yatırımcılar tarafından parasını ödeyerek hizmet satın alan müşterileri memnun etmeye yönelik bir toptan üretimi mantığıdır. Popüler kültüre dair *ikinci eleştiri* noktasını yüksek kültüre verdiği zarar oluşturmaktadır. Yüksek kültürden alıntı yapan popüler kültür, onun yetenek ve yaratım kaynağını tüketmektedir. Popüler kültürün kendi izleyicilerini olumsuz etkilediğini öne süren *üçüncü eleştiri*, bu kültürün sahte mutluluklar vererek belki de duygusal zararlar oluşturabileceği noktasında toplanmaktadır. Toplumun kültürel/uygarlık kalitesini bozmasının yanı sıra tahakküm kurmak isteyen iktidarlara kitle ikna yoluyla bir mecra açması bağlamında popüler kültüre yönelik *dördüncü eleştiri de*, bireylerin edilgin hale getirilerek totaliter rejimlere neden olabileceği savıdır.

Popüler kültür, içinde bulunduğu toplumsal süreçlerden ve yapılardan bağımsız değerlendirilemeyecek haz veren biçim, anlam ve pratikler öbeğidir (Rowe, 1996, 20). Bireylerin kendi beceri ve değerlerini bireysel olarak ifade edip onlara sahip çıkabilme kapasitesinin önüne geçerek davranış ve duygularını standartlaştıran ve buna homojen ve standart ürünler üreten popüler kültür, kâr amacını güden bir endüstrinin kitleye yönelik bir oluşturduğu bir kültürdür. Gerçek sanatın özellikleri genelde taşımayan bu kültür ürünlerinin en iyi pazarlandığı ve görüldüğü yer de, sözü edilen standartlaşma, stereotipleme, tutuculuk, kandırma, sahte mutluluk vaadinin en çarpıcı biçimde yer bulduğu kitle medyasıdır. Bireyler yukarıdan dayatılan ürünlere karşı satın alma ya da almama davranışlarını güden edilgin tüketicilerdir. Gans'ın (2005) ifade ettiği gibi, popüler kültür ürünlerinin en olası ve en ciddi etkilerinden biri bireylere verebileceği zarardır. Ondan faydalanan birey, duygusal yıkıcılığa maruz kalabilir. Çünkü sahte hazlar sağlayan bu ürünler, aynı zamanda geniş çapta seks, şiddet ve gerçek hayattan kaçmayı sağlayan hayali cennetler sunduğu için anlamlı yaşama kapasitesinin önüne geçer ve gerçeklikle başa çıkma yeteneğini köreltebilir. Gündelik hayattaki her şeyi deneyimleme yeri birey için medya olmaktadır. Müzik de popüler kültürün bu sözü edilen etkilerinin görüldüğü en önemli mecralardan biridir.

Popüler kültür, aynı zamanda gündelik hayat pratiklerinin modernleşme süreci içinde geleneksel ve modern öğelerin birbiriyle çatışması ya da birbirlerine eklemlenerek değişip dönüştüğü bir alandır. Popüler kültür ile ticaretin ve paranın ilişkisi, kültürün ticarileşmesi her zaman önemli bir sorunsalı teşkil etmiştir. Popüler kültür ürünlerinin, endüstriyel bir yapıda iş bölümü baz alınarak üretildiği ve kapitalist üretim ve bölüşüm ilişkilerine bağlı oldukları görülmektedir. Popüler kültür değerlendirmelerinde bu ürünlerin sadece içeriğin tüketimi değil, aynı

zamanda üretim, dağıtım ve alımlama/paylaşım aşamalarının da sorgulanması daha bütünlüklü bir kavrayış olacaktır (Erdoğan, 2001). Popüler kültür, özellikle toplumsal yapı ve ilişkiler bağlamda, özellikle güç ilişkileri çerçevesinde açıklamak daha işlevsel olmaktadır (Alemdar ve Erdoğan, 1994, 110). Erdoğan (1999), günümüzdeki egemen popüler kültür uluslararası pazar ekonomisi ile ilişkilendirerek, bunun ticari bir kültür olduğunu belirtir ve bir dış müdahaleye işaret edip halkın zararına işleyen alanın egemenin çıkarına göre yeniden tanımlanması olduğunu vurgular.

Tüketicinin popülere katılması esastır, eğer katılmazsa tedirgin edilir, huzursuz olur. Popüler kültür, makyaj gibidir, birey makyajını yaptıktan sonra rahatlar. En az hatırlanan kültür ürünleri olan popüler kültür ürünlerinin elit/yüksek kültür ürünleri gibi kalıcılığı yoktur. Sürekliliğin kalıcılıkla değil, değişimle sağlandığı popüler kültür halk/folk kültürü gibi onu kullananlar tarafından yaratılan bir kültür olmayıp satın alınan bir kültürdür (Erdoğan ve Alemdar, 1994). Daha çok dileklerin/fantezilerin gerçekleşmesi ön plana çıkartılır. Popüler kültürde sisteme ve pazara uyan her şey kolektifliği desteklerken(moda, yiyecek, giyecek, eğlence), sistem karşıtı olanlar ise (işsizlik, grev, ücret) bireyselliğe atıfta bulunur. Ahlâk ve resmi sansür karşısında risk almayan, ve amaca ulaşmak adına her türlü riski dışlayan popüler kültür, aynı zamanda kimi eşyaların kullanım değeri açısından kişisel statü ve sınıfsal farklılıkları da üretmektedir. Popüler kültürde oluşturulan duyarlılık ve duygusallıkla burjuva üretim ve yaşam tarzı ön plana çıkartılır, yüceleştirilir ve idealize edilir. Her şey imaj/görüntü üzerine odaklanır (Erdoğan, 2001). İmajın üretimi, alımlanması ve dolaşıma sokulması ön plâna çıkartılarak bireyin görsellik içinde haz alması sağlanmaya çalışılır.

Geç kapitalizmin yaygın bir halk kültürü popüler kültür, kültür endüstrilerinden ayrı değerlendirilemez. Karnalaveks kavramından yola çıkarsak popüler kültürün bir şenlik olduğunu söylemek yanlış da olmaz (Mutlu, 2005). Popüler hazların özellikle beden aracılığıyla işlediğini ve beden ile deneyimlendiği düşüncesinden hareket edersek, beden üzerinde denetim kurmak önemli hale gelir. Bu bağlamda Bakhtin'deki karnavaleks teriminin konuyu açıcı olduğu söylenebilir. (Mutlu, 2001, Fiske, 1999, Bakhtin, 2009): Ortaçağ şenliklerinden hareket eden Bakhtin, toplumsal hiyerarşi ve bürokrasinin dışında olan, insan ruhunu özgürleştiren, bedenin öne çıktığı, herkesin kendini eşit hissettiği ve özünde kahkahanın yıkıcı gücünün yer aldığı karnaval/şenliğe vurgu yaparak, halkın izlediği bir gösteriye değil herkesin kucaklandığı bir şenlikselliği öne çıkartır. Popüler kültürün kaynağı olan hazcılık ve oyunculuk düşüncesine kaynaklık eden bu yapı, oyalama, eğlenme ve kaçış ile ilgilidir. Hoppalığa varacak derecedeki dans figürleri ve aşırılıklar bedenin zaferidir. Popüler kültür, bu anlamda bir şenliktir. Bu şenliğin oluşumunda bir açıdan medya da steril bir ortam oluşturmaktadır. Medya, özellikle yeni medya kendine için özelliklerden

dolayı bu şenlikselliği körüklemektedir. Ancak bu etki sadece medya ile sınırlı değil, toplumsal pratiklerin üretildiği her alana ilişlindir.

Diğer formlar gibi pop müzik alanı da kültürel bir mücadele ve çatışma alanıdır (Abercrombie vd., 1999, 433). Adorno'ya göre (1998), müzik, günümüzde bir ticari maldır/emtiadır. Değişim değerince yönlendiren müziğin kullanımında standartlaşma ve sözde bireysellik söz konudur. Özellikle popüler müzik bağlamında, endüstrileşen kültür içerisinde bir formülasyon tuttuğunda sürekli olarak aynı biçimde üretim yapılır ve bu da birbirine benzer müzik biçimlerinin ortaya çıkmasına neden olur. *Toplumsal maya* olarak müzik, toplumsal yapıda bir bölünmezlik oluşturmakta, aynı zamanda bu tekrardan dolayı toplumsal bilinci uyuşturmaktadır. Bu da iktidarın işini kolaylaştıran bir durumdur. Devamlılığı pekiştiren müzik, aynı zamanda unutmayı da sağlayan yapısıyla bireylerin istenilen gerçeklik içinde tutulmasına neden olmaktadır. Standartlaşan popüler müzik, bireyleri pasif/edilgin kıldığı gibi mevcut toplumsal gerçekliği de yeniden üretmektedir.

Müziğe anlam verme bağlamında, endüstrinin rolü azaltılarak tüketiciye/dinleyiciye daha fazla rol atfedilir ve kimi zaman abartılan bu rol neticesinde bireyler, müzik metinlerini kendi anlamlandırma çerçevelerinde metnin anlamını yeniden yazar. Bireylerin tamamı tarafından en düşük düzeydeki ortak paydaya göre hazırlanan metinler kimi an bireyde kendilerini kontrol edenleri de alt edebilecekleri bir duygulanım yaratır (Alemdar ve Erdoğan, 1994). Üretim ve tüketimin bulunduğu yerde sabit olan kodların anımsanması ve alternatif anlamları iması ya da üretimi arasında sürekli bir mücadele söz konusudur. Müzik endüstrisi kendine içkin özelliklerden dolayı metinlerin inşasında egemen kodları otomatik biçimde içine alarak standartlaşmayı yaratır (Gendron, 1998, 61). Oskay'a göre (1995), alışveriş sürecine bağımlı kılınan müziğin değer olarak taşıdığı şey, bu süreç içindeki yeri ve rolü olmakta ve bu rol de metaya ilişkindir, Pazar ise onun değerini belirleyendir.

Connel ve Gibson (2003), küresel dünyaya dikkat çekerek, *sabitlik* ve *akıcılık* kavramlarını müzik açısından yorumlar; müziğin doğduğu yeri, o yere içkin gelenekleri ve alışkanlıkları *sabitlik* olarak nitelerken, küreselleşme ve yeni iletişim teknolojilerinin oluşturduğu hareketliliği ise *akıcılık* olarak ifade eder. Yerel olanın yarattığı farklılık ile küresel olanın, daha doğrusu küresel pazarın homojenliği arasında bir çatışma alanı gerçekleşir.

Alemdar ve Korkmaz'a göre (1994), popüler müzikte, müziksel iskelet denilen öz genelde aynıdır, ya da parça değiştirilebilirliğine bağlıdır. Parça değiştirilebilirliği de üretim maliyetini düşürme ile ilgilidir. Sadece dış yapı değişir, öz değişiyormuş gibi gösterilip sabit kalır. Popüler müzik, bilindik kalıplar içerisinde yer alır. Her parçanın yerine bir başkasının rahatlıkla konabildiği sistemde her parçanın görevi bir makinedeki diş gibidir. Ritim,

notalar, hız, melodi bölümleri ve araçlar kolaylıkla değişir. Popüler müzik, bundan rahatsız olmaz. Parça değiştirilebilirliğinin tamamlayıcısı olan şey, sahte bireyselleşme sürecidir. Hit parçaların belirli standartlara oturtulması dinleyicilerin aynılaştırılmasını amaçlar. Bireye seçme olanağı tanımadan dinleyecekleri müziğin önceden sunulması aslında bir dayatmadır. Sahte bireyselleşme, dinleyicide o an dinledikleri ya da izledikleri parçanın daha önceden dinlendiğini unutturmak adına onları aynı çizgide tutmayı sağlamaktadır (Storey, 2000, 113). Müziğin alımlanmasına yönelik bir analiz aynı zamanda iyi müzik ya da popüler müzik ayrımını da gerektirmektedir.

Ciddi bir çaba, yoğunlaşma, bütünlük ve kavrama becerisi gerektiren ciddi (iyi) müziğin tersine popüler müzik, kolayca tanınabilmek adına standardize edilmiştir. Bütün üzerine daha az vurgu yapılan popüler müzik, bilinç üzerinde uyutucu bir etki yaratarak düşünme sürecini geçersiz kılmaktadır. Dinleyerek kazanılan bir sevinç ve eğlence mükâfatı vardır (Kızılçelik, 2000, 211). Ancak burada bir ayrım noktasını belirtmek gerekmektedir; Adorno’nun popüler müzik tüketicilerini edilgen görmesi popüler kültürün iktidar ve halk arasındaki mücadele alanı olması düşüncesine ters düşmektedir. Halk bu kültürün tamamıyla etkisinde olan bir noktada değildir, popüler kültür durağan olmadığı için, hem direnme hem de kabullenme unsurlarını içerisinde barındıran, aynı zamanda bunları dönüştürebilen bir kültürdür. Popüler müzik dinleyicileri de pasif değil, aktiftir (Özbek, 1991). Popüler müzik parçalarını dinleyen tüketiciler, şarkıdaki kodları ve anlamları çözerek kendi anlamsal dünyalarını oluşturur ve kişisel dünyasında mutlu olmaya cabalar. Her çabanın bir mükâfatı ve karşılığı sistem içinde yerleşikleşmiştir.

ŞARKI SÖZLERİNDEKİ ANLAM İNŞASI: TOPLUMSAL KİMLİK BAĞLAMINDA TOPLUMSAL CİNSİYET TEMSİLLERİ.

“...Hiçbir dil yoktur ki aldatmasın.” I.Calvino

Gündelik hayatta toplumsal kimlik, rol ve cinsiyet algısı oldukça karmaşık bir yapıyı karşımıza çıkarmaktadır. Birey kendisini tanımlanan ve yerleşikleş(tiril)en bu rol, kimlik ve cinsiyet algısı ile diğerlerinin karşısında güvende hisseder ya da rahatsız olur. Toplumsal kimlik, rol ve cinsiyet algımızda bunu oluşturan ve biçimlerden kimi süreçler vardır (Demirtaş, 2003): Özellikle kimliğin oluşumunda önemli olan başka şeyleri deneyimlemenin bir yolu olarak kendimizi ve diğerlerini belirli kategorilere yerleştirmeyi (Müslüman, Türk, Kürt, Kadın, Erkek...) kapsayan *kategorilendirme*, belirlenmiş bazı gruplarla ya da kişilerle özdeşleşmeyi sağlayan *özdeşleşme*, bireyin kendisini başka gruplarla karşılaştırarak içinde bulunduğu gruba yönelik lehte davranışlar sergilemesini sağlayan *karşılaştırma* ve sahip olduğumuz kimliğin diğerlerinden farkını ortaya koyarak olumlu olmasını tercih etmemize olanak veren *psikolojik ayrıştırılabilirlik* bireyin diğer gruplarla uyumlulaşmasının nedenlerini

oluşturmaktadır. Belirli bir toplumsal konum ya da statü içerisindeki bireyden beklenen davranışa işaret eden rol ve kimlik algısı, özellikle toplumsal cinsiyet söz konusu olduğunda daha karmaşık bir hale dönüşmektedir. Kadını temel sorgulama öznesi olarak gören cinsiyet çalışmalarında anne, eş ve çalışan olarak kadın kimliğine ya da rolüne ve cinsel yönden kadına bakış açısı da eklendiğinde karmaşık bir durum oluşmaktadır. Günümüz popüler kültürü içerisinde, özellikle popüler müzikte kadının özellikle cinsel bağlamdaki ele alınışı daha ön plandadır. Ve bu, popüler metinlerde dil içerisinde inşa edilmektedir. Anlamın dil içerisinde hareket etmesiyle oluşan söylemin içine yerleşikleş(tiril)en kadın algısı toplumsal düzlemde paylaşılan bir durumu yaratmaktadır.

Popüler kültürün en büyük eleştirisi mecralarından biri *dildir*. Söz oyunlarının söz konusu olduğu bir alan açan popüler kültür, incelikli bir anlam bozmasına neden olabilir. Özellikle popüler müzik parçaları bu söz oyunlarının başvurulduğu önemli mecralardandır. Özellikle cinsel olan tarafından parçalanmış anlam bütünlüğünden alınan haz, dilsel serbestlik arttıkça daha da yükselmektedir. Konuşma dili, popülerleri yakalamaya yönelik her çaba için işlevseldir. Metinlerin bazıları popüler kültür metinlerine dönüştürülmek üzere seçilirken bazıları da reddedilir. Popüler metin tanımlaması yapılırken önemli olan bazı süreçler ve kavramlar vardır (Fiske; 1999): Yapımcı metin, dil, aşırılık ve apaçık, çelişkiler ve karmaşıklık, metinsel yoksulluk ve metinlerarasılık. Popüler metinlere ilişkin olan *yapımcı metin* kavramını daha iyi anlayabilmek için, okurcul ve yazarlı metinlerin ne olduğuna değinmek gerekmektedir. Metne dair daha önceden belirlenmiş, yapılandırılmış anlamları benimseyen, edilgen, hemen kabul etmeye hazır bir okura seslenen *okurcul metinler*, görece kapalı, kolay okunup algılanabilen ve okurdan özel bir istekte bulunmayan metin türleridir. Metinden sürekli bir anlam çıkartmaya zorlayan ve metni yeniden yazmaya yönelten yazarlı metinler ise, daha zor, yenilikçi/avangard ve azınlık için daha caziptir. Okurcul metinler anlaşılacağı gibi daha popüler metinlerdir. Yapımcı metinler okurcul metinlerin kolaylığına sahiptir. Ancak yapımcı metinler tanımlaması, popüler yazarlı metin tanımlaması için işlevseldir. Yazarlı okuması zor olmayan, okur için anlam yaratmaya zorlamayan ve gündelik hayatta çarpıcı bir farklılık yaratan yapımcı metinler, içine ideolojik okumaların da kolaylıkla yerleşikleştirilebildiği metinlerdir. Yapımcı metin yazarlı etkinliği gerektirmez ve popüler kültüre uygundur.

Yapımcı metinlerin özelliklerinden olan *aşırılık* ve *apaçıklık*, popüler kültürün benimsediği bir durumdur. Zaten bu aşırılıktan dolayı, popüler kültürü eleştirenler onu bayağı, apaçık, sansasyonel ve yüzeysel bulur. Aşırılık, aynı zamanda denetim altına alınamayan bir alan olarak, ideolojik denetimi aşan ve özgül bir metnin ötesine geçen bir durum yaratandır.

Çelişki ve karmaşıklık, popüler kültürün bir özelliği olarak, denetimden kaçan çelişkilerle doluluğu ve metinleri okumanın karmaşıklığına vurgu

yapmaktadır. Ancak bu karmaşıklık içinde olgunlaşmamış, gelişmemiş, kolay, fazlasıyla sulandırılmış, bikkınlık verici bir yüzeysellik de söz konusudur. Kültürel alanda işleyen her şey ataerkil burjuva ideolojisine göre işlediği için dışillik ve sınıflararası söylemsel düzey de buna göre kurulmaktadır.

Her kültürde yer alan *metinlerarasılık*, popüler kültüre de içkin bir özelliktir ama burada farklı düzeylerde işlemektedir. *Yoksulluk* özelliğine sahip popüler metinler, tamamlanmamış oldukları için sızıntıya açıktır, birbirilerinin içine sızarlar. Popüler kültür, metinlerarası dolaşımda varlığını sürdürmektedir. Kimi çelişki, yetersizlik ve gediklerle dolu olan popüler kültür metinleri, popüler hazlar verme üzerine kurulu oldukları için anlamı bu yönde inşa ederler.

Şarkı sözleri gönderici ve alıcı arasında bir iletişim kurmaktadır. Hem metnin ürettiği ve dinleyicisinin kendisinin oluşturduğu anlam üzerinden bir iletişim gerçekleşir. Anlamlandırma metin ve yazar/okur arasındaki bir iletişim sürecine işaret ederek, hem düz hem de kullanıcıların duyguları ve heyecanlarıyla beslenen yan anlamları kapsamaktadır.

Dinleyicinin ilk anda dikkatini çeken şey, şarkı sözleridir. Lull’a göre (2000), mesajın iletilmesinde öncelikli yere sahip şarkı sözleri, kişisel bir bağ kurulduğunda veya eğlence ağırlıklı olduğunda çoğu zaman müziğin fiziksel ve duygusal çekiciliğinden sıyrılarak dinleyici açısından odak noktası haline gelmektedir. Birey, vurucu ya da özel anlamlar içeren sözcükleri ya da sözleri daha iyi anımsar. Sözle birlikte varsa görsellik müziğin etkisini ve duygulanımı arttıran bir unsurdur. Çünkü popüler hazlar, beden aracılığıyla işlemekte, onunla deneyimlenmekte, beden üzerinden ifadesini bulmaktadır. Bundan dolayı bedene dair anlam ve davranış biçimleri üzerindeki denetim önemlidir, bunun disipline edilmesi gerekmektedir (Fiske, 1999, 103). Bugünün kapitalist toplumunda tüketici açısından müziğin kullanım değerini belirleyen şey *hazdır*. Müziğin metalaşması da bu hazzın ekonomik bir değere dönüşmesidir. Müziğin üretimi ve tüketimi bağlamında, endüstriyel bir müzik üretimi ve tekелci bir pazar yapısından söz etmek mümkün ise, kültürel metaların olduğu her yerdeki kurallar müzik sektörü için de geçerli olmaktadır (Çakmur, 2002). Pop müziği görselleştiren ticari pop klipleri bir anlamda Hall’ün “olmak değil, dönüşmek” dediği süreci bizlere yaşatmaktadır (Mcrobbie, 2013, 264). Kimi zaman sözün önüne geçen göz/görsel bireyi dönüşüme uğratan güç olmaktadır.

Müziğin ortaklık ve topluluk hissini uyandırması önemlidir. Bu amaçla çok tüketilen pop şarkılarında duygusal ve cinsel ikilemler gençlere yönelik olarak sunulmakta, hayatı doğrudan ve yoğunluğuna yaşamak teması kurgulanmaktadır. Esas olan, müzik endüstrisini dinleyicinin ne dinleyeceğine karar vermesidir (Storey, 2000). Adorno’nun (2003), “Müzik, mutlak olanı hemen bulur ama keşif anında kararır, tıpkı çok güçlü ışığın insanın gözlerini kamaştırması, çok iyi görülebilecek şeyleri görmeyi engellemesi gibi.” ifadesini günümüz popüler

müzik parçalarının bireyi uyuşturarak, hazzın doruklarına çıkarıp sahte cennet vaat etmesi ve kendini tüketip, gerçeklerin önüne bir perde gibi inmesine de uyarlamak mümkündür.

Türkiye’deki popüler müzik parçalarının sözleri değerlendirildiğinde sözü edilen tüm unsurların genelde bir biçimde kurgulandığı ve görsel olarak da etkileyciliği artırmak için kimi tekniklerin kullanıldığı görülmektedir. Özellikle müzik videolarının yaygınlaşması ve etkisinin artmasıyla birlikte, özellikle sosyal medyada albüm ve parçaların hızlı paylaşımı bireylerin bu müziğin etkisini daha güçlü bir biçimde hissetmesine yol açmıştır. Parça sözleri incelendiğinde genelde toplumsal cinsiyetin ana öznesi olan kadının cinsel bağlamda bir beden teşhiri içerisinde arzu nesnesi olarak kullanıldığı gözlenmektedir. Bu durum şarkı sözlerine yansıdığı gibi, görsel olarak da daha güçlü bir biçimde pekiştirilmektedir. Hatta kimi zaman görsellik sözün çok önüne geçmektedir. Günümüzde oldukça popüler olan, kadın bedeni, cinsellik, arzu ve haz üzerine sözler içeren kimi parçalardan alıntılar aşağıda yer almaktadır:

“...seni alır dağlara çıkar, saçından tutar belini sıkar, yumulup dudaklarına, sabaha kadar, ne yapmazdım”, “...öyle sessiz, terbiyesiz, niyeti bozuk, et bana yazık...”, “...gel gel güzelim, gel, gel hiç acımayacak...”, “...kimini uzun bacaklarından... kimini belinden, kenarından köşesinden... kimini dudağından...”, “...biraz biraz deli, biraz biraz zilli... çıtır çıtır yemeli, tuttu elimi kırdı belimi, bandırıp bandırıp yemeli... o yumuşak ince beli...”, “...erkekler de kudurmuş..., ince belli tatlı dilli çıtır çıtır ediyor... bir kereden ne çıkar sen niye duruyosun...”, “Görür görmez onu kalbim duruldu, benim olacak dedim kendi kendime...”, “... bir güzellik yapsana gece benle kalsana, kitabına uydur gel uysa da uymasa da, çekeceğin var elimden alacaklıyım teninden..., “...tak derim kendine kondom, her yolu denedik, o yol çıkmaz yol...”, “... o şimdi asker canı neler ister, uykuda mevlam beni ona göster...”, “... telefonum vibrasyondaydı canım... çalkala çalkala bi haller oldu bana, Jale de Jale niyetimi bozdu ama... Jale de kabahat durmadı bir rahat...”, “Ateşe baca lazım, kitaba hoca lazım, bana bi koca lazım, o da bu gece lazım...”, “...zaten sevişiyorsun benimle vücut dilinle... Hakkını verelim mi aşkın? Namusunu kurtaralım mı?... sakın ha sıradan olmayalım biz, elimize geçen bu fırsatı, sevişe sevişe kullanalım biz...”, “bedenim çıplıçıplak, bu gece ateşim bedeninde yanacak..., “...saat beşe gelince de göreceksin pompayı... arabada 5, evde 15, hoşuma da giderse bedave... oy kalçalar kalçalar, domatestir salçalar, Ayten kafayı çekince, herkesten iyi çalkalar... şu zamanın kızları bi sakıza öptürür... gir koynuma terleme, her yanım senin olsun, okçuruma elleme...”, “Çıkar ateşten elbiseni, bir tek çıplaklığın kalsın... kendini ver bana, nasıl da büyür bedenin gecenin içinde... utanmak istiyorum sözlerinden... karışalım birbirimize, hiç nokta koyma geceye, dur yok, durak yok... seviş benimle, sınırı ol, yasaksız ol, seviş benimle, savaşı benimle... bir yılan kadar soğuk ve kıvrak, bir yılan kadar çekici ve ürkütücü

olmalısın... yalnızca aşk ve gece...”, “...ben gezerim balkon balkon, gelirim de koynuna girerim ama kobrayı dolarım boynuna... açın kızlar arayı salıyom kobrayı...”, “Bayıra karşı yatır beni, tırmala beni kaşı beni...”, “...daldır elini göğsüme, al kalbimi... çok mutluyum şu anda, ellerim vücudunda... son defaymış gibi kaybederken kendimi, sıırıslıkam vücudunda, eğildim, öptüm dudaklarından, saç telin vücudumdan küvete aktığında, içindeyim içimdesin, anladım, aşk kanımda, kasıklarımnda... güneşteyim eriyor balmumum... aksın bacaklarından, oluk oluk, milyonlarca doğmayacak çocuklarım!...”

Görüldüğü gibi, şarkı sözlerinin hemen hemen bir çoğunda oldukça açık bir biçimde cinselliğe dair duygulanımlar ve imgeler kullanılmış olup, bireyde arzusun harekete geçirilmesine yönelik olarak kadın bedenini tüm unsurları hatta mahrem alana dair kimi öğeler de yer almaktadır. Bedenin bir kullanım yüzeyi olduğunu düşünürsek, özellikle video kliplerde görsel imajlarla desteklenen bu sözler, bireyde bir mutluluk algısı, sahte duygulanımlar yaratmaya yöneliktir. Hatta bir ölçüde elde edilememelik/edememe gerçeği sonuçta duygusal zarar da vermektedir. Bu popüler parçaların bir çoğundaki video kliplerde ağırlıklı olarak kadın bedenin cinsel bir obje olarak kullanımına ve çıplaklık unsuruna rastlanmakta olup, sadece bir nesne olarak kullanılan kadınlar beden hareketleri yoluyla kendilerini şehvet uyandırıcı nesnelere dönüştürmektedir.

İdeolojik meşruiyet bağlamında, değerlendirmeye alınan parça sözlerinde toplum içerisindeki egemen erkek ideolojisinin inşası çok belirgin olarak karşımıza çıkmaktadır. Doğallaştırılmış, kabul edilmiş ve birincil kimlik olan erkek imgesi parça sözlerinde kadına bakış açısını belirleyen bir konumdadır. Sözlerin içerisindeki kadına yönelik her türlü ikincil bakış açısı, onun kullanım nesnesi gibi görülmesi aslında toplumdaki egemen ideolojisini bir ifadesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Genel kabul edilmiş toplumsal bakış açısının mikro düzeyde bir ifadesi olan parça sözlerinde makbul kimlik ve makbul olmayan kimlik ikiliği berrak bir biçimde kendini göstermektedir. Erkek ve kadın algısının inşası her alan da olduğu gibi müzik mecrasında da sorunlu bir durumdur.

Müzikal alana ilişkin ilk algılanma imgeye yöneliktir. Lacan’ın ifade ettiği, gerçek, imgelere hapsedilerek ele geçirilmeye çalışılmaktadır (Bilir, 2012, 189). Popüler müzik videolarında tüketicilerde daha coşkulandırıcı duygulanım yaratmak için genelde geniş mekânlar kullanıldığını belirten Behçetoğulları’na göre (2000), kadın ya da erkek bedeninde kullanılan dövme ve piercing gibi objeler popüler kültür göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Beden, kullanım yüzeyi olan bir nesneye dönüştürmüştür. Türk pop müzik videolarına dair yapılan bir analiz çalışmasında videoların %65’inde cinselliğin taşıyıcısı olarak kadın ve erkek bedeni kullanılmıştır. Cinsel nesne olarak kullanılan bedenlerin %96.9’u da kadın bedenidir. Temaları genelde ortak semboller üzerinden üretilen videolarda, kadınlar erkekleri baştan çıkartacak birer nesne olarak sergilenmekte, kendi

bedenlerini bilerek ve isteyerek birer cinsel arzu objesi olarak kullanan kadınlar cinsel bir meta biçiminde kurgulanmaktadır.

Dil kullanımı toplumsal gerçekliğin inşasında önemlidir. Anlam yaratımı, kültürel kodların oluşturulması ve bunları ortak bir biçimde paylaşılması bağlamında popüler kültür oldukça işlevsel bir alanı oluşturmaktadır. Popüler müzik de özellikle bu kültürel inşa sürecinde bir onaylama, bir ortak uzlaşım düzeyi meydana getirir ve rızayı üreterek hegemonyanın verili biçimlerini yeniden üreten bir aracı haline dönüşür. Özellikle teknolojinin gelişimi ile hızlı bir biçimde ve çok geniş alanlara yayılan yeni algılama biçimleri, gönüllü uyma/benimseme/rıza gösterme davranışlarını da yaygınlaştırarak aslında mahrem alana ilişkin bir denetim ve gözetimi sağlamaktadır. Yukarıda belirtilen parça sözlerinde yer alan bedene ilişkin imalar, simgeleştirmeler ya da tasavvurlar bir yandan mahremiyet algısının da sınırlarını genişletip daraltarak yeni algıyı yerleştirmektedir. Sözü edilen denetim ve gözetim, mahremiyetin korunması biçiminde değil, onun kapsamının belirlenmesini, kategorize edilmesi ve sınırlarının yeniden çizilmesine yöneliktir.

SONUÇ

“Buğu aslında her yerdedir— göremeyen, sensindir.” Oruç Aruoba

Günümüz medyası bireyleri bir arada tutmanın, kimi görüşleri kategorize etmenin, bazılarını meşru kılıp bazılarını ötekileştirmenin, düzenleme ve tasnif etmenin, daha da geniş anlamıyla dünyaya dair yeni gerçeklik tanımlarını yeniden üretmenin önemli bir aracıdır. Bu, yöneten sınıfın fikirlerinin toplum içinde yanlış bilinç yoluyla doğal ve meşru kılınarak, hegemonik bir biçimde rızayı üreterek ya da devletin ideolojik aygıtları aracılığıyla bireylerin kültür ürünü nesnelere dönüştürülmesi biçiminde yapılmaktadır. Temelde bir ideolojik meşruiyetin yer aldığı bu kültürel endüstrinin en önemli yapı taşlarından biri popüler kültürdür. Oldukça tartışmalı bir alan olan popüler kültür özellikle ticari bir mecra olarak en genel alanlardan en özel alanlara kadar hâkim olan bir kültürdür. Hem bir mücadele hem de bir uzlaş alanı olan popüler kültür, endüstrileşen bir yapının tüm özelliklerini içinde barındırmak suretiyle bütün bireyleri kapsayacak biçimde geniş bir alanı zapt eder.

Medya dolayısıyla gerçekleştirilen dünyanın kurgusuna ilişkin kategorizasyon, tasnif ve sınıflandırma bağlamında “anormal, makbul, meşru ve kabul edilebilirlik” ile “anormal, makbul olmayan, gayrimeşru ve kabul edilemez/öteki” çatışması popüler kültür ve popüler müzik için de geçerlidir. Hatta yeni medya ile birlikte artan denetim ve gözetim, bireyin mahremiyet algısını da bu sınıflandırma için de eriterek kamu ve özel alan belirsizleştirip mahrem olanı da bir dönüşüme uğramaktadır. Özünde özgürlük, özgünlük ve yaratıcılık düşüncesi olan (popüler) müziğin kendisi de kültürel bir endüstri içinde yer alması ve bir çatışma/mücadele

alanı olması bağlamında dilin kullanımı, parçaların üretimi, dağıtımı/dolaşımı ve tüketiminden dolayı bu denetim ve gözetim içerisinde kalmaktadır. Belirli bir *standartlaşmayı* meydana çıkaran bu yapıda mahremiyet algısı da *tek tipleşmektedir*. her şeyin olduğu gibi, parça sözleri ya da görsellerdeki cinsel temaların alımlanışı da bu standartlaşma içerisinde *olumlu* ya da *olumsuz* kılınmaktadır.

Dinleyicileri aynılaştırarak, sürekli bir standartlaşmanı geçerli olduğu ve seçme hakkı sunuluyormuş gibi yapıp alternatifsiz bir ortamı işaretleyen popüler müzik de popüler kültür gibi ticari boyutun gereklerine göre işlemektedir. Standartlaşmanın gizlenebilmesi için Adorno’nun “sahte bireyselleşme” dediği süreci kullanan popüler müzik, bir sığınma yeri olarak kendini tekrarlayan bir özellik gösterir. Arzuların doyurulması için gerekli olan uyarını veren popüler müzik, bir çimento gibi işlev görerek ortaklık ve topluluk hissini yaratmaktadır. Bireye özellikle duygusal bir cesaretlendirme veren popüler müziğin günümüzdeki ana temalarından en önemlisi ve öne çıkanı kadındır.

Arzuların uyandırılması için gerekli olan öge olan kadın imgesi, istek ve arzuların doyurulması için kışkırtıcı ve davetkâr bir gösterendir. Popüler müzik parçalarının sözleri değerlendirmeye alındığında cinsellik ve duygulara yönelik temaların daha fazla olduğu gözlenmektedir. Ticari bir eğlence kültürünü imleyen popüler müzik parçalarında sıradan dil kullanımlarında derinleştirme, yoğunlaştırma ve önemli hale getirme göze çarpmaktadır. Özellikle görsellikle de desteklenen günümüz endüstrisinde kadın bedeni kullanım değeri olan bir yüzeye dönüşmüştür, beden üzerinden her türlü haz, arzu ve şehvete dair kurgulama gerçekleştirilmekte ve birey bu sahte cennete davet edilmektedir. Birey, kültürel endüstri içerisinde özne olarak tüketiminin mükâfatını bu mutluluk vadeden dünya içerisinde ortaklık duygusuyla arzularının yapay tatmininden aldığı haz ile almaktadır.

KAYNAKLAR

Kitap

ADORNO, T. W. (2007). Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi, N. Ülner, M. Tüzel ve E. Gen (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.

ALEMDAR, K. ve ERDOĞAN, İ. (1994). Popüler Kültür ve İletişim, Ankara: Ümit Yayıncılık.

ALTHUSSER, L. (2003). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, A. Tümerterkin (çev.), İstanbul: İthaki Yayınları.

BAHTIN, M. (2009). Rabelais ve Dünyası, Ç. Öztekin (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

CONNELL, J., GIBSON, C. (2003), Sound Tracks: Popular Music, Identity and Place, London and Newyork: Routledge.

EAGLETON, T. (1996). İdeoloji, M. Özcan (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

FISKE, J. (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş, S. İrvan (çev.), Ankara: Ark Yayınları.

FISKE, J. (1999). Popüler Kültürü Anlamak, S. İrvan (çev.), Ankara: Ark.

GANS, H. (2005). Popüler Kültür ve Yüksek Kültür, E. Onaran İncirlioğlu (çev.), İstanbul: YKY.

HORKHEIMER, M. (2002). Akıl Tutulması, O. Koçak (çev.), İstanbul: Metis Yayınları.

KIZILÇELİK, E. (2000). Frankfurt Okulu – Eleştirel Teori, Ankara: Anı Yayıncılık.

LULL, J. (2000). Popüler Müzik ve İletişim, T. İbلاغ (çev.), İstanbul: Çiviyazıları.

MCROBBIE, A. (2013). Postmodernizm ve Popüler Kültür, A. Özdek (çev.), İstanbul: Parşömen Yayıncılık.

OSKAY, Ü. (1995). Müzik ve Yabancılaşma: Aristo, Huizinga ve Adorno Açısından Bir Ön Çalışma, İstanbul: Der Yayınları.

ÖZBEK, M. (1991). Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski, İstanbul: İletişim.

ROBINS, K. (1999), İmaj, N. Türkoğlu (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

ROWE, D. (1996), Popüler Kültürler, M. Küçük (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

SLATER, P. (1989). Frankfurt Okulu – Kökeni ve Önemi, A. Özden (çev.), İstanbul: BFS.

STOREY, J. (1997). An Introduction to Cultural Theory and Popular Culture, Printice Hall.

STOREY, J. (2000). Popüler Kültür Çalışmaları – Kuramlar Metotlar, K. Karaşahin (çev.), İstanbul: Babil Yayıncılık.

SWIGEWOOD, A. (1996), Kitle Kültürü Efsanesi, A. Kansu (çev.), Ankara: Bilim ve Sanat.

TILIÇ, L.D. (1998). Utanıyorum Ama Gazeteciyim, İstanbul: İletişim Yayınları.

TOMLINSON, J. (1999). Kültürel Emperyalizm, E. Zeybekoğlu (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

ÜŞÜR, S. S. (1997). İdeolojinin Serüveni – Yanlış Bilinç ve Hegemonyadan Söyleme, Ankara: İmge Kitabevi.

Derleme

ABERCROMBE, N., LASH, S., LONGHURST, B. (1999). Popüler Temsiliyet ve Gerçekliğin Kurulması, N. Güngör (der.), Popüler Kültür ve İktidar içinde, Ankara: Vadi Yayınları, 407-438.

ADORNO, T.W. (1998). On Popular Music, J. Storey (der.), Cultural Theory and Popular Culture A Reader içinde London: Printice Hall, 197-209.

BEHÇETOĞULLARI, P. (2000), Müzik Videolarında Kadın İmgesi ve Kadına Yönelik Şiddet, N.B. Çelik (der.), Televizyon, Kadın ve Şiddet içinde, Ankara: KİV Yayınları, 249-280.

ERDOĞAN, İ. (1999). Popüler Kültür: Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele, N. Güngör (der.), Popüler Kültür ve İktidar içinde, Ankara: Vadi Yayınları, 18-52.

GENDRON, B. (1998). Theodor Adorno Cadillacs’la Tanışıyor, N. Gürbilek (çev.), T. Modleski (der.), Eğlence İncelemeleri içinde, İstanbul: Metis, 40-61.

GÜNGÖR, N. (1999). Popüler Kültür Çıkmazı, N. Güngör (der.), Popüler Kültür ve İktidar içinde, Ankara: Vadi Yayınları, 9-17.

KELLNER, D. (2005). Kültür Endüstrileri. Kitle İletişim Kuramları, E. Mutlu (der. ve çev.), Ankara: Ütopya Yayınevi, 233-239.

LUNDBY, K., RONNING, H. (1997). Medya-Kültür-İletişim: Medya Kültürü Aracılığıyla Modernliğin Yorumlanması. N. Gürkan (çev.), S. İrvan (der.), Medya Kültür Siyaset içinde, Ankara: Ark Yayınları, 13-28.

MUTLU, E. (2005). Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya, Ankara: Ütopya Yayınevi.

MUTLU, E. (2005). Kitle İletişim Kuramları, E. Mutlu (der.ve çev.), Ankara: Ütopya Yayınevi.

ÖZER, Ö., DAĞTAŞ, E. (2011). Giriş: Popüler Kültürün Özellikleri, Popüler Kültürün Hakimiyeti - Bir Türkiye Hikayesi içinde, Konya: Literatürk.

SHOEMAKER, P, REESE, S. D. (1997). İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi. S. İrvan (der.), Medya Kültür Siyaset içinde, Ankara: Ark Yayınları, 99-136.

YAYLAGÜL, L. (2009). Popüler Kültür ve İkonları, Enderhan Karakoç (der.), Medya ve Popüler Kültür – Eleştirel Bir Yaklaşım içinde, Konya: Literatürk, 189-214.

Dergilerdeki Makeleler

ADORNO, T.W. (2003). Müzik ve Dil. B.O. Doğan (çev.), Cogito 36, 320-324.

BİLİR, O. (2012). Bir Güç Alanları Sistemi Olarak Müzik Toplum İlişkisi. Doğu-Batı, 62, 183-195

ÇAKMUR, B. (2002). Türkiye’de Müzik Üretimi. Toplum ve Bilim. 94, 50-69.

DEMİRTAŞ, H.A. (2003). Sosyal Kimlik Kuramı, Temel Kavram ve Varsayımlar. İletişim Araştırmaları, 1(1), 123-144.

ERDOĞAN, İ. (2001). Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayrı Meşruluğu. Doğu-Batı. 15, 65-102.

MUMBY, D. K. (2005). İdeoloji ve Anlamın Toplumsal İnşası: Bir İletişim Bakış Açısı. Ç. Dursun (çev.), Doğu Batı, 30 ,123-141.

MUTLU, E. (2001). Popüler Kültürü Eleştirmek. Doğu Batı, 15, 9-39.

TELEVİZYON DİZİLERİNDEKİ İSİMLERİN KARAKTER ANALİZİ

(CHARACTER NAMES IN TELEVISION SERIES ANALYSIS)

Doç.Dr. Süleyman DOĞAN*

ÖZET

Türkiye’de televizyon dizileri son yıllarda sıkça tartışılıyor. Dizilerindeki ana tema, sanat, felsefe ve mesaj özellikle çocuk ve gençler açısından ciddi problem içeriyor. Bu nedenle diziler genelde toplum ve aile yapısını özelde gençliği olumsuz etkiliyor. Dizilerinin çoğunda işlenen ortak temanın toplumsal değerlerle taban tabana zıt olması dikkat çekiyor. Dizilerde aile mahremiyeti, korumacılığı ve sıcaklığı büyük ölçüde ihmal ve inkâr ediliyor. Bir dizide, olması gereken en önemli unsurlardan; sanat, felsefe ve estetik bugün söz konusu dizilerin pek çoğunda yoktur. Reyting, fahiş kar ve tanınırlık gibi sade hayata ve geleneğe zıt, diğer bütün süfli beklentileri yücelten diziler toplumun ontolojik ve kültürel dinamiklerine dinamit koymaktadır. Bu dizilerde kutsal sayılan dini içerikli isimler kötü rollerde gösterilirken modern sayılan isimleri iyi roller biçilmiştir. İşte bu çalışmada dizi filmlerindeki rol alan şahısların isimleri analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Televizyon, dizi, isim, analiz.

ABSTRACT

Turkey is discussed frequently in recent years in the television series. The main theme of Television knee, art, philosophy and the message contains a serious problem, especially in terms of children and young people. Therefore arrays society in general and youth in particular will adversely affect family structure. The common theme in most of the television series processed with the social values diametrically opposite to be attention. Family privacy in television series, protectionism and temperature are largely ignored and denied. In a series of films, which should be the most important factor; art, philosophy and aesthetics in many of today is not the aforementioned series. Rating exorbitant profits and recognition and tradition as opposed to the simple life, exalting all other menial expectations arrays ontological and cultural dynamics of society are put dynamite. In this series, in bad roles showing the names of sacred religious content the

*Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Bölümü Öğretim Üyesi, Davutpaşa Yerleşkesi, Kışla Binası A Blok-No:2017, 34220 Esenler-İstanbul, sudogan@yildiz.edu.tr
Web:http://www.yarbis.yildiz.edu.tr/sudogan

modern roller sawn good names are listed. In this study the names of people involved in film serials are analyzed.

Keywords: television, television series, names, analysis.

GİRİŞ

1970’lerden itibaren eğlence-eğitim (entertainment-education) sürecine bağlı kalınarak Meksika’da, Vietnam’da, Hindistan’da, Nijerya’da ve pek çok yerde; aile planlaması, AIDS, güvenli seks, okuryazarlık, cinsiyet eşitliği gibi pek çok sosyal ve sağlık konulu temalar işleyen pembe dizi, dünyayı değiştirmiş ve değiştirmeye devam etmektedir.

Pembe diziler izleyicinin ilgisini ve duygularını devamlı aralıklarla yakalarlar. Bu dizilerin son derece yoğun duygusal atmosferi sebebiyle dizideki karakterler ve olaylar ile oldukça güçlü bir duygusal bağ kurulur. Hatırlayınız; duygusal bağ, hafızayı geliştirir! Tekrar ve devamlılık sağlayarak izleyicinin karakterlerle, onların problemleri ve sosyal çevreleri ile her geçen bölüm daha da fazla kendilerini özdeşleştirmeye başlamasını sağlarlar.

Pembe diziler karakterlerine gerçek hayatta yaşanabilecek tereddüt ve terslikleri de içine alacak şekilde yavaş ve inandırıcı bir davranış değişimi göstermeleri için zaman tanır. Karakterler zamanla değişir ve istenen davranışı benimserler. Duygusal tonu çok yoğun bir formattır. Amerikan pembe dizilerinden bile daha yoğun bir duygusallık içerir. Bu da duygusal bağın kurulmasında ve izleyicinin istenen davranışı öğrenmesini sağlayacak özdeşleştirmeyi gerçekleştirmesinde kolaylık sağlar.

Amerikan pembe dizilerinin aksine Latin Amerika pembe dizilerinin bir sonu vardır. Yani başlangıç, orta ve bitiş noktaları belirlidir. Bu da dizideki karakterlerin davranış değişikliklerini göstermede ve dizinin sonunda nasıl bir değişime uğradıklarını sunmada çok etkilidir. Hikâyenin nasıl biteceği yazarlar tarafından çok önceden belirlendiği için verilecek mesajlar önceden hazır ve planlıdır. 1977–1986 yılları arasında Sabido’nun pek çok pembe dizisi yayınlanmaya devam ederken Meksika’daki nüfus artış hızında %34 oranında azalma olmuş ve dizilerin toplumsal değişimdeki etkisi böylelikle tamamen kanıtlanmıştır. Bunun bir sonucu olarak; 1986 Mayıs’ında Birleşmiş Milletler Nüfus Ödülü bu alanda gösterdiği gelişme ile Meksika’ya verilmiştir.

Dizilerde üç önemli karakter vardır. Birincisi; pozitif karakterler olup prototip: Gerçek bir insanın olabileceğinden daha ahlaklı, daha şefkatli olması mümkündür. Pozitif değerleri temsil eden davranışlar gösterir. İzleyiciler için adeta bir ikon gibi sunulur. Daima iyi davranışları için ödüllendirilir. İkincisi

negatif karakterler ise; Negatif değerleri gösteren davranışlar sergiler. Kötü davranışlar biraz abartılı bir şekilde sunulur. Genelde kötü davranışları sonucunda cezalandırılırlar.

Üçüncü karakter ise; zaman zaman içlerinde acı çekip, davranışlarından ötürü pişmanlık duyarlar ama değişmezler. Bunlar değişme/geçiş gösteren karakterlerdir. Hedef izleyici grubuna en yakın olan karakterlerdir. Gerçek hayata dayanan ikilemler yaşarlar. İyi davranış gösterdiklerinde ödüllendirilip kötü davranış gösterdiklerinde cezalandırılırlar. Dizi boyunca karşılarına çıkan engeller ve kendilerine ait şüphelere rağmen diz sonunda istenen davranış değişikliğini göstererek değişimin mümkün olduğunun altını çizerler.

Televizyondaki pembe dizilerinin gücünü arkasına alarak dünyanın pek çok yerinde sosyal değişimi mümkün kılmaktadır. Çin, Karayipler, Hindistan, Mısır, Kuzey Afrika, Uganda, Papua Yeni Gine gibi pek çok yerde başlamakta olan projelerle bu değişimi daha da yaygın hale getirmektedir. Amerika eyaletlerinden Colorado’da yayınlanan pembe dizi dört sağlık bilgilendirme çalışanının başından geçenleri konu almaktadır. Bir pembe dizideki her şeye sahip olan dizinin(gözyaşları, aşk, dram vs...) hikâyeleri sağlık konusunda medikal bilgilendirme yapma amacı gütmektedir.

Her bölümde bu dört karaktere başvuran farklı problemleri ve rahatsızlıkları olan hastaların öyküleri aktarılmaktadır. Alkol bağımlılığı, depresyon gibi her kesimi ilgilendiren sorunlar ile yüksek diyabet, sağlık sigortasına gereken önem verilmemesi gibi Amerika’daki Latinleri ilgilendiren konular ele alınmakta ve izleyici hikâyeler sayesinde bilgilendirilmektedir. Sosyal değişimi gerçekleştirmek ve sağlık mesajları vermek için pembe diziler en uygun formatların başında gelir. Yıllarca dünyanın pek çok yerinde pembe dizilere yerleştirilen mesajlarla sosyal değişim yaratılmaktadır.

DİZİLERİN ETKİSİ

Bu gün, televizyon dizileri, bireylerin dünyasına hızla nüfuz edebilen ve insanların algılamalarını değiştirebilen kitle iletişim araçları olarak nitelendirilebilirler. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, filmler ve televizyon dizileri, insanların düşüncelerini etkileyen ve belirli konularda tavır almalarını sağlayan, kişiler, mekânlar vd. ile ilgili imaj oluşturma gücüne sahip olan, temel bir araç konumuna gelmişlerdir. (Busby ve Klug, 2001).

TV dizilerinin yerel topluma ya da ülkeye sağlayacağı, imajı olumlu yönde etkileme ya da ev sahibi mekânın farkındalık seviyesini artırma gibi soyut faydalara ilişkindir (Kim vd., 2007).

Riley, Baker ve Van Doren (1998) filmlerin tanıtımda etkili bir araç olabileceklerini çünkü, turizm ve yeni imajının oluşturulmasında kullanılabileceklerini ifade etmişlerdir (Kim vd. 2007).

O'Connor vd, 2008'e göre filmler ve TV dizileri ile turizm hareketlilikleri arasında imaja ilişkin bağ şu noktada karşımıza çıkmaktadır; pazarlama stratejilerinin önemli bir parçası olan imajın oluşturulması süreci, popüler kültür ile alakalıdır ve filmler ile televizyon dizileri popüler kültürün önemli unsurlarıdır. Filmler ve televizyon dizileri bu noktada potansiyel turistlere ve onun çekicilik yaratan özellikleri ile ilgili bilinirlik sağlamaktadır. Olumlu imajın oluşturulmasında filmler ve televizyon dizileri bu noktada da önemli faktörlerdendir (O'Connor, Flanagan ve Gilbert, 2008).

İnsanların televizyon dizilerini, filmleri izledikten sonra, bölgeyi, ülkeyi, şehri ziyaret etmeleri filmler ve diziler tarafından teşvik edilmiş turizm hareketliliği olarak adlandırılmaktadır (Kim vd., 2007).

Görsel iletişim araçları neyin moda, ilgi çekici ve dikkate değer olduğuna ilişkin olarak bireylerin algılamalarını etkileyebilmektedir. (Şahbaz, Kılıçlar, 2009).

Filmler ve televizyon dizilerindeki oyuncuların davranışları, canlandırdıkları karakterlerin özellikleri ve filmlerin ve dizilerin konuları (romantizm, şiddet, komedi vd.) seyredenlerin beğendiği özelliklerle paralellik oluşturduğunda, seyredenler kendilerini dizi-film kahramanlarının yerine koymakta ve onlarla kendilerini özdeşleştirmektedirler (Kim vd., 2007).

TÜRKİYE'DEKİ TELEVİZYON DİZİLERİNİN ANA TEMASI

Türkiye'de televizyon dizileri son yıllarda sıkça tartışılıyor. Dizilerindeki ana tema, sanat, felsefe ve mesaj özellikle çocuk ve gençler açısından ciddi problem içeriyor. Bu nedenle diziler genelde toplum ve aile yapısını özelden gençliği olumsuz etkiliyor.

Televizyon dizi yapımcıları sadece reyting kaygısı ve para kazanma hırsıyla program hazırlamıyor. Şüphesiz farklı gayeler de söz konusu ediliyor. Dizilerinin çoğunda işlenen ortak temanın toplumsal değerlerle taban tabana zıt olması dikkat çekiyor. Dizilerde aile mahremiyeti, korumacılığı ve sıcaklığı büyük ölçüde ihmal ve inkâr ediliyor. Nikâhsız hayat, zina, çarpık ilişkiler, aldatma, lüks hayat, emeksiz kazanç gibi mefhumlar bazen zımnen bazen de alenen teşvik ediliyor. Mesela bu dizilerde; kız kardeşlerin aşk savaşı... “İki kız kardeşin âşık olduğu bir adam” ya da “abi-kardeş arasında kalmış bir kız” tiplerleri popüler dizilerin temel konusu oldu.

En çok seyredilenler arasında yer alan bu dizilerde, yuva yıkan taraf mazlum ve haklı gösteriliyor. Hikâyeler zengin aileler arasında, lüks konaklarda geçiyor. Kız kardeşlerden biri varlık elde etme amacıyla zengin biriyle evleniyor. Ancak baldızlar devreye girip enişterine göz koyuyor. Toplum nezdinde kabul görmeyen ve ahlâk anlayışımızı sorgulatan bu tür ilişkiler, neden sıklıkla ekranlara getiriliyor? Bir dizi tuttu diye benzerlerini çekmek için yarışa giriliyor.

Toplumsal değerlerle hiçbir şekilde uyuşmayan bazı diziler, çarpık ilişkiler, gayrimeşru yaşantılar, gelenek ve kültürümüze aykırı davranışlarla toplumun dengesini bozmaktadır. Bir dizide, bir eserde, bir yapıtta olması gereken en önemli unsurlardan; sanat, felsefe ve estetik bugün söz konusu dizilerin pek çoğunda yoktur. Sinemanın ve görsel sanatın ruhundan çok daha aşağıda sığ ve bayağı bir zihniyet hâkim hale gelmiş durumdadır. Reyting, fahiş kar ve tanınırlık gibi İslâmî ruhun kabulünden uzak, diğer bütün süfli beklentileri yücelten diziler toplumun ontolojik ve kültürel dinamiklerine dinamit koymaktadır. Böylece geleceğin emanet edileceği bireyler son derece yanlış bir istikamete doğru yönlendirilmektedir. Bu istikamet her halükarda çıkmaz ve bunalım sonuçludur.

DİZİLER HİÇBİR DEĞER TANIMIYOR, GELENEĞE/KÜLTÜRE MEYDAN OKUYOR!

Okuma alışkanlığının düşük olduğu Türkiye’de, romanlardan uyarlanan televizyon dizileri gençlik üzerinde yarar sağlamaktan ziyade olumsuz yönde etkisini gösteriyor. Senaryoya uyarlanan öykü, roman ve hikâyelerin, bu kitapların okunmasına karşı ilgi uyandırmadığı gibi o kitapların okunmasına da mani oluyor. Senaryo kaynaklarını edebî hikâye ve romanlardan alan diziler, kitaplar hakkında ön fikir vermekte ve bilgi doygunluğuna sebep olmaktadır. Okuyucu, kitapların içeriğini bildiğini sanarak, kitapla yüzleşmenin gereksiz olduğuna inanmaktadır. Birçok kişi zamanının büyük bölümünü televizyon karşısında geçiriyor. Ülkemizde düşük olan kitap okuma alışkanlığı dikkate alınarak, dizi, sinema filmi yapımcıları bu doğrultuda hareket etmelidir. Dizi senaryoları hazırlanırken bu olumsuz etki düşünölmeli ve bunu önleyecek önlemler alınmalıdır. (Doğan, 2012).

Dizi şikâyetleri! Diziler marka tüketimini teşvik ediyor!

RTÜK’e vatandaştan gelen şikâyetlerin yüzde 60’ı diziler hakkında olduğu belirtiliyor. Bu oran geçen yıla göre iki kat artmış durumda. Çünkü dizilerde ciddi oranda marjinalleşme bireysel dürtüleri kışkırtıcı yönler ön planda yer alıyor. Tahrik edici sahneler defalarca gösterilerek bilinçaltına kazınıyor. 2009 yılında yapılan bir araştırmada izleyicilerin yüzde 47’si, dizileri toplumun ahlâkî yapısına aykırı bulduğunu belirtmektedir. Bizim yaptığımızı izliyorlar, beğeniyorlar, reyting alıyor” savunması son derece yanlış ve meseleye çarpıtmaktan başka bir şey değildir. Böylesi bir savunma program yapımcılarının ucuza kaçma,

beceriksizlik ve nitelikten yoksunluklarının bir ifadesidir. Nitekim böyle yapılarak zaaflar üzerinden prim yapmak ve onları istismar etmek denenmektedir.

Reytingi yüksek dizilerden pek çoğunun işlediği konular toplumsal kabulün çok ötesinde marjinal durumlar olmakla birlikte insanî değerlerin yüceltilmesinden ziyade yok edilmesi, törpülenmesi üzerine oturuyor. Hiçbir eğitim ve kültür birikimi olmayan kişilerin önüne, ne kadar sığ, basit, içerikten yoksun, sanat ve estetik niteliği barındırmayan ürünlerin konulması kolaya kaçmaktan başka bir şey değildir. Bunu savunma mekanizması haline getirmek de olsa olsa acziyetin ifadesidir!

Prime time’da ekranlara gelen evimizin davetsiz misafirlerinin ilişki biçimleri aile ve gençlik vicdanını, ahlakını derinden zedeliyor. Dizilerin çoğunda masumiyet, çarpık, sığ ve sadece beşerî, cismani ve cinsî aşk ilişkileri, sefahat ve sefaletle vurgu yapılıyor. Birbirleriyle dönüşümlü olarak sevgili olan dizi karakterleri, arkadaşlık kavramını hat çekiyor. Söz konusu dizilerin temel gençlik sorunlarıyla ne kadar ilgili olduğu sorgulanmalıdır.

Dizilerde ortalama Türk insanına hayli yabancı bir hayat tarzının reklamı ve baskısı yapılıyor. Hiçbir zahmet çekmeden, bedel ödmeden lüks hayatın pırıltılı dünyasını yaşamaları için insanlara zımnen bir baskı söz konusu. Kimse geldiği yere nasıl geldiğini, hangi bedelleri ödediğini anlatmıyor.

Diziler bir yönüyle de toplumsal güç ve çıkar ilişkilerinin derin mekanizmalarına gönderme yaparak, herkesi kendi dünya görüşü etrafında toplamaya çağırıyor böylece insanlar belli bir biçimlendirme ameliyesine tabi tutuluyor. Hayata baktığımız pencerelerin aslında bize sunulan pencereler olduğunu kimse fark etmiyor.

Diziler insanları belli bir hayat tarzını seçmeye, belli markalara yönelmeye icbar ediyor. Böylece içerikten çok biçime, göstergeye önem atfediliyor. Dış görünüşün önemli olduğu bir dünya yaratılıyor. Böylece marka hastalığı yaratılarak, çağdaş idoller yaratılıyor.

Televizyon dizilerinin çoğunda ahlâkî değerler hiçe sayılıyor. Yeğen yengesine, komşu komşuya, evliler başkalarına özendirilmekte ve bütün bunlar sıradanlaştırılmaktadır. Bu gidiş, bundan bir asır önce üst düzey Osmanlı toplumunda Tanzimat neslinin yaşadığı buhran ve çöküşü yeniden ve kuvvetle hatırlatmaktadır. İnsanın insanî, ruhî nitelikleri üzerine vurgu yapmak yerine sadece bedenî, biyolojik görünümünü ön plana alan zihniyetle yetişen gençlerin, kısa süre sonra hiç b şeyden tatmin olmayarak derin bir buhran içine girmemesi hiçten bile değildir. Madde her zaman sonludur ve her halükarda elde edilebilir niteliktedir. Edinilmesinden sonra ise boşluk vardır. Oysa manâ sonsuzdur ancak

bedelsiz elde edilemez. Mânaya hükmedenler ve mânayı arayanlar aslında kendini ve mutluluğu arayanlardır.

Medya nesillerin sağlıklı eğitimleri ve yetişmesi için azami gayret ve itina göstermek zorundadır. En temelde medya insanları daha iyi ve güzeli aramaya teşvik etmelidir. Kamu hizmeti yapan kuruluşların kamunun zararına değil yararına iş yapma zorunluluğu vardır.

Mevcut dizilerin pek çoğundaki karakter okumalarına bakılırsa, Türk kültürünün genetik kodlarıyla oynanmakta, adeta genler değiştirilmeye çalışılmaktadır. Geniş ailen ruhuna çoktan Fatiha okundu; ancak tek kişilik hayatların hit yapmaya başladığı şu dönemde çekirdek ailenin de zilleri çalıyor gibi.

Elbette sadece eleştirmek ve “bu kötüdür” teşhisi yapmak hiçbir şey değiştirmeyecek, mukadder akıbetten kaçınılamayacaktır. Burada sinema ve televizyon sektöründe çalışanlara ciddi görev düşmektedir. Daha iyisini ve faydalısını yapmak birinci amaç olmalıdır. İnsanlık olarak, eğer bir yerde sorunun varlığını görebiliyorsak, onun giderilmesine de muktedir bir irademiz var demektir. Bu vadide öncelikle alternatif dizicilere, sinema ve film sektörüne acilen iş düşmektedir.

Mukaddes isimler alaya alınıyor!

Maalesef millet olarak dizi kolik olduk. Hemen herkesin takip ettiği en az birkaç dizi bulunuyor. Zira her yıl onlarca yeni dizi televizyonlarda boy gösteriyor. Bunlarda işlenen konular genel olarak farklılık arz etse de karakterlere verilen isimler benzerlik taşıyor. İnancımıza göre mukaddes kabul edilen birçok isim, genellikle dizi ve filmlerde yalancı, düzenbaz, mafya babası, tecavüzcü olarak karşımıza çıkıyor. “Fatmagül’ün Suçu Ne?” dizisinin kötü yengesi bunlardan sadece biri. Esra Dermancıoğlu’nun canlandığı dizide Mukaddes yenge, kocasını kandırdı, başkasından olan oğlunu onunmuş gibi gösterdi. Hâlbuki Mukaddes, “Temiz ve pâk. Noksan, kusur ve ayıptan uzak olan. Kutsi” anlamlarına geliyor.

Dizilerin ismi ile müsemma olmayan karakterlerden bazı örnekler:

Kadir: Allah’ın isimlerinden olup “Kudret sahibi” anlamına geliyor. Ama Levent Ülgen’in “En Son Babalar Duyar”da üçkâğıtçı damadı canlandığı “Hallederiz Kadir”le gündeme geldi.

Behlül: Kıvanç Tatlıtuğ’un “Aşk-ı Memnu” dizisinde yengesiyle aşk yaşayan bir gence verilen bu güzel isim, “Çok gülen. Hayır, sahibi, çok iyi adam” gibi manalara geliyor.

Gaffur: Allahın isimlerinden olan Gaffur/ Gaffar “Çok mağfiret ve merhamet eden” demek. Bu ismi daha önce de Yeşilçam filmlerinde “salak” rollerini oynayan Yadigâr Kuzu’da gördük.

Kabak Hafız: Hanımın Çiftliği dizisinde Ali Düşenkalkar’ın oynadığı karakterin adı. Kabak Hafız, dini bilgileri olan bir adam. Ancak içki de içiyor, halkın duygularını da sömürüyor. Kur’an-ı kerimi ezberleyenlere denilen hafız, “Esirgeyen, koruyan” anlamına geliyor.

Firdevs: “Aşk-ı Memnu” dizisinde şan, şöhret düşkününü paragöz anneye isim olan Firdevs, “Cennette altıncı kat” manasına geliyor.

Burhan: Birçok dizide karşımıza gelen Burhan isminin “Sağlam delil, ispat vasıtası” gibi anlamları var. İsim, Avrupa Yakası’nda düzenbaz müdüre verildi. İsim, “Binbir Gece” ve “Gönülçelen”de de kullanıldı.

Aziz: “En yüce, en üstün” anlamına gelen isim “Beyaz Gelincik”te kadın pazarlayan bir psikopata, “Canım Ailem”de kötü adamı oynayan adama, “Şüphe” dizisinde takıntılı psikiyatra verildi.

Mehdi: “Doğru yolda, hidayete ermiş olan” anlamına geliyor. Bütün dünyayı hidayete erdirecek Hazreti Mehdi ile hatırlanıyor. Ancak ‘Pars Narkoterör’de vatansız uyuşturucu tüccarına verildi.

Mennan: “Çok lütufta bulunan” anlamına geliyor. Allah’ın isimlerinden biri. Fakat “Hayat Bilgisi”nde düzenbaz, uyanık, yalancı, okul hizmetlisine ad oldu.

Ferhunde: “Mesut, saadetli, mübarek. Uğurlu” gibi anlamı var. Ancak Ferhunde, “Yaprak Dökümü”nün uğursuz gelinine isim oldu.

Kerim: Allah’ın isimlerinden biri. “Kerem sahibi. Her şeyin iyisi, faydalısı” manasında. Fatmagül’e tecavüz eden ekipte yer alan ama daha sonra onunla evlenen adama isim oldu.

Abdül: “Allah’ın kulu” demek. Bu isim, Elveda Rumeli’de Manastır Valisi Mazhar Paşa’nın şımarık oğlunu canlandıran kötü karaktere verildi.

Zühtü: Sözlükteki karşılığı “Dünyaya itibar etmeyen”. Ancak isim “Düriye’nin Güğümleri”nde yalancı kocanın ismi.

Amina: Muhammed aleyhisselamın annesinin ismi. “Emin olan. Kalbinde korku olmayan kadın” manasında. “Öyle Bir Geçer Zaman ki”de bir militanın adı oldu.

Kudret: Allah’ın sıfatlarından biri. Aşkın Şenol’un “Nuri” dizinde canlandırdığı ilginç zabıta.

İsmail: Peygamber ismi. Ancak “Çocuklar Duymasın” dizisinin sapık müdürünün adı.

Yukarda örneklerini verdiğim isimlerden de anlaşacağı gibi bütün bu isimler tamamen tesadüfî olamaz. Kutsal olarak görülen isimler ayaklar altına alınarak insanların şuur altına kötü hatırlatmalar yerleştirilmeye çalışılıyor. Bunların meyvesi bir on-yirmi yıl sonra ortaya çıkacaktır.

Dizilerimizde ilginç isimler de bulunuyor. Genel aşağıdaki isimler ise yüceltilmektedir. İşte onlardan bazıları: Rüzgar, Demir, Toprak, Hasret, Reyna, Kumru, Kobra, Su, Direnç, Zenan, Orçun, Ateş, Mira, Manidar, Bersan, Gülbin, Biricik, Heves, Pırıl, Pamuk, Ezel, Sekiz, Fincan, Pertev, Seymen, Fındık, Gümüş, Çınar, Memati...

SONUÇ

Bugün dizlerin çoğunda ahlaki değerlerin hiçe sayılıyor. Yeğen yengesine, komşu adam komşusuna, evli kadın bir başka erkeğe özendirilmekte, ar, ahlak ve namus gibi kutsal mefhumlarımızla adeta alay edilmektedir. Böyle giderse hem kültürümüz hem ahlakımız ve bizi biz yapan değerlerimiz bir bir elimizden çıkacak, özellikle gençler boşluğa itilecektir. Bu durum toplumsal barışı ve dokuyu zedeleyecektir. Sosyal dengiyi koruyup kollayan devlet bunu yasalarla engellemelidir. Gençlere kötü örnek olan dizilere kıstas ve standart getirilmelidir.

Medya kuruluşları, nesillerin doğru ve düzgün eğitilmesi ve muhafazası için azami gayret göstermek zorundadır. Çünkü medyanın bir görevi de; toplumun güzele ve iyiye yönlendirilmesinde özen göstermesi gerekir. Kamu hizmeti yapan kuruluşların kamunun zararına değil yararına iş yapma zorunluluğu vardır. Televizyon dizilerinde her türlü çarpıklık vardır. Bu çarpıklıkların önüne geçemezsek geleceğimizden emin olamayız. Çünkü çocuk bugün taklit eder yarın tatbik eder. Yani çocuk gördüğünü yapar. Bu diziler ve medyanın yanlış yönlendirmesiyle Türklerin kültürel kodlarıyla oynanmakta, adeta genlerimiz değiştirilmeye çalışılmaktadır. En önemli kurumumuz olan aile yapımız bozulmaya çalışılmaktadır. Televizyon ve dizi bağımlılığının endişe verici boyutta gençliğimizi adeta zehirliyor. Programların çekiciliğinin artırılarak insanların televizyon bağımlısı durumuna getirilmek isteniyor. Bu nedenle televizyon ve dizi bağımlılığı endişe vericidir.

Televizyon dizilerine bir taraftan sınırlandırma ve belli standartlar getirirken bunlara alternatif diziler çekilmelidir. Genel ahlak değerlerimize uygun, toplumu doğru yönlendiren, gençliğimizi geleceği düzgün hazırlayan diziler ve

sinema filmleri çekilmelidir. Bunlara ciddi kaynaklar ayrılarak tarihi şahsiyetler dâhil, dini, milli ve ahlaka değerlerimiz düzgün, doğru ve gerçek kaynağından diziler ve filmler çekilerek örnek rol-modeller gösterilmelidir. Değilse biz başkalarının çektiklerini sadece eleştirmekle kalırız.

KAYNAKLAR

- Beerli, A. ve Martin, J.D. (2004). “Factors Influencing Destination Image”, *Annals of Tourism Research*, 31 (3): 657–681.
- Busby, G. ve Klug, J. (2001), “Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues”, *Journal of Vacation Marketing*, 7 (4): 316–332.
- Doğan, S., (2012), Dizilerin ipe dizdiği hayatlar, *Genç Kariyer Penceresi Dergisi*, yıl;3, sayı:13.
- Hu, Y.Z., ve Ritchie, J.R.B.(1993), “Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach”, *Journal of Travel Research*, 32: 25-35.
- Hudson, S. ve Ritchie, J.R.B. (2006), “Film Tourism And Destination Marketing: The Case Of Captain Corelli’s Mandolin”, *Journal of Vacation Marketing*, 12 (3): 256–268.
- Kim, H. ve Richardson, S.L. (2003), “Motion Picture Impacts On Destination Images”, *Annals of Tourism Research*, 30 (1): 216–237.
- Kim, S.S., Agrusa, J., Lee, H. ve Chon, K. (2007), “Effects Of Korean Television Dramas On The Flow Of Japanese Tourists”, *Tourism Management*, 28: 1340-1353.
- O’Connor, N., Flanagan, S. Ve Gilbert, D. (2008), “The Integration of Film-induced Tourism and Destination Branding in Yorkshire, UK”, *International Journal of Tourism Research*, 10: 423–437.
- Oral, S. (1994), *Turizm Pazarlaması Ders Notları*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- P. Şahbaz , A. Kılıçlar, .(2009), *Filmlerin ve Televizyon Dizilerinin Destinasyon İmajına Etkileri İşletme Araştırmaları Dergisi* 1/1 31-52.
- Rızaoğlu, B. (2004), *Turizm’de Tanıtma* (3. Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Riley, R., Baker, D. ve Van Doren, C.S. (1998), “Movie Induced Film”, *Annals of Tourism Research*, 25 (4): 919-935.

**REKLAM-MÜZİK İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA TELEVİZYON
REKLAMLARINDA TÜRK HALK MÜZİĞİ UNSURLARININ
KULLANIMI**

**(USING OF TURKISH FOLK MUSIC ITEMS IN TV ADVERTISEMENT
IN THE CONTEXT OF ADVERTISEMENT AND MUSIC
RELATIONSHIP)**

Öğr. Gör. Süleyman FİDAN*

ÖZET

“Bir şeyi halka tanıtmak, beğendirmek, sürümünü sağlamak için denenen her türlü yol” olarak tanımlanan reklam, bireysel faaliyetleri bir yana bırakırsak kitle iletişim araçlarının toplumsal yaşamda etkin bir rol oynamasıyla yaygınlaşmış ve sektörel bir yapı olarak ortaya çıkmıştır. Görme ve işitme duyusuna aynı anda hitap eden televizyon, reklamcılık sektörü için önemli bir mecradır. Günümüzde yeni iletişim araçlarının gelişmesi ve yaygınlaşmasına rağmen, televizyon hedef kitleye ulaşmada etkinliğini hâlâ korumaktadır. Reklamcılık sektöründe pazarlamayla birlikte kültürel ve politik boyutlar da yer almaktadır. Reklam metni ve görsellerle, müzik de hedef kitleye göre şekillenerek mesajın iletilmesinde işe koşulmaktadır. Bu doğrultuda etkili bir pazarlama için ürünün sunulacağı hedef kitlenin kültürel birikimi reklam stratejilerinde ana unsur olmaktadır. Televizyonun önemli bir izleyici kitlesini oluşturan orta sınıfa daha kolay ulaşmak için halk kültürü ürünleri kullanılmaktadır. Halk kültürünün dinamik bir parçası olan Türk halk müziği ezgileri de başka motiflerle birlikte cıngıl, fon müziği ve ana müzik olarak yer almaktadır. Bu çalışmada yakın dönem televizyon reklamları taranarak halk müziği ezgilerine ve sözlerine yer veren reklamların sektörel sınıflandırılması yapıp reklam mitinin kodlanmasında geleneksel müziğin nasıl yerleştirildiği, metin ve görsellerle müziğin ilişkisi, geleneksel müziğin reklamdaki işlevi ve reklam aracılığıyla halk müziğinin kültürel tanıtım ve aktarımında rolü olup olmadığı çözümlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Folklor, Geleneksel müzik, Medya, Reklam, Reklam müziği.

* Gaziantep Üniversitesi, Türk Musikisi Devlet Konservatuarı, Müzikoloji Bölümü, Şehitkamil/Gaziantep
suleymanfidan@gmail.com

ABSTRACT

Advertisement defined as “every kind of way tried in order to promote something to public, to get some one to like something, to provide demand of something” if we put a side individual activities, has become wide spread and formed as a sectoral structure. Television appeal led visual sense and auditory sense at the same time is an important area for advertisement sector. Although development of new communication devices and becoming wide spread at the present day, television has still protected its efficiency in accessing to target audience. Together with marketing, cultural and political dimensions take place in advertisement sector. With advertisement text and visual objects, musical so been puts to work in delivering messages by for media according to target audience. In this context, for an impressive marketing, cultural saving of target audience to be presented becomes main item in advertisement strategies. Folk culture products are used for accessing easier to middle class formed as an important mass of viewers. With the other patterns, also folk music melodies which are a dynamic part of folk culture take place as an introductory music, background music and main music. In this study, by examining the television advertisements of recent era, sectoral classification of advertisements give place to folk music melodies and words has been done and how traditional music set in coding advertisement myth, relationship of music between text and visual objects, functionality of traditional music in advertisement, whether folk music has a role in cultural presentation and conduction or not through advertisement have been solved.

Keywords: Folklore, Traditional music, Media, Advertisement, Advertisement music.

GİRİŞ

Reklam, Reklamcılık ve Kültür

Reklam, “bir şeyi halka tanıtmak, beğendirmek, böylelikle sürümünü sağlamak için denenilen her türlü yol ve bu amaç için kullanılan yazı, resim, film” (www.tdk.gov.tr) olarak tanımlanmaktadır. Reklam ve reklamcılık, Sanayi Devrimi sonrasında ihtiyaç fazlası ürünü pazarlayabilmek için (Günay, 1996, 3), gelişen kültür endüstrilerinden de yararlanarak sektörleşmiştir. Ancak ürünün adından, ambalajından; sokak satıcısının, tellalın, işportacının, çığırtkanın ya da pazarcının bağırmasına; tabelalara, vitrine kadar pek çok şey reklam kavramı içindedir (Boyras, 2001, 94; Tayfur, 2008, 7). Toplumsal yaşamda yaygınlaşan kitle iletişim araçlarıyla el ilanları ve afişlerden, sesli, seli-görsel, sanal içerikler tüketiciye sunulmaya devam etmekte ve reklamcılık sektörü ekonomik anlamda büyük bir güç hâline gelmektedir.

B. Dağtaş ise, reklamcılığın kapitalizmle birlikte sektörleştiğini ve onun krizlerinden, dönemselliğinden, kültüründen bağımsız olmadığını vurgular (2009, 12). 1970 sonrasında -Kapitalizme göre post-fordist dönem- hizmet sektörü büyümüş ve sınıf temelli kolektif kimlikler de çözülmeye başlamış, sınıf dışı kimlikler ön plana çıkmıştır. “Kapitalizmin bu aşamasında tüketim kültürü ve reklamın toplumsallaştırıcı rolü; bireysel kimliklerin yerleştirilmesi ve üretimsel olmayan endüstrinin devamına hizmet edecek olan yeni birbirinden farklı yaşam tarzlarının sunumu ve kolektif dayanışmaların kırılması yönünde gerçekleşmiştir” (Dağtaş, 2009, 21).

Üretici ve tüketici arasında gerçekleşen bilgilendirici, eğlendirici ve güdüleyici bir iletişim sürecinde, reklam ileti boyutundadır. İletişimin gerçekleşebilmesi için alıcının iletiye yüklenen kodları çözümleyebilmesi gerekir (Fiske, 1996). Tüketicide ilgi uyandıran ve dikkat çeken, aynı zamanda şaşırtıcı, ikna edici, özgün, akılda kalıcı, yani başarılı bir reklam oluşturabilmek için öncelikle iletinin aktarılacağı hedef kitlenin bilgi birikimini, değer yargılarını, genel kabullerini göz önünde bulundurmak gerekmektedir (Boyras, 2001, 95). Bu hususta iletişimin gerçekleşmesi, yani reklamın başarılı olması için reklamın kültürel boyutu günümüz reklamcılığında ön plana çıkmaktadır. Reklamcılar için öncelikli başvuru alanı ise hedef kitlenin, yani halkın kültürel unsurlarıdır:

“Sözlü kültürün düşünceyi kalıplarla yaratma, aktarma biçimi, reklamlarla benzerlik göstermektedir. Reklamın, kalıplarla algılayan ve yorumlayan sözlü kültür toplumlarında daha etkili sonuçlar doğurduğu bilinmektedir. Reklamcılık kapsamında sözlü kültürün kalıpları, tüketim kültürünün oltasında ‘yalancı yemler’ olarak kullanılmaktadır. Kitle, bu sözlü kültür göndermeli reklamlarla yakalanarak tüketim kültürü bağlamında yeniden büyülenir ve kurgulanır. Sözlü kültür geleneklerinde ve ürünlerindeki imgelerle yakalanan bireyin kültürel şifreleri, reklamlarla yeniden biçimlenir. Böylelikle birincil sözlü kültür toplumu, geleceğini tüketmek pahasına tüketim kitlesine dönüştürülür” (Özdemir, 2008, 283).

Günümüzde kitle iletişim araçlarının tamamında yer bulan reklamcılık sektörü için sözlü geleneklere bağlı hedef kitleye en kolay ulaşma aracı televizyondur. Yeni kitle iletişim araçlarına rağmen televizyonun iki duyuya -ve bazen daha fazla duyuya- yönelik olması, yaygınlığı sayesinde etkisi devam etmektedir. Televizyonun Türkiye’deki gelişim süreci reklamcılık sektörünün de evrilmesini ve geniş bir sahada izlerkitleye hitap edebilmesini sağlamıştır. TRT’nin televizyon yayıncılığına başlaması, renkli televizyonlar, çok kanallı dönem, kablo ve uydu yayıncılığı gibi gelişmelerle televizyon, toplumsal hayatta önemli bir araç olmuştur. Sektör de böylesine etkin bir aracı olabildiğince verimli kullanmanın yollarını bulmuştur. Günün her saatinde izleyicinin profiline göre reklamların izleyiciyle buluşması sağlanmıştır. Bugün yeni medyalara rağmen

televizyonların en önemli gelir kaynağı yine reklamlardır. Reklam alamayan televizyon kanalları kapanmama mücadelesi vermektedirler.

Reklam Müziği ve Özellikleri

Reklamlarda müzik kullanmanın öncelikle hedefi reklamın genel amacıyla da örtüşen dikkat çekmedir. İzleyiciyi kısa süreliğine de olsa reklamı izlemeye yöneltmek için müziğe büyük önem verilmektedir. Bu konuda yapılan bir araştırmada annelerin %75’inin çocuklarının 3 yaşından itibaren reklam müziğini söylemeye başladığını belirtmişlerdir (Çerçi, 2009, 48’den akt. Arapgirlioğlu ve Çakır, 2013, 4). Özellikle 1-2 yaşındaki çocukların reklam müziğini işitir işitmez televizyona yöneldikleri, reklam kuşağı bitene kadar başka şeylerle meşgul olmadıkları, hatta annelerin çocuklarına yemek yedirmek için reklam kuşaklarını bekledikleri gözlemlenmiştir. Bu durum reklamcılarının ilk amaçlarını gerçekleştirmede müziği etkin bir şekilde kullandıklarını göstermektedir.

“Reklamlarda oluşturulan melodik tekerlemeler, ahenkli sözcükler ve özel cıngıllar hep dikkat çekicilik ve anımsanabilme niteliklerine yapılan bir vurgudur. Melodinin bir kısmını veya bütünü algılayan beyin, zaman içinde bunu birleştirecektir. Bu veriler birleştirildiğinde hatırlamalar da o kadar yüksek olacaktır” (Batı, 2010, 792’den Arapgirlioğlu ve Çakır, 2013, 5).

Reklamda müziğin kullanılması, dikkat çekmenin yanında mesajın sağlıklı bir şekilde iletilmesini de sağlamaktadır (Kellaris vd., 1993, 115). Ayrıca reklama popülerlik kazandırılmasını (Connell ve Gibson, 2003), marka ve reklamın akılda kalmasına da yardımcı olmaktadır (Uğur, 2011, 7). Markalar, hazırladıkları cıngılı sürekli yayınlatarak müzik ve marka bütünleşmesini sağlamaktadırlar. Başarılı bir reklam için bu bütünlüğün sağlanması gerekmektedir, müziğin ön plana çıkması durumunda ürün gölgelenebilir. Büyük yatırımlar yapılarak oluşturulan ve yayınlanan reklam amacına ulaşamayabilir.

Televizyon reklamlarında müzik unsurunun kullanım amaçlarını Huron (1989) ise beş maddeyle değerlendirmiştir: eğlence, devamlılık, hatırlanabilirlik, coşkulu anlatım, hedef kitle ve etki kurma. İzleyici için çok önemli bir programın arasına girmiş reklam kuşağının sıkıcı gelmemesi, izleyicinin televizyonu izlemeye devam etmesi için dikkat çekilmesi gerekir. Bu noktada öncelikle izleyicinin eğlenmesi planlanır ve müzik devreye girerek olumsuzlukların en az indirilmesi sağlanır. Ürünle izleyici arasında bir bağ kurulabilmesi için ise reklam müziğinin devamlılığı gerekmektedir. Müziği duyan izleyici, ürünü veya markayı hatırlayacaktır. Hatırlanabilirlik ise en çok cıngıllar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. “Tüketicinin genellikle istediği ürün, bildiği, yakınlık kurduğu, hatırlayabildiği ürünlerdir” (Uğur, 2011, 8). Ayrıca reklam metninin coşkulu bir anlatımla, müzik ve şiirsellik bütünlüğünde verilmesi hem duyguya hem de düşünceye hitap etmektedir ve etkiyi artırmaktadır. Reklamcılar

amaçlarına ulaşabilmek için hedef kitle üzerinde etki kurmaya; toplumun özellikleri iyi belirlemeye, kitlenin demografik ve sosyal yapısına, değerlerine, geleneklerine göre müzik seçmeye gayret etmektedirler.

Televizyonun doğasından dolayı, televizyon reklamlarının temel bileşeni görselliktir ve bunu tamamlayan unsur olarak müzik ve metin de iki diğer bileşenler olarak ortaya çıkmaktadır. Reklam ve müzik üzerine yapılan araştırmalar daha çok müziğin kullanıldığı reklamlarla kullanılmadığı reklamların kıyaslanması, tüketicinin ikna edilip edilemediği, tüketicilerdeki davranış değişiklikleri, marka farkındalığı gibi konularda yoğunlaşmaktadır. Bu tarz çalışmaların sonucunda müziğin kullanıldığı reklamların izleyici üzerinde – reklamın amacı doğrultusunda- olumlu etkiler bıraktığı kanısına varılmıştır (Clark vd., 1994, 150-152’den akt. Uğur, 2011, 5). Müziğin reklamlarda ne şekilde kullanıldığıyla ilgili yapılan bir çalışmada ise reklam müziğinin:

“1.Geri planda- fonda,

2. Görüntülerin anlaşılmasında ve yorumlanmasında,

3. İstenilen ruh hâlinin oluşturulmasında,

4. Reklam filminin çekildiği zaman ya da yerin daha belirgin olmasında,

5. Markayla bütünleşerek markanın imzası hâline gelmesinde,

6. Satış mesajının ulaştırılmasında,

7. Söylenmek istenmeyen sözlerin ifade edilmesinde” (Dunbar, 1990, 201’den akt. Gleba, 2006, 4) kullanıldığı sonucuna varılmıştır.

İyi hazırlanmış bir reklam müziği, davranışların ürün lehinde şekillenmesinde ve izleyici üzerinde güçlü etkiler oluşturmasında yardımcıdır. Bu nedenle müziğin pozitif etkide bulunması beklenmekte ve ürünle müzik bir arada verilmektedir (Kubacki ve Croft, 2010, 581’den akt. Uğur, 2011, 3). Televizyon reklamlarına müzik yerleştirilirken beş farklı yol kullanıldığı görülmektedir:

1. Popüler şarkılardan alıntılar

2. Ünlü çoksesli kompozisyonlardan alıntılar

3. Elektronik olarak üretilmiş müzik kurguları

4. Markanın uluslararası tanıtım müziği

5. Yalnızca konuşma boşluklarını doldurma amaçlı müzik (Akalin, 1999; Özeren, 2004, 9; Uğur, 2011, 7). Türk halk müziği unsurlarının kullanıldığı

reklamlar incelenirken reklam müziğini ana reklam müziği, fon müziği, cıngıl şeklinde üç maddeyle sınırlanması tercih edilmiştir. Bunlar reklamın tamamına yayılan ana reklam müziği; boşlukları doldurmada, sahne geçişlerini sağlamada ve duyguyu perçinlemede kullanılan fon müziği, diğeri de marka veya ürünle bütünleşen cıngıl şeklindedir.

YÖNTEM

Veriler elde edilirken izlenenyol geçmiş yıllarda televizyonda yayımlanan reklamların yazılı kaynaklar ve internet taraması yoluyla tespiti olmuştur. Daha sonra bahsedilen reklamlarla güncel durumun karşılaştırılabilmesi için, 17.3.2014-23.3.2014 tarihleri arasındaki bir haftalık süreçte örnekleme dâhil edilen dört televizyon kanalı (ATV, KANAL D, SHOW TV, STAR) 19.00-21.00 saatleri arasında takip edilmiş, reklam içerikleri tespit edilmiştir. Kanallar belirlenirken tüm günde ve prime time'daki şubat ayı izlenme oranları dikkate alınmıştır. Belirtilen tarih aralığının seçilmesinde ise geleneksel bir güne denk gelmemesi etkili olmuşken, bir yandan da 30 Mart 2014 Mahalli İdareler Genel Seçimleri öncesinde siyasî parti reklamlarını da gözlemlemek, bu reklamların müziğini incelemeye dâhil etmektir. Marka ve ürüne, sektöre, müzik içeriğine göre kodlama yapılmış, bir haftalık süreçte 181 farklı reklam tespit edilmiştir. Reklam müziği açısından değerlendirildiğinde Türk halk müziği unsuru barındıran 6 reklam televizyon kanallarında dönmüştür. Önceki yıllara ait reklamlarla son tespit edilen reklamlar aynı kıstaslarla değerlendirilmiştir. Sektörel bazda bakıldığında geleneksel müzik unsuru barındıran reklamların daha çok gıda sektörüne ait olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında hedef kitleyeve sunulan ürüne göre farklı sektörlere ait reklamların müzik içeriğinde de halk müziği unsuruna rastlanmıştır.

REKLAM ÖRNEKLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Geleneksel müzik, ortaya çıktığı, şekillendiği ve geliştiği toplumun kültürel kodlarını barındırır ve bu öğeleri yeni kuşaklara aktarır. “Müzik toplumun içinde bulunduğu bunalımları, toplumun yaşam şeklini, ulusal ve dinî anlamda kimlik tanımlamalarını, aile içi ve arkadaşlık ilişkilerini, hatta ekonomik yapıyı da yansıtabilmektedir” (Uğur, 2011, 4). Reklam endüstrisinde izlerkitlenin müzikal geçmişinde var olan geleneksel müzik unsurları kullanımıyla öncelikle izleyicinin dikkati çekilip sağlıklı bir iletişim bağlamı hazırlanmaya çalışılmaktadır. Ardından da ürünün veya markanın akılda kalıcılığı ve izleyici tarafından tüketimi hedeflenmektedir.

Geleneksel müziğin yaratım ve aktarımında önemli bir rolü olan âşıklar ve onların şiirleri; ses ve görüntüsüyle Türk halk müziği çalgıları, yöresel ezgiler reklamın konusuna göre oluşturulmuş farklı bağlamlarda yer almaktadır. Şeref Boyraz, “Halk Kültürü Unsurlarının Televizyon Reklamlarında Kullanılması” adlı çalışmasında “İzleyicinin ekranda kendine ait unsurları görmesi onu, kendine ait

unsurları gösterene karşı yakınlaştıracaktır. İzleyiciye kendine ait unsurları gösteren de reklamı yapılan ürünler olduğuna göre izleyici, zihninde ilgili ürünlere karşı bir yakınlık duymaktadır” (Boyraz, 2001, 97) tespitinde bulunarak halk müziği unsurlarının reklam içerisinde kullanılmasının sebeplerine açıklama getirmeye çalışır.

Bu doğrultuda Nebi Özdemir de “Hedef kitlenin daha fazla tüketmesi için sözlü kültür geleneğinden etkili bir şekilde yararlanılmaktadır. Güvenilir bellek ve aktörler sayesinde tüketicilerle yakın ilişkilerin kurulması amaçlanmaktadır. Reklamcılar, bu tür reklamlarla üreticilerle/aracılarla tüketiciler arasındaki siz-biz ayrımını kaldırmaya çalışmaktadırlar. Diğer bir ifadeyle medya, güvenilir ve yakın olabilmek için sözlü kültüre ve sözlü kültür temsilcilerine ihtiyaç duymaktadır” (Özdemir, 2008, 284) şeklinde görüşünü dile getirmektedir. Bu bakış açısıyla reklamlarda kullanılan halk müziği unsurlarına baktığımızda ilk olarak âşıklık geleneği ile karşılaşırız. Âşıklık geleneği ve bu geleneğin temsilcisi âşıklar da zaman zaman reklamcılık sektörünün başvurduğu kültürel unsurlardandır.

Geleneksel müziğin yaratıcı-icracı-aktarımcısı olan âşık imajının kullanıldığı reklamlardan biri 1990’lı yıllardaki gazetelerin tiraj artırma rekabetinde işe koştukları promosyonlarla ilgilidir. O dönemde kitap, ansiklopedi gibi yayınlarla başlayan dayanıklı ev eşyalarına kadar giden promosyon furyasında “Sabah” gazetesi ansiklopedi CD’leri ile birlikte VCD-çaları promosyon olarak vermektedir. Bunun reklamını yapmak için Sefer ile Cafer adı verilen, kucaklarında bağlama ve geleneksel kıyafetler giymiş iki âşığa deyişme yaptırılmıştır.¹⁸ Mekânın da kilim, sedir, halı yüzlü yastıklarla bağlamı tamamlaması düşünülmüştür. Gazetenin bir sonraki reklamında da İngilizce eğitim CD’lerini tanıtmaya görevi bu âşıklara verilmiştir. Âşıklar CD’ler vesileyi İngilizce öğreneceklerini, sahilde turistlerle sohbet edeceklerini aynı tarzda dile getirmektedirler.¹⁹

“Sabah” gazetesinin bu reklamlarında birincil sözlü kültürün temsilcileri olan âşıklar ikincil sözlü kültürün araç gereçlerini tanıtmaya görevi verilmiştir.²⁰ Birincil sözlü kültür çağında âşıkların temel görevlerinden biri de haber vermedir. Her ne kadar kültür endüstrilerinin yaygınlaşmasıyla, bu işlevin radyoya geçmesi

¹⁸ Birinci âşık: Sen bildin mi vidyosidi/ De bana sen hiç gördün mü?/ Vidyosidi oynatacak/ Alet ile tanıştın mı?

İkinci âşık: Ben bildim ya sen bildin mi?/ Karaokeyi hiç duydun mu?/ Başkaları çalar iken/ Sen hiç türkü söyledin mi?

Birinci âşık: İçindeki oyunuyla/ Yanında Britanikayla/ Çocuğuna böyle miras/ Bırak dedim bıraktın mı?

İki âşık birlikte: Ağalar, beyler durmayın/ Bizi de fazla yormayın/Mutlaka bir sabah alın/ İşin aslını anlayın (Boyraz, 2001, 101)

¹⁹ Reklamda geçen deyiş şu şekildedir: Yaza sahile gideriz/ Sazı kenara iteriz/ Tüm ecnebi güzellere/ Biraz hoş beş ederiz (Boyraz, 2001, 101)

²⁰ Bkz. W. Ong (2003).

söz konusuysa da reklam yapımcısı bu görevi çağrıştırmaya çalışmıştır. Bununla birlikte âşıklık geleneğindeki rekabetten yararlanılmakta, usta âşık olmanın önemi hatırlatılmaktadır. Buradan hareketle de “Sabah gazetesi rakiplerine göre öndedir, verdiği promosyonlarla ustalığını ispatlamaktadır” mesajı iletilmektedir. Ayrıca âşıkların geleneği, bir nevi kırsal temsil ettiği düşünülerek “Âşıklar bile teknolojinin son ürünlerinden olan CD’li İngilizce eğitim seti almış kullanıyorlar, siz daha ne duruyorsunuz.” (Boyraz, 2001, 102) mesajı verilmektedir.

Benzer tarzda oluşturulmuş bir diğer reklam ise çocuklar için üretilen meyveli yoğurt “Danino”dur. Doğallık mitiyle karşımıza çıkan reklamda hedef kitle ise çocuklarla birlikte ebeveynleridir. Bu reklamda, farklı televizyon kanallarında programlar yapan, halkın sorunlarını çözmesiyle, denetleyicilik ve dürüstlük özelliğiyle öne çıkan Ayşe Özgün rol almıştır. Firmanın fabrikasının bulunduğu Tekirdağ’ın Ferhadanlı Köyü’nde çekilen reklamın ana müziğini ve metnini ise “Sabah” gazetesinin reklamındaki gibi, Ayşe Özgün ile birlikte rol alan Âşık Bayram Denizoglu ve Âşık Kevseri’nin deyişmesi oluşturmaktadır. Mekân olarak da âşıklık geleneği için önemli bir icra mekânı olan kahvehane seçilmiştir. Kahvehanenin bahçesinde âşıklar sazlarını çalıp deyişlerini söylemekte, o sıradada deyişe uygun bir şekilde ürünün üretim aşamasındaki görüntüler akmaktadır. Reklam metni birinci âşığın hoşlamasıyla başlar: “Ayşe Özgün hoş geldi köyümüze/ Danino’yu yerinde sorup öğrenmeye”. Ardından Ayşe Özgün, süt ve yoğurt’un kısa sürede bozulduğundan bahsetmekte ve “Danino”nun kısa sürede neden bozulmadığını sormaktadır. Bunun üzerine âşıklar söz ve müzikle ürünün hangi şartlarda üretildiğini anlatırlar:

İkinci âşık: “Gülsüm Ana Sarıkız’ı sağınca/ Bekletmeden getirir kooperatif deposuna”

Ayşe Özgün bunun nedenini de öğrenmek için “Sordum acep neden diye!” der. Bu kez iki âşık birlikte cevap verirler: “Bakteri çoğalmasın diye/ Koruyucusuz dayansın diye” Reklam metin kısmı şu şekilde devam eder:

Birinci âşık: “Sütler test edilmeden alınmaz/ Hemen soğutulur riske atılmaz”

Birlikte: “Bakteri çoğalmasın diye/ Koruyucusuz dayansın diye”

İkinci âşık: “Süte meyvelerle lezzet katılır/ “Danino”nun ağzı sıkı sıkı kapatılır”

Birlikte: “Bakteri çoğalmasın diye/ Koruyucusuz dayansın diye”

Birinci âşık: “Her aşaması alın teri/ Köylümüzün, kooperatifimizin, mühendisimizin emeği”

Aynı zamanda köyü ve fabrikayı gezen, üretim aşamalarını denetleyen A. Özgün, annelere seslenerek “Danino”nun dayanıklı olduğunu, aynı zamanda koruyucu madde içermediğini belirtmekte ve ürüne kefil olduğunu bildirmektedir. Ardından reklam, iki âşığın birlikte dile getirdikleri slogan cümleyle sonlanır: “Sarıkız’ın memesinden, çocukların kemiğine!”

Öncelikle doğallık mitinin kodlandığı bu reklamda, doğallığın simgesi köy ile birlikte fabrika iç içe kullanılmakta, ayrıca güvenilirlik mesajı için de tanınmış bir isim ile birlikte geleneksel müziğin temsilcileri kullanılmaktadır. Mesajların da fondan değil de bu kişilerin dilinden verilmesi, farklı bir ambalajla hedef kitlenin karşısına çıkan bu ürüne karşı olumsuz algıları değiştirmek içindir. Bu ürün için hazırlanan başka bir reklamda da Kars yöresinde halk oyunları giysileriyle çocuklar rol almış, ana müzik unsuru olarak da yöreden “Ceylan” ezgisi tercih edilmiştir.

Âşıklık geleneğine ait unsurlara reklamlarına yer veren bir diğer marka “Turkcell”dir. 2013’te televizyon ekranlarında yayınlanan dizi reklamda tarihle teknoloji birleştirilmiş, mizahî bir çerçevede operatörün güçlü olduğu yönler ve kampanyaları slogan cümlelerle kodlanmıştır. Yiğit Bey rolündeki komedyen Ahmet Kural ve ekibinin rol aldığı reklamda Turkcellioğulları Beyliğinin seferleri, günlük yaşamında cep telefonunu nasıl kullandığı, operatörün avantajları anlatılmaya çalışılmıştır. Görseller genellikle mekân olarak seçilen bir kale ve 13. yüzyıl olarak düşünebileceğimiz döneme atfedilen unsurlardır. Reklam müziği için de beyliğin ozanı rolünde Cahit Berkay rol almıştır. Fon müziğinin kullanıldığı bu reklamlarda Cahit Berkay Dede Korkut’u anımsatan giyinişi, saç ve saziyla rol almıştır. “Üç Cihanda Dört Çeker” sloganıyla beyliği tanıtan ilk reklamda ozan, önce 3 saniyelik bir görüntüyle karşımıza çıkmaktadır. Bu kısımda meydana gelip yerine oturmakta, bağlamasının burgusunu düzelterek akort yapmaktadır. Bir müddet sonra ise birkaç saniyelğine bağlamanın teline vururken görünmektedir. Cahit Berkay’ın asıl rolü operatörün sonraki reklamındadır. Beyliğin askerlerinin sefere çıktığı, ancak düşman kalenin boş olduğu, oradaki herkesin kampanyadan yararlanmak için Turkcell’e geçtiği anlatıldıktan sonra yine ziyafet esnasında ozan ekrana da yansıyan kampanyanın detaylarını duyurur. Reklamın müziği ise 1960’lı-70’li yılların, Türk halk müziği unsurlarından yararlanarak ortaya çıkan müzik akımı Anadolu-pop tarzında “Dinleyiverin Gari” adlı şarkının müziğidir. Reklamın sonunda ozan, bu eserin ezgisiyle “Ayda yirmi liraya/ Turkcellliler arası/ Haftada iki gün bedava/ Siz de geçin gari/ Gari de gari, gari” şeklinde kampanyayı duyurur. Reklam dizisinin Hazır Kart için hazırlanan bölümünde aynı şekilde kampanya ozan tarafından duyurulmuş, Akıllı Kadınlar Kulübü kampanyasında ise sadece ezgiden ve bağlamadan yararlanarak fon müziği oluşturulmuştur.

“Turkcell” 15. yılında (2009), 2005’te Erzurum’da açtığı çağrı merkezinin tanıtıldığı bir reklam filmi hazırlatmıştır. Bu reklamda ürün veya kampanya

tanıtılmayıp marka vurgusu yapılmaktadır. Marka, bir yandan modern ve teknolojik altyapıyla birlikte güleryüzlü hizmet sunduğunu vurgularken, bir yandan da Anadolu’ya yatırım yaparak işsizlik sorununa çözüm ürettiği mesajını aktarmaktadır. Bu mesajın aktarılma görevi de bir çay bardağına yüklenmiştir. Kahvehanede başlayan reklamın metin kısmı, çay bardağının üzerinden Erzurum ağzıyla verilmektedir. Reklamın müziğini Emrah türküsü olarak kaydedilen Erzurum yöresine ait “Tutam Yâr Elinden” adlı türkü ezgisidir. Bağlama açışla başlanıp reklamın sonuna kadar geri planda bu eserin ezgisi çalınmıştır. Bağlama dışında başka bir çalgının kullanılmadığı reklamda görseller, metin ve müzik birbirini tamamlamıştır. Mekânların Erzurum’dan seçilmesi, metnin Erzurum ağzıyla seslendirilmesi, müziğin de yöreyle ön plana çıkan bir eserden yararlanılarak oluşturulması ve mesajın daha kolay iletilmesini sağlamaktadır.

Âşıklık geleneği gibi halk türküleri de reklamcılık sektörünün sık sık başvurduğu kültürel de unsurlardandır. Özellikle izleyici için tanıdık olan eserlerin kullanılması reklamcılara avantaj sağlamaktadır. Eser üzerinde değişiklik yapılsa bile izleyicinin hafızasında olan ezgi veya söz, reklam müziğine eşlik etmektedir. İzleyicinin müzik belleğinde yer alan eserin tekrar karşısına çıkması, onda olumlu tepkilere neden olmaktadır. Bununla birlikte sunulan müzik, görsellerin tamamlanmasına da yardımcı olmaktadır (Gleba, 2006, 2).

Geçmiş yıllarda yayımlanan bazı reklamlarda da Türk halk müziği ezgilerinden farklı şekillerde yararlanıldığı görülmektedir. Ş.Boyraz (2001)’ın tespitlerinden hareketle Mavi Jeans reklamında “Yaylalar”, Selam sucuklarının reklamında “Size Selam Getirmişem”, RinsoMatik deterjanlarının reklamında “Mendilimde Gül Oya”, Sütaş’ın Kaymaklım yoğurt reklamında “Yüksek Yüksek Tepelere Ev Kurmasınlar” türkülerinden söz ve ezgi açısından yararlanılmıştır.

Doğallık miti üzerine oluşturulan “Sütaş-Kaymaklım” reklamında, evde bir masada oturan genç yoğurt kutusunu açıp eline aldığı kaşıkla yoğurdu yemeye başlar. Odanın geri planında solda İstanbul’u çağrıştıran, sağda da akarsu ve çimenlikte otlayan bir ineğin resmedildiği iki tablo vardır. Ses olarak önce büyükşehrin çilesini ifade eden klakson sesleri ve ardından kuş sesleri verilmekte, genç yoğurdu kaşıklamaya başladığında ise bağlamayla “Yüksek Yüksek Tepelere Ev Kurmasınlar” türküsünün ezgisi çalınmaya başlamaktadır. Genç, ardından anne ve babasının onu gurbete yollayışlarını, köyünü, köydeki inekleri hatırlayıp ağlamaya başlamaktadır. Yedikçe duygulanışı artmakta ve özlemine yoğurtla gidermektedir. Reklamın sonunda ise “Hasret çekenlere bire bir, halis muhlis kaymaklı yoğurt, Sütaş-Kaymaklım!” sloganı sözlü olarak verilmektedir.

Reklamın asıl müzik unsurunu Edirne türküsü olarak kaydedilen ve kına geleneği bağlamında yaygın bir şekilde söylenen “Yüksek Yüksek Tepelere Ev Kurmasınlar” türküsünün ezgisi oluşturmaktadır. Metin olarak da türkünün kavuştak bölümü tekrar edilmektedir (Uçan da kuşlara malum olsun/ Ben annemi

özledim/ Hem annemi hem babamı/ Ben köyümü özledim). Yeni ve diğerlerinden farklı bir ürün olarak sunulan bu kaymaklı yoğurdun reklamı, “sıla ile ana baba hasreti üzerine ve söz konusu hasretleri dile getiren halk türküsünün bir parçası üzerine kurulmuştur. Yoğurt, kalitesi dolayısıyla gurbetteki delikanlıya annesinin yaptığı köy yoğurdunu ve yoğurtla birlikte sılasını, anne ve babasını hatırlatmaktadır. Fonda çalan türkü de gencin çektiği hasreti dile getirmektedir. Böylece firmanın ürettiği yoğurt, köy yoğurdunu, köy yoğurdu da hasreti çağrıştırmaktadır. Halk türküsü de bu hasreti estetik formda anlatmaktadır. Başka bir deyişle türkü, reklamda yoğurtla özdeşleştirilmeye çalışılmış ve böylece türkünün yabancı olmaya izleyiciye yoğurt, tanıdık bir yapı içerisinde verilmiştir” (Boyras, 2001, 105).

“Türk Telekom” firması da fiber internet, telefon gibi hizmetleriyle birlikte eğitime desteğinin de tanıtıldığı, Cem Yılmaz’ın Taşkın Taşpınar rolünde oynadığı dizi reklamın bir bölümünde “Yüksek Yüksek Tepelere Ev Kurmasınlar” türküsünden ezgi ve söz olarak yararlanmıştır. Dramatik bir film çekmek için köye giden Taşkın Taşpınar, “Türk Telekom”un hizmetleri sayesinde mutsuz bir insan bulamamaktadır, film çekimi başarısızlıkla sonuçlanmaktadır. Bu reklamın giriş kısmında kahraman ana reklam müziği olarak kullanılan türkünün dizelerinden mırıldanmakta, bazı bölümlerde de şehre giden oğulla annenin vedalaşması gibi dramatik sahne yakalamak üzereyken teypten eserin eski bir kaydını çalmaktadırlar. Bu reklamlar üzülmeye gerek olmadığı, Türk Telekom’un hizmetleri sayesinde insanımız yüzünün güldüğü mesajı verilmektedir.

Gurbet temalı bu türkünün ezgisi “Profilo”nun Anneler Günü için hazırladığı reklamda ise gitar eşliğinde rock tarzda yorumlanmıştır. Türkünün sözleri, gurbette üniversite okuyan öğrencilerin çektikleri sıkıntıları dile getirecek şekilde değiştirilmiştir. “Okuldayken, gurbetteyken, yani annelerimizden uzakta birlikte nelere dayanmadık ki...” cümlesiyle giriş yapılan reklamın görsel akışında öğrenci evlerinde küçük ev aletleriyle ne gibi pratik çözümler üretildiği yer almaktadır. Ütüde sucuk pişiren, kahve yapan, saç düzleştiren; su ısıtıcıyla yumurta kaynatan, tost makinesinde omlet yapan, kestane pişiren, saç düzleştiricisiyle hırkasını ütüleyen, saç kurutma makinesiyle mangal kömürü tutuşturan gençler aracılığıyla tüketici iki açıdan uyarılmaktadır. Görünen boyutuyla “annenizden uzak olsanız da “Profilo” ürünleriyle gündelik ihtiyaçlarınızı karşılayabilirsiniz” mesajı verilirken, örtük bir şekilde de “Anneler Gününde sizi büyütüp okutan anneleriniz için en makul hediye “Profilo”nun dayanıklı ev aletleridir” mesajıdır. Bu kodlamalar yapılırken de “Yüksek Yüksek Tepelere Ev Kurmasınlar” türküsünün sözleri görsellere ve Anneler Günü’nün anlamına göre düzenlenip reklamın ana müziği olarak kullanılmıştır:

Uzak uzak şehirlere ev kurmasınlar,

Aşrı aşrı okulları kazanmasınlar.

Annesinin birtanesini aç koymasınlar,

Annesinin birtanesini çok yormasınlar.

Uçan da kuşlara malum olsun,

Ben annemi özledim.

Hem annemi hem evimi,

Ogünleri özledim.

Özlem ve gurbet duygularının ön plana çıkarıldığı bu türkünün bitimiyle de “Annemiz hep yanımızda olsun, Anneler gününüz kutlu olsun!” slogan cümlesi verilmektedir.

Anneler Günü örneğinde olduğu gibi tüm toplumu ilgilendiren geleneksel günlerde de reklamcılık sektörü, geleneksel kültüre başvurmaktadır. Geçmiş dönemlerde yayınlanan reklamlara bakıldığında özellikle Ramazan aylarında ve dinî bayramlarda halk kültürüyle ilgili unsurların yoğun bir şekilde sunulduğu görülmektedir. Bir halk çalgısı olan davul, Ramazan’ın olmazsa olmaz imgelerindendir. Bir cips markası olan “Pringils” da kukla ve davulcuyla bu imgeyi kullanmaktan kaçınmamıştır. Benzer bir şekilde oyuncu Kenan İmirzalıoğlu da davul çalarak “Pepsi”nin hediye olarak kullanıcılara sunduğu bedava konuşma ve mesajlaşma kampanyasını duyurmaktadır. “Coca Cola” ise Ramazan’ın gelişini, Türk sanat müziği formunda hazırlanan müzik eşliğinde Ramazan’ı çağrıştıran Karagöz-Hacivat, iftar pidesi, geleneksel Türk mutfak yemekleri, sokakta yuvarlanan davullarla onlara doğru koşan davulcular gibi imgelerle kutlamaktadır. Böylelikle halkın zihninde var olan referanslarla birlikte sunulan ürün veya hizmetler, izleyici tarafından kolaylıkla benimseneceği düşünülmektedir (Boyraz, 2001, 97). Bu konuda en fazla dikkat çeken marka “Coca Cola”dır. Türkiye piyasasında ellinci yılını kutlayan, ürüne karşı önyargıları yıkmak, benimsenmek için son geliştirdiği reklam stratejilerinde ambalajların üzerini isim yazmış, bunun devamında da kutuların üzerine markayı Türkçe okunuşuyla da yerleştirmiştir. Küresel ölçekteki bu marka pazar payındaki liderliğini kaybetmemek için bilinçaltı reklam (subliminal) tekniğini²¹ dahi kullanmaktadır. Markanın en çok dikkat çeken yönü ise yerel motifleri dikkatli bir şekilde kullandığı global reklamlardır. “Glokal reklam, günümüzde global markaların belli ülkeler için hazırladıkları ve sadece o ülkeye özgü motiflerin, özelliklerin kullanıldığı ve bu sayede reklamı yapılan ürünün söz konusu pazarlarda konumlandırılmaya çalışıldığı reklamlar” (Elden, 2005, 66) için kullanılan bir kavramdır. Ürünün pazarlandığı ülkenin değerleri, dili, kültürü

²¹ Bkz. Küçükerođan (2011).

yaratıcılık kavramıyla birleşerek reklam ortaya çıkarılmakta, geleneksel müzik unsurları da bu türden reklamlarda etkili bir şekilde kullanılmaktadır.

“Coca Cola” markasının “Doğudan Batıya” şeklinde adlandırılan yine bir Ramazan reklamında, farklı yörelerden halk kültürüyle ilgili öğeler dikkatli bir şekilde yerleştirilmiştir. Reklamda Ağrı, Şanlıurfa, Konya, Zonguldak, İstanbul gibi şehirlerde, gündelik yaşama ait kesitler, Ramazan telaşı, iftar hazırlıkları ve son bölümde de çeşitli yemeklerle birlikte kolayla donatılmış iftar sofralarının görüntüleri akmaktadır. Sesli metnin kullanılmadığı reklamın müziği ise ney ve ritim sazların ağırlıklı olarak kullanıldığı, ayrıca zurna ve curanın da yer aldığı geleneksel Türk çalgılarıyla oluşturulmuştur. Metin olmadan zengin görseller ve hareketli müzikle mesajın aktarılabilceği düşünülmektedir. Bu reklamda Türkiye’de Ramazan’a ait oluşan geleneklere dikkat çekilmiş, hatırlatmalarda bulunulmuştur. Kola da bir şekliyle bu geleneksel uygulamaların içine yerleştirilmeye çalışılmıştır.

Ramazan ayı reklamlarında ön plana çıkan geleneksellik yoğunluğu dinî bayramlarda yaşanmaktadır. Bayram geleneğinde bayramlaşma, bir arada olma, hatırlama, ziyaret etme gibi davranış kalıpları sergilenir. Ziyarete gelenlere şeker ikram edilmesi de yaygınlaşmış, yeni bir gelenek olarak ortaya çıkmıştır. Şekerleme, çikolata vs. üreticileri de bu durum üzerinde mesajlarını kodlamaya çalışmaktadırlar. “Kent” markasının reklamlarında bayramlaşma, yakınları hatırlama vurgusu sıklıkla yapılmaktadır. Görseller ve müzikle duygusal bir havanın oluşturulduğu bu reklamlarda şeker de tamamlayıcı unsur olarak ortaya çıkmaktadır. “Kent” markası bir reklamında Türkiye’nin en yaşlı insanını oynatmış ve sesli metni onun ağzından vermiştir. “Ayrılık” adlı Azerî ezgisi, reklam müziği olarak seçilmiş ve ezgi reklamın tamamında kullanılmıştır. Yayladaki evinde yalnız yaşayan dede, bayram sabahı güneşin doğmasıyla birlikte elindeki bir kâse şekerle evinin önündeki masaya oturur ve konuşmaya başlar. Önce hüznlenen dede, tozlu yoldan gelen konvoyu görünce bir anda mutlu olur. Küçük bir çocuk da dedenin yanına koşarak boynuna sarılır. Reklamın konuşma metni şu şekildedir: “Hepinizden çok yaşadım, hepinizden çok bayram gördüm. Her şey gelir gider, yanında bir tek ailen kalır. Ailen yanıdaysa zaten bayramdır.” Reklamın slogan cümlesi de bu son cümledir. Ezginin de yardımıyla yalnızlık, ayrılık, hüzn temaları kodlandıktan sonra insanların yakın çevrelerini hatırlamaları sağlanmakta, hedef kitle bayram ziyaretlerinde bulunmaları için güdülenmektedir. Kent, bir başka reklamında ise yakın planda dört kâse şekerin yer aldığı, eski bir evde hazırlıklarını yapmış, sık sık pencereden dışarı bakarak çocuklarını bekleyen iki yaşlı insan görülmektedir. Reklamın müziği, Laço Tayfa adlı müzik grubunun düzenlediği, Hüsnü Şenlendirici’nin klarnetle çaldığı Ege yöresinden “Harmandalı” ezgisidir. Taksim tarzı girişle hüznölü bir hava oluşturulmuş, bekleyiş uzadıkça da duygular yoğunlaşmıştır. Bu yoğunluk müzikle de desteklenmektedir. Havanın kararması ve bir yandan yağmurun

yağmasıyla beklenenlerin ertesi gün gelebilecekleri tesellisiyle reklam son bulur. Reklamın sonunda yine yakın çekimle şeker kâseleri eşliğinde “Bu filmin mutlu sonla bitmesi, bu bayram sizin elinizde” slogan cümlesi fonda söylenmektedir. Bir önceki reklamla aynı doğrultuda geleneklerin, ailenin, birlikteliğin vurgulandığı bu reklamda mesajın aktarılması “Harmandalı” zeybeğiyle yapılmıştır.

2013’te yayımlanan “Anadolujet” reklamında “Çok seven çok özler” ve “Uçmayan kalmasın” sloganlarıyla benzer kodlamaları yapılmış, “Harmandalı” ezgisini reklamda ana müzik unsuru olarak kullanmıştır. Bağlama, zurna ve davulun ağırlıklı olarak kullanıldığı reklamda Türkiye’nin her tarafına uçuşlarının olduğu ve bayram vesilesiyle hasreti bitirmek için yakınların ziyaret edilmesi gerektiği vurgulanmış, görsellerde ise bu doğrultuda havalında yakınlarına sarılan insanlar kullanılmıştır.

Finans ve bankacılık sektöründe de hedef kitleye göre reklamlar oluşturulmaktadır. “Garanti Bankası”, “Denizbank”, bir dönem Türkiye’de faaliyet gösterdikten sonra hisse ve isim değiştiren “Dışbank” reklam müziklerinde Türk halk müziği unsurlarına yer vermişlerdir. “Garanti Bankası” reklamında zeybek ezgisine yer vermiştir. “Denizbank”ın çiftçilere dönük kampanyalarını duyurmak için, bu bankanın dizi reklamlarında oynayan Beyazıt Öztürk ile birlikte halk müziği sanatçısı Kubat da rol almıştır. Tarlaya ektiği buğdaydan verim elde edemeyen çiftçi, Bağ-Kur primlerini ödeyemediği için düşüncelidir. O sırada tarlaya gelen Kubat, çiftçiye yanlış sulama yaptığını, yine de dert etmemesi gerektiğini, Denizbank’ın çiftçinin yanında olduğunu dile getirir. Ardından da bağlamasını çalıp “Salın da Gel Meydan Kız Görsün” türküsünden dizeler söyler. Aynı bankanın bir başka reklamında halkın sorunlarının vurgulandığı programlarıyla ünlü Tayfun Talipoğlu da rol alır. Issız adanın kahvehanesine gelen Talipoğlu, çiftçilerin dertlerinin hiç bitmeyeceğini düşünerek onlarla konuşmaya başlar, ancak “Denizbank” ile çalışan çiftçilerin hiçbir sorun yaşamadıklarını öğrenir. Ardından Kubat bağlamasını çalarak halk müziği ezgileri üzerine yazılmış bankanın avantajlarının anlatıldığı metni dile getirir. Dışbank’ın “İdealkart” reklamında ise bir saz evinde geçmektedir. Reklamda Orhan Gencebay kendi kimliğiyle rol almış ve iş yerinden bağlama satın almaktadır.

Reklamlarda halkın tanıdığı isimlere yer verilmesi de tüketiciyle sağlıklı bir iletişim bağlamı oluşturma çabalarının ürünüdür. Tüketim toplumunda tüketici, reklamlarda kullanılan ürün ya da hizmeti kullanarak, “sınıftan çıkacağı”, “yaşamın olumlu anlamda değişeceği”, “bir gruba ait olacağı” ya da “farklı olacağı” yönünde iletiler ile karşılaşır (Dağtaş, 2009, 23). Bu tip iletilerinde kolay aktarılabilmesi için de farklı alanlardan popüler isimler sık sık televizyon reklamlarında izleyicinin karşısına çıkarılır. Bir otomobil markası olan “Dacia” reklamında da Sivasspor teknik direktörü Brezilyalı Roberto Carlos rol almıştır. Brezilya’nın geleneksel ezgilerinin reklam müziği olarak kullanıldığı reklamın

son bölümünde “Sivas’ın Yollarına” türküsünden bir bölüm mizah katılarak sözlü bir şekilde söylenmektedir.

Taramalar sonucunda tespit edilen verilerin, geleneksel müziğin kullanım durumuna göre sektörel sınıflandırması yapıldığında ağırlığın gıda sektörüne ait olduğu görülmektedir. Buradaki temel neden tüketici grubun ülke genelinde, ağırlıklı bir nüfusla yer alması görülmektedir. Aynı zamanda gıda güvenliği konusunda halkın tereddütlerinin giderilmesi için doğallık mitiyle geleneksellik vurgusuna ihtiyaç duyulmasındandır. Gıda ürünlerinde üretimin dikkatli yapıldığı, kimyasal içerik yer almadığı, ürünün doğal, otantik olduğu vs. mesajlar kodlanmaktadır.

İncelenen reklamların müziğinde daha çok ürün ya da hammadde hangi yörede meşhur ise o yörenin geleneksel ezgilerinin kullanılmaktadır. Ancak Avrupa’da yaşayan Türkler için piyasaya sürülen “Günaydın” adlı çay reklamında “Antep’in Hamamları” adlı oyun türküsüne yer verilmiştir. Halk oyunları ekibinin de yer aldığı reklamda türkünün sözleri ürüne uyarlanarak Latif Doğan tarafından seslendirilmiştir. Bunun dışında yöresellik vurgusuyla ön plana çıkan “Doğuş” ve “Karali” çay markalarının reklamlarında kemençe eşliğinde Karadeniz havaları reklam müziği olarak tercih edilmiştir.

Eti’nin “Burçak” adlı bisküvi reklamında Muzaffer Sarısözen’in derlediği Orta Anadolu türküsü olan “Burçak Tarlası”nın ezgisinden yararlanılmıştır. Bir cips markası olan “Lays”ın piyasaya sürdüğü kaşık cipsi reklamında ise sık sık kaşık vurgusu yapılmakta, reklam için hazırlanan müzikte kaşık havası çağrıştırılmaya çalışılmış, mekânla ve mesajla uyum sağlamak amacıyla da kaval, cura, vurmali çalgılar kullanılmıştır.

“Konya Şeker”, Anadolu’ya ait bir kooperatif markası olmasını ve ürünlerinin doğallığını vurgulamak için reklamlarının görsel ve müziklerinde geleneksel öğelere sık sık başvurmaktadır. Firmaya ait reklamlardan birinde köy mekân olarak kullanılmıştır. Köydeki ilkokul çağındaki çocuklar, ellerine geçen alet edevatla çalgı yapmaya çalışmışlar, sonrasında bu çalgılarla bir orkestra kurmuşlardır. Reklamın sonunda “Bu toprağın çocukları imkânsızlıklar içinde imkânsızı başarır” slogan cümlesiyle de şirketin, çiftçilerle el ele verip zor şartlarda hızla büyüyerek Türkiye’de önemli bir şirketi olduğunu duyurur. Benzer bir reklam kargo şirketi olan “MNG” için hazırlanmıştır. Mardin’de teneke ve plastik bidonlarla orkestra kuran çocuklar, tarihî bir sokakta “Mardin Kapısından Atlayamadım” türküsünü çalıp söylemişlerdir. Reklam bu türkü üzerine kurgulanmış, şirketin sosyal sorumluluk bilinciyle hareket ettiği mesajı verilmeye çalışılmıştır.

Bebek maması olan “Bebelac” reklamı farklı bir tarzla oluşturulmuştur. Geleneksel giysiler giydirilmiş bebeklere anneleri mamalarını yedirirken yöreye

uygun ezgiler de reklam müziği olarak kullanılmaktadır. Reklamda “Çayeli, Canım Adanalım, Çökertme, Üsküdar’a Gideriken” türkülerinin ezgilerinden yararlanılmıştır. Özellikle annelerin doğal olmayan ürüne karşı geleneksellik ile ilgileri çekilmeye çalışılmıştır. Geçmişe bağlı kültürlerde, geleneğin yaptırım ve onaylaması yeni fikirlerin tanıtımı için bir araç olmaktadır (Çobanoğlu, 1999, 299). “Türk halkı da geleneğine bağlı olup onu yaşattığı için, yaşattığı o değerler ve kabuller, reklamlarda yeni ürün veya hizmetlerin tanıtılmasında vasıta olarak kullanılmıştır” (Boyras, 2001, 107).

Bir sakız markası olan “Falım”da hem ürünün adında hem de promosyonunda, halk arasında farklı şekilleriyle yaygınlık gösteren fal unsuru kullanılmıştır (Boyras, 2001, 99). Falım sakızlarının üçüncü kuşak reklam filminde, daha öncekilerde olduğu gibi mizahî bir bağlam oluşturulmuş, genç kız, falında çıkan “saf delikanlı”yı beklemektedir. Sosyal statü açısından dengi sayılabilecek genci reddettiği sırada, sahile bir traktör yanaşır. Traktörden şalvar ve şal giyim unsurlarıyla dikkat çeken genç, “Bitlis’te Beş Minare” türküsünü söyleyerek kıza kollarını açar. Geleneksel bellekte var olan bu türküyü sakız özdeşleştirilerek sakızın kolayca hatırlanması sağlanmaya çalışılmıştır (Boyras, 2001, 100).

Bunların dışında marketçilik sektöründen “Tekzen” ve “A-101” reklamlarında da geleneksel ezgilerin üzerine marketin özelliklerinin anlatıldığı sözler yazılarak reklamların ana müzikleri oluşturulmuştur. Ev dekorasyonu ile ilgili çeşitli ürünler satan “Tekzen” reklamında Kayseri yöresinden oyun türküsü olan “Erkilet Güzeli”, markete alışverişe gelen genç çift tarafından karşılıklı söylenmektedir. Reklamın başlamasıyla birlikte müzik başlar ve oyuncular mağazanın dış kapısından içeri girerler. İçeri girdikten sonra türküyü sözleri reklama uyarlanmış bir şekilde söylemeye başlarlar. Reklamdaki dikkat çekici nokta alışverişe gelen bu çiftin genç olmaları ve yanlarında çocuk olmamasıdır. Dolayısıyla hedef kitle de bu yönde belirlenmektedir. Düğün aşamasında olan, çeyiz hazırlayan, ev düzen kimseler için ne lazımsa bu mağazada yer aldığı, önce buraya gelmek gerektiği mesajı verilmektedir.

“A-101” reklamında ise tüketiciler için en önemli alışveriş kuralı olan kalite ve ucuzluk kodlaması yapılmaktadır. Bu yapılırken başka reklamlarda olduğu gibi bunda da tanınmış yüzler rol almaktadır. Altan Erkekli’nin müşteri, Ankaralı Turgut’un da market çalışanı olarak karşımıza çıktığı reklamda Ankara yöresi oyun havalarından esinlenerek ve ritim çalgılarıyla birlikte elektro bağlama kullanılarak reklam müziği oluşturulmuştur. Metin kısmında ise müşterinin şaşkınlıkla ürünlerin neden ucuz olduğunu sorması ve bu soruya personelin mizahî bir tavır takınıp alttan gelen ezgiyle birlikte cevap vermesi oluşturmaktadır.

Bahsedilen sektörler dışında siyasi partiler de seçim kampanyalarında dönemim popüler müziklerinin yanında özgün çalışmalara da yer vermektedirler. Geçtiğimiz yıllarda “AKP”nin hazırlattığı “Biz Hepimiz Türkiyeyiz” adlı reklam filminin görsellerinde yöresel giyim-kuşam unsurlarıyla birlikte Türk müziğine ait enstrümanlar yer almıştır. Görüntüde yer bulan bağlama, zurna müzikte yer almamış, ağırlıklı olarak davul, klarnet, kanun ve udla reklam müziği oluşturulmuştur. “CHP”nin ise 2014 mahalli seçimlerinde İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı adayı için hazırlattığı reklamın cıngılını geleneksel müzik enstrümanlarının da kullanıldığı özgün bir beste oluşturmaktadır. Bu seçim kampanyalarında da temel amaç sağlıklı bir iletişim için halka yakın olmak, halk kültürünün unsurlarıyla halka seslenmektir.

SONUÇ

Yukarıda çözümlenen veriler “Televizyon reklamlarında neden geleneksel müzik unsurları kullanılıyor?” sorusuna cevap verecek niteliktedir. Öncelikle reklamcılığın temel niteliği olan yaratıcılıkta konuyu daha açık bir şekilde gözler önüne serebilmek amacıyla görsellik, müzik ve metin birlikteliğinin uyumlu olması için geleneğe başvurulmaktadır. Bu durum tezat gibi görülebilir, ancak dikkat çeken yapıtların bir yönüyle geleneğe dayandığı göz ardı edilmemelidir. Ayrıca reklamın amacına ulaşabilmesi için televizyon bağlamında mesajın alıcıya, yani hedef kitleye anlaşılır bir şekilde ulaşması gerekmektedir. Hedef kitlenin dikkatini çekmek, olumsuz algılarını değiştirip olumlu bir iz bırakabilmek, hatırlanabilmek ve dolayısıyla ürünün veya hizmetin hedef kitle tarafından tüketilmesini sağlayabilmek için o grubun, genel olarak kültüründen, dilinden, yaşayış şekillerinden, müziğinden yararlanılmaktadır. Dolayısıyla ürünü sunanlarla halk arasındaki engeller ortadan kaldırılarak ayniyet duygusu oluşturulmaya çalışılmaktadır.

Bu doğrultuda Türk halk müziği kapsamında ezgi, söz, çalgılardan farklı şekillerde yararlanılmıştır. Ramazan ayı reklamlarının bir bölümünde ve siyasi parti reklamında olduğu gibi bazı reklamlarda geleneksel öğelerle birlikte enstrüman görüntüleri tamamlayıcı rol üstlenmiş, reklam müziği yine popüler müzikten oluşmuştur. “Dacia” örneğinde ise yabancı ezgilerin ağırlıklı kullanıldığı reklamda türkü sözleri reklam metnini tamamlayan unsur olarak kullanılmıştır. Bazı reklamlarda ise geleneksel ezgi, söz ve enstrümanın reklam müziğinin tamamında yer aldığı görülür.

Reklam müziği, ana reklam müziği, fon müzik ve cıngıl unsurlarından oluşmaktadır. Bu çalışmada incelenen reklamların çoğunda Türk halk müziği unsuru ana reklam müziği, bir bölümünde metinle verilen hüzünlü anları pekiştirmek için fon müziği biçiminde yer bulmuştur.

Folklorun uluslararası siyasete yön vermede kullanımı, küreselleşen dünyada etkilenen-pasif konumda olmayan, bilakis ekonomik açıdan gelişmiş olmaları nedeniyle etkileyen-aktif konumda olan gelişmiş ülkelerin politik gündeminde her zaman için önemli yer teşkil etmiştir. Bu durum folklor çalışmalarının siyasi fayda sağlama yönünü ortaya koyarken halk müziğinin reklam filmlerinde çokça tercih edilmesi folklor çalışmalarının farklı bir yönünü gözler önüne serer. Toplum zihninde yer alan “geleneksel” olanın güvenilirliği, sağlamlığı ve aidiyeti uzman kişilerce çözümlenir ve ürün pazarlamasında kullanılır.

Postmodern çağ olarak adlandırılan içinde bulunduğumuz dönem, modernizme karşı ortaya çıkmış olsa da, modernizmde olduğu gibi kapitalizmle ve kapitalizmin en önemli silahı kültür endüstrileriyle barışık, daha sıkı bir ilişki içerisinde. Dolayısıyla televizyon ekranlarında doğal, otantik, geleneksel gibi ifadeler duyulmaya devam edecek, yerel motifler geniş kitlelere ürün hâlinde sunulacaktır. Türk halk müziği unsurlarının da bundan sonra hazırlanacak televizyon reklamlarında artarak kullanılacağı öngörülebilir. Bunun olumlu tarafı kültürel öğelerin görünürlüğü, tanınırlığı olmakla birlikte tehlikeli tarafı ise hızlı tüketim ve bozulma olarak düşünülebilir. Bu hassas noktada görev, reklam müziği yapımcılarına düşmektedir. Belli bir anlayışın yerleşmesi için de müzik eğitimiyle birlikte kültür bilimi kapsamındaki konuların da müzik eğitimi veren kurumlarda tartışılması, değerlendirilmesi ve disiplinlerarası çalışmalara zemin hazırlanması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

ARAPGİRLİOĞLU, Hasan ve Serkan Çakır (2013). “Reklam Müziklerinin Marka Farkındalığı Yaratma Açısından Yapısal Olarak İncelenmesi”. Akademik Bakış Dergisi, S.36 (www.akademikbakis.org)

BATI, Uğur (2010). “Hedef Kitle Davranışını Etkileyen Bir Unsur Olarak Reklamlarda Müzik Kullanımı Konusundaki Yazının İncelenmesi”. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi. C.7, S.2, ss: 778-808.

BOYRAZ, Şeref (2001). “Halk Kültürü Unsurlarının Televizyon Reklamlarında Kullanılması”. Milli Folklor, S.49, ss:93-108.

CLARK, Eddie vd. (1994). Attention, Attitude and Affect in Response to Advertising. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

CONNELL, John ve Chris Gibson (2003). Sound Tracks: Popular Music, Identity and Place. London: Routledge Publishing.

ÇERÇİ, Fatih (2009). “Çocukların Reklamları Anlama ve Algılama Düzeyleri ile Demografik Değişkenler Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Mersin İlinde Bir Araştırma”. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

ÇOBANOĞLU, Özkul (1999). Halkbilimi Kuramları ve Araştırma Yöntemleri Tarihine Giriş. Ankara: Akçağ Yayınları.

DAĞTAŞ, Banu (2009). Reklam, Kültür, Toplum. İstanbul: Ütopya Yayınevi.

DUNBAR, D. S. (1990). “Music and Advertising”, International Journal of Advertising, 9-3, pp: 197-203.

ELDEN, Müge (2005). “Glokal Reklam Kampanyalarında Yaratıcılığın Önemi”. Bilig, S.32, ss: 65-82.

FISKE, Jhon (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş. (Çev. Süleyman İrvan), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

GLEBA, Shelby (2006). “You’ve Got Personality: Effects of Music in Television Advertisement on Perceptions of Product Image”. California State University, Unpublished Master Thesis.

GÜNAY, Umay (1996). “Folklor, Reklam ve Tarhana”. Milli Folklor, Güz-Kış 31-32, ss: 3-12.

HURON, David (1989). “Music in Advertising: An Analytic Paradigm”. The Musical Quarterly, ss:557-574.

KELLARIS, James vd. (1993). The Effect of Background Music on Ad Processing: A Contingency Explanation. Journal of Marketing. Vol. 57, No.4, pp. 114-125.

KUBACKI, Krzysztof ve Robin Croft (2010). “Mass Marketing, Music and Morality”. Journal of Marketing Management. 20:5, pp. 577-590.

KÜÇÜKERDOĞAN, Rengin (2011). Reklam Nasıl Çözömlenir?-Reklam İletişiminde Göstergeler ve Stratejiler. İstanbul: Beta Yayıncılık.

ONG, Walter J. (2003). Sözlü ve Yazılı Kültür- Sözüñ Teknolojileşmesi. İstanbul: Metis Yayınları.

ÖZDEMİR, Nebi (2008). Medya, Kültür ve Edebiyat. Ankara: Geleneksel Yayıncılık.

ÖZEREN, Alp (2004). “Reklam Müziğine Dair”. Müzik ve Bilim, Uluslararası Hakemli Bilimsel Müzik Dergisi. S.2.

ÖZULU, İ. Sami (1994). “Reklamcılık ve Reklam Müziklerinin Radyo-Televizyondaki Yeri”. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.

TAYFUR, Gıyasettin (2008). Reklamcılık. Ankara: Nobel Yayıncılık.

UĞUR, İmran (2011). “Televizyon Reklamlarında Müzik ve Reklam İlişkisi”. Erciyes İletişim Dergisi “akademia”. C.2, S.1, ss. 2-18.

www.tdk.gov.tr

**MÜZİK YAPAN İNSANLARIN YAŞANTISINI ANLAMA ARACI
OLARAK FİLMLER: İKİ FİLM ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN TOPLUMA
UYUM**

**(FILMS AS A MEDIUM TO UNDERSTAND THE LIVES OF MUSIC
MAKING PEOPLE)**

T. Emre YILDIRIM*, Aslıhan ERUZUN ÖZEL*

ÖZET

Hem bilimsel hem de sanatsal çalışmalar günümüzde her ne kadar büyük ölçüde akademik kurumların ve endüstrinin tekelinde gözüke de tüm tarih boyunca bu böyle olmamıştır. Bilim de sanat da insan doğasının bir ürünü olarak folklorun ve kişilerin dünyasında bağımsızca ve serbestçe varlığını sürdürmüştür. Sanatlardan müzik de böylesi bir özgürlüğün bağımsızlığın ve insan evladının gem vurulamayan doğasının ifadesi olmuştur bütün zamanlar için.

Müzik yapan insanların yaşantısını anlamak böylesi bir ihtiyacın ne olduğu ve anlama geldiğini anlamak açısından *her şeyi içeren* bir çalışma olmasa da bahsettiğimiz konuya genel hatlarıyla işaret eden bir çalışmadır. Konuyutartışma eksenini olarak iki film örnek verilir. Bu filmlerle incelenen şudur: Müziğin bilinçaltını ortaya çıkarması ve kurallar olmaksızın doğaçlaması yapılan müziğin, kişinin karakter ve kişiliğinin ifadesi olduğu. Bu ifade bir rehber gibidir ve en temelde söz konusu filmlerdeki yaşantılarda tıpkı bir hayat simülasyonu gibi uygulanıyor. Gösterilen yaşantılar, tıpkı bir formülün problemlere uyarlanması gibi, birer sinema eseri olarak önümüze geliyor. Böylelikle müzik yapan yaşantılarıçözümlemek için Freudien ve Jungien metot doğrultusunda ve teröpatik olarak bakıp inceleyebiliyoruz.

Çalışmada inceleme yöntemi olarak psikanalitik metot kullanılmıştır. Değerlendirme kısımlarında ise müzik terapi açısından incelemeler yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sinema, Müzik Terapi, Sinema ve Psikoloji, Psikoloji ve Müzik, Kimlik Gelişimi, Eğitim ve Müzik.

* Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İletişim Tasarımı Bölümü / Müzik ve Sahne Sanatları Bölümü, Davutpaşa Yerleşkesi 34220 Esenler/İst., emeyil@yildiz.edu.tr , aslozel73@yahoo.com

ABSTRACT

Today in many places and in many circumstances it seems that both scientific studies and artistic studies are monopolized by scientific institutions. However that was not the case in most of the history. Both science and art are the products of the human nature. There exist in peoples' lives by means of folklore and personal activities. Among arts music articulates the free nature and creative potential of the human nature to discover new things. Understanding the lives of music making/producing people is crucial to know what gives the drive for such a need. This study does not present every aspect of the matter but gives a thorough out line of basic issues such as *education* and *self-understanding* by means of music. The argument is developed by means of studying two films on music and music making. This is what we focus on when we look at these films: the ability of the music to arouse unconscious material of individuals. By means of that it gives a snapshot of personality. The films shown are taken as life simulations and in order to analyze them Freudian and Jungian methodology is applied. In such a method music is taken as a lifelong therapy of response to a complex the hero/heroine faces in the film. Then, the historical and sociological observations and aspects are evaluated in after parts.

Key words: Cinema, Music Therapy, Cinema and Psychology, Psychology and Music, Identity Development, Education and Music

GİRİŞ

Sanatsal çalışmaların ve sanatsal çalışmalar içinde de elbette ki müziğin insan yaşantısına bir hayat hedefi vermesi ve hayatı anlamlı bir hale getirmesi söz konusudur. Bu yüzden tedavi veya bir eğitim aracı olarak müzik uzun zamandır farklı coğrafya ve kültürlerde kullanılmaktadır. Günümüzde bu gerçeklik sadece bilimsel araştırma kitaplarıyla veya makalelerle değil, sıklıkla popüler kültür ve popülist kitle için hazırlanmış popüler medya ile de beyan edilmektedir.

Bahsi geçen bilginin günümüz toplumuna popüler mecra ile nasıl aktarıldığı bu çalışmanın konusudur. Konuyu açmak için, anlatım dinamiğinin kişilerin yaptığı müzik üretiminden alındığı iki film örneği seçilmiştir *Koro* (Les Choristes 2005) ve *Kan Emici* (Suck 2009) filmleri.

Her iki film de toplumda kaybolmuş bireyler için varoluş anlamı icat etme aracı olarak müziği öne çıkaran eserlerdir. Birisi bir dökü-drama tarzındayken diğeri ise tamamen fantastik bir anlatımdan yola çıkar. İncelenen yapıtlardan ilki fertlerin kriminaleğilimlerden kurtarılacak müzik aracılığıyla toplumsal uyumlamayı nasıl gerçekleştirdiklerini açıklamaktadır. Diğeri ise yine müzik

aracılığıyla bilinç düzeyi artan kişilerin bu defa toplum kurallarına uyum değil tam tersine bu kurallardan kopuş sürecini anlatmaktadır.

Her iki örnekte de toplumsal çapta gerçekleşen bir müzik terapisinin popülist eserler aracılığıyla anlatılmış olması dikkat çekmektedir.

Söz konusu filmler bir açıdan bakıldığında vakit geçirmek için sıradan seyirlik olarak görülebileceği gibi bir açıdan bakıldığında da insan ve toplu uyumlaması için birer örnek olarak da görülebilir. İlk ifadedeki değerlendirme bize sadece iyi vakit geçirmemizi sağlarken ikincisi bize bir anda çok farklı anlamları çözme şansı veriyor. Sıradan insanın çevresindeki evrene uyum sağlama çabası mit ihtiyacını ve mit üretimini doğuran temel sebeptir diye ifade eder Carl Gustav Jung ve kurmuş olduğu Analitik Psikoloji ekolünün takipçileri. Mitler kendilerini daima mitojenik döngü içerisinde yeniden ve yeniden üretirler ve bunu yaparken de kendilerini arketip adı verilen ilksel örneklerle ortaya koyarlar. Hepimiz için büyük talihlilik ki bu süreç pek çok defa Sigmund Freud’un da işaret ettiği gibi sanatsal üretimlerle kendini gösterir. Freud, bir yüzyıl öncesinden bize dönerek doğrudan hitap eder ve *“Size şunu kesinlikle söyleyeyim ki, mitoloji ve masal dünyası (ve bunların içinde olan sanat ve sinema eserleri) ancak ve ancak çocuk cinselliğini bilmekle (psikanalitik olarak psikoseksüel gelişim basamaklarının incelenmesi ile) anlaşılabilir. Bu bize psikanalitik araştırmaların sağladığı bir yan kazançtır”* der (Freud, 1974, 39). İşte bu sayede bahsettiğimiz filmler sadece sıradan seyirlik ve vakit geçirme aracı olmanın ötesinde ruh dünyamızın yansıtıcısı hatta projektörü olma görevini de üstlenirler.

YENİ DÖNEMLER VE YENİ MITOLOJİ ANLATIM MEDYASI

Psikanalitik ekoldeki prensiplerden birisi de insan evladının modelleyerek öğrendiğidir. Bu ise en temelde Joseph Campbell’in ifadesiyle aile romansı ile başlar, *anne babalık* Âdem ve ilk Havva modelidir. Zaten bu yüzden ruh dünyamızda bir arıza olduğunda kendimizi analistin koltuğunda çocukluğumuzdan bahsederken buluruz. İlk model *anne babadır* ancak tek model kesinlikle değildir.

“Tarihte yeni bir dönem başladığında, çoğu zaman, o dönemle ilgili bir mit de ortaya çıkar. Mit, o dönem içinde olacakların bir ön habercisi gibidir ve çağın psikolojik öğeleriyle uyum sağlayabilmek için (gerekli) bilgece öğütler içerir” (Saydam, 1997, 9). Bu makro planda olduğu gibi mikro planda, kişilerin küçük tarihçeleri içinde geçerlidir. Toplum ve kültür, küçüklük, gençlik, yaşlılık, okul çağı, evlilik çağı, iş hayatı, emeklilik zamanı gibi her yaşam dönemi için bir modeller ansiklopedisi üretmiştir adeta. Biz bunları halk hikâyeleri, masallar veya mitler formunda görürüz. Bazen tek tek fertlere bazen toptan milletlere hitap ederler. Her mit bir gereklilik üzerine çıkar ve her defasında kendini içinde bulunduğu çağa göre yeniler. “Filmlerin kurmaca anlatılar haline gelmesi binlerce

yıllık sürecin devamı, mitler fanteziler, düşler ve ütopyalar yaratma gereksiniminin sonucudur. Sinema (ise) bu gereksinimi 20. yüzyıla yakışır bir şekilde karşılamış(tır)”(Kirel,Nilgün, 1997, 176).

Masal ve mitlerin insan hayatında en çok değindiği anlatılardan birisi de “varoluş” mitleridir. Bir başarı veya kendini gerçekleştirmenin destansı, fantastik hikâyesini anlatan öykülerdir bunlar.Bu bakımdan modern anlatım şekliyle “Popüler kültür, durmadan yeni tanrıların, yarı tanrıların, daimonia’ların, cinlerin, melek ve şeytanların üretildiği bir Olimpos Dağı fabrikası gibi bir şey olmalı” (Atayman, 2004, 53). Bunun bir nedeni de endüstriyalizmin getirdiği kitle üretimidir. “Endüstri devrimini takip eden süreçte makineleşmenin getirdiği kolaylıklar ve sosyo-kültürel değişim dönemin sanatçıları eser üretiminde kullanılan malzeme ve verilen mesaj bağlamında önemli ölçüde etkilemiştir” (Dolunay, Boyraz, 2013, 109). Artık kahramanlar da, mitler de, tanrılar da fabrikasyon olarak tezgâhtan çıkmaktadır bu dönemde. Ancak her ne kadar kulağa garip gelse de bu o kadar da kötü bir şey değildir çünkü bir o kadar çok da mit ihtiyacı vardır. Zorlanan ve modern hayat karşısında tekrar ve tekrar kırılan insanı ayağa kaldıracak basit yüzeysel ve hemen anlaşılacak hazır yemek menüsü gibi hızlı tüketilebilecek ve ders çıkartılabilecek, hamburger cinsi bir çok mite ve hikâyeye ihtiyaç vardır. Sinema bize bunun için en pratik ve vurucu araçlardan birisini verir.

Varoluş mitlerinin kullandığı varolma araçları vardır. Tüm zamanlarda sanat insan evladına medeniyet yolunda en temel var olma yoldaş ve rehberlerinden birisi olmuştur ve elbette sanat içinde de müzik. Müziğin günümüzde nasıl ve ne tür var oluşlara rehberlik ettiğine dair iki modelleme örneği inlemek istiyoruz bu çalışmamızda. Her iki anlatı da araç olarak (medya olarak) sinema filmlerini kullanmıştır ortak nokta olarak.

TERÖPETİK BİR UYUMLAMA OLARAK MÜZİK KULLANIMI:KORO FİLMİ (LES CHORISTES 2005) ÖRNEĞİ

Kolektif bilinçdışı, Jung’un psikoloji ve folklor eklediği bir kavramdır. Kolektif bilinçdışında Freud’un bireysel psişik yapısına karşılık psikenin daha derin katmanlarında toplu olarak paylaşılan insanlığın ortak kültürel mirası olan bir duygulanım bir uyumlama söz konusudur. Yine teoriye göre buuyumlama ve bilgiler kendini arketiplerle gösterir ve genetik bilgi gibi nesilden nesle taşınır. Kolektif bilinçdışının göstergesi olan simgeler (arketipler) çağlar boyu ufak uyarlamalarla her toplumda aynı anlatılır, aynı anlama gelir. Örneğin toprağın dışı olması ve kadınla sembolize edilmesi; (baş) tanrı daima gökte olması; karanlığın kötü olması gibi semboller hemen her toplulukta tarih, kültür, millet ve coğrafyalar ötesi bir şekilde aynıdır. Bu semboller özellikle folklorik ürünlerde kendini net olarak gösterir. Bu paylaşım ortak olan bilinçdışımızdan (kolektif bilinçdışından) kaynaklanmaktadır. Özellikle “folklor” kelimesi ile Jung ve

takipçileri kültüre vurgu yaparlar. Söz konusu arketipik göstergeler içinde kutsal farz edilen semboller, görüntüler, anlatılar olabildiği gibi sesler ve ritimlere de sıklıkla rastlanılır.

Kolektif bilinçdışı; Jung'un ifade ettiği şekliyle bir kavrayış şeklidir ve kültürün elinde birey-toplum uyumlama sürecini sanatsal faaliyetler üzerinden gerçekleştirmeyi başarmıştır. Bunun için libidonun transferansı gibi insanın vahşi doğasında olan bazı mistik süreçleri medeniyetin yararına kullanarak çeşitli işler görür. Libidonun transferansı(libidonun dönüşümü), salt dürtüye odaklanan libidonun medeniyetin ve kültürün faydasına yönelik olarak kullanılması sürecidir. Jung'a göre libidonun simgeler aracılığıyla avcılık, hasat, üretim, savaş vb. gibi toplum için önemli fiillerde eyleme geçmeye yönlenecek şekilde bir dönüşüm/transfer sürecinden geçmesi ve dönüşmesi uygarlığın var oluşundan beri gerçekleşmektedir. Bu gerçekleşme mevcut zaman ve kültüre göre tekrar tekrar şekillenmekte ancak varlığını daima korumaktadır (Fordham, 1996).

Koro filminin konusunu şu şekilde ifade edebiliriz: Fransa'da bir müzik öğretmeni yatılı erkek öğrencilerden oluşan "Suyun Dibi" adı verilen okulda tamamen kimsesiz ve bazısı kriminal geçmişe sahip fakir öğrencileremümessil olarak tayin olur. Okulun müdürü öğrencilere karşı oldukça sert davranmakta ve hücre cezası ve dayak gibi acımasız cezalar vererek disiplini sağlamaya çalışmaktadır. Bu gibi cezaların bir sonuç vermeyeceğini düşünen müzik öğretmenin aklına gelen en iyi çözüm, müzik sayesinde öğrencilere ulaşarak onlara farklı bir dünyanın kapılarını aralayabilmek olur²².

Genel ifadesiyle klasik koro çalışması tıpkı akordu yapılan bir enstrüman gibi bir grup insanın akort olması birbirine uyumlanması sürecini barındırır. *Koro* filmi bu sürecin birleştirici ve aynı zamanda tedavi edici etkisini yatılı okul dekoru içinde izleyiciye sunuyor. Okulda bir korunun kurulmasından önce her birisi kendisini yaptığı haylazlıklarla ifade eden küçük çocuklar bu defa varolma enerjilerini kurulan koro içindeki görevlerine (participation) yönlendiriyorlar. Böylelikle, yapılan müziğin bir yan ürünü olarak, koro içinde başlayan, tavırlarına ve giyimlerine uzanıp oradan da sınıf içi ders başarılarına kadar giden bir toplumsal uyumlama süreci de başlamış oluyor.

TERÖPETİK BİR UYUMLAMA OLARAK MÜZİĞİN KULLANIMI HAKKINDA

Koro filminde öğrenciler üzerinde bahsettiğimiz olumlu değişimin sadece bir film dramatizasyonu mu yoksa gerçeğin bir temsili mi olduğunu ancak müzik terapi ve eğitimde müziğin kullanımıyla ilgili tarihsel gelişim ve uygulama alanlarına bakarak ifade edebiliriz.

²²WikipediaTheFree Encyclopedia: [http://en.wikipedia.org/wiki/The_Chorus_\(2004_film\)](http://en.wikipedia.org/wiki/The_Chorus_(2004_film))

Tarihsel gelişimi bu gün uyguladığımız anlamdaki MEB müfredatına en yakın uygulamalardan gözlemeye başlayacağız. Bu bağlamda 1920’lerde Amerika’da müzikle tedaviyi ilk olarak uygulayan Dr. Willer Van de Wall, hastane ve hapishanelerde müziğin insan ruhu üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Buna göre, müziğin insan ruhundaki yatıştırıcı etkisinin inkâr edilemeyeceği görüşünü savunmuştur. II. Dünya Savaşı sırasında hastanelerde hem fiziksel, hem duygusal travma yaşayan hastalara müzik terapi uygulanmaya başlanmasıyla, müzik ile tedavi yöntemleri üzerine araştırmalar artmış ve giderek müzik terapi sistematik olarak uygulanan bir disiplin haline gelmiştir. Dünya Müzik Terapisi Federasyonu müzik terapiyi tanımlarken, ses – ritim – melodi ve armoniden oluşan müzikal unsurların planlı bir süreçte kullanılmasıyla, kişilerde iletişim, diyalog, öğrenim, mobilizasyon, ifade, organizasyon ve bunlarla ilişkili diğer terapötik amaçların gerçekleştirilebildiğini vurgular(Aydın, 1).

Eğitimde kullanılan müzik terapi yaklaşımları, psikoterapötik yaklaşımlar ve medikal yaklaşımlar olmak üzere müzik terapide üç ana kolda gelişme kaydedilmiştir. *“Müzik eğitiminde Orff, Dalcroze ve Kodaly yaklaşımları kullanılırken, Nörolojik, Biomedikal ve Sağaltıcı yaklaşımlar medikal grupta değerlendirilmektedir”* (Aydın, 2).

Bonny Modeli: Yönlendirilmiş imgelem ve müzik (Guided Imagery and Music - GIM). Helen Bonny tarafından geliştirilmiştir. 1970’lerde ABD’de kanser hastaları ve alkol bağımlılarına uygulanan psikoterapötik tedavilerde müzik merkezlik esastır. Müzik aracılığı ile ortaya çıkan imajların metafor olarak kabul edilen ve kişiliğin yeniden yapılandırılmasına yönelik çalışmalardan oluşan bir bilinç araştırması modelidir.

Davranışçı Müzik Terapi (Behavioral Music Therapy): Uyumlu davranışları oluşturmak ya da arttırmak ve uyumsuz davranışları ortadan kaldırmak amacıyla uygulanan bir müzik terapi yaklaşımıdır (Bruscia, 1998). Uygun yanıtlar veren danışan, tercih ettiği müziği dinlemekle ya da müzik dersleri ile ödüllendirilir. *“Şarkı söyleme, müzik dinleme ve müzik yapma belirli bir davranışı değiştirmeye yönelik uyarılar ve/veya ödüller olarak kullanılır”* (Korkmaz, 2012, 7).

Disiplin ve düzen sadece fizik dünyada başlayıp biten bir oluş değildir. İçsel dinamikleri vardır. Sigmund Freud insan ruh dünyasını modellerken onu suyun içinde yüzen bir buz dağına benzetir ve yaklaşık yüzde seksenini suyun altında gösterir. Suyun altında olan kesim ruh dünyamızın bilinçdışında olan kesimidir. Hem Freud, hem de Jung’a göre bilinçdışı bilinç dünyasının da motorudur. Bilinçdışı bizim yönlendiricimizdir. Yine hem Freud hem Jung tarafından ifade edilir ki her türlü sanatsal edimin de merkezdir burası. Öyleyse hem müziğin hem de disiplinin aynı iç dinamiğinden kaynaklanması gerçekten de

mantıklıdır ve aynı zamanda da tüm eğitimciler için de daima hatırlanması gereken bir gerçekliktir.

BİR VAROLUŞ OLARAK MÜZİK:KAN EMİCİ (SUCK-2009) FİLMİ VE MÜZİĞİN TERS KİMLİK GELİŞTİRME ARACI HALİ

Ters kimlik özellikle ergen davranışını açıklarken sıkça kullanılan bir kavramdır. Çevre tarafından kabul görmeyen kişilerin ilgi çekmek veya kendilerini gerçekleştirmek için başvurdukları istenilen veya onaylanan davranışın tam tersi bir davranış ve hal içinde olma durumudur. Ergen psikolojisinde neredeyse belirleyici etkindir, aile veya içinde yetiştiği çevreden ayrılarak birey olmak isteyen genç bunun en kolay yolu olarak denilenin ve istenilenin ne olduğunu iyice anlar ve özellikle bunun tam tersini yapar. Çevreden gelen tepkinin büyüklüğü ve otoritenin içine düştüğü şaşkınlık karşısında da kendini önemsenmiş toplum içinde yerini almış hisseder.

Bu durum sadece genç inanlar için geçerli değil kurallar ve sistem tarafından yutulma tehdidiyle karşılaşan her ego için geçerlidir. Ego²³ bir şekilde nizami olmanın dışına çıkarak kendini gerçekleştirme eylemini yapmak zorundadır aksi takdirde sistem tarafından yutulma ve sindirilme tehdidiyle karşı karşıyadır. Böylesi bir hal her ne kadar dışarıdan hastalıklı görünse de daha korkunç bir sonucu engellemek içindir: egonun tamamen çöküşü ve bir psikoz veya cinnet haline giriş. İşte bu gibi durumlarda moda dünyasının partial kot panolarından, deri ceket, dikenli eldivenlerinden, çılgın ruj, tırnak boyalarına, saç stillerine kadar uzanan veya döküntü bir Tofaş otomobili aynalarla, stop lambalarıyla donatmaya kadar giden veya evin içini pembe topuklu ayakkabılarla doldurmaya veya yeşil tüylü halılarla tavana kadar dekore etmeye giden bir yolun üzerinde elbette müzisyenlik de vardır.

Kan Emici (Suck) filmi bir RockandRoll vampir komedi filmidir. Filmde aktörlerin yanı sıra pek çok ünlü Rock yıldızı ve şarkı yazarı da rol almıştır. Winners adlı bir pek de başarılı olmayan küçük bir Rock grubu turne sırasında bas gitaristini bir vampir ısırır. Bas gitarist birden sıradışı bir müzik yapmaya başlar. Grup tam başarı yolunda umutlarını yitirip dağılarak sıradan işlerde memur olarak çalışıp aile çoluk çocuk kurmaktan bahseder haldeyken birden yeniden şöhret olma umudur kapıda belirmiştir. Turne boyunca grup kurucusu ve vokalist Joey’in bütün itirazlarına karşın bütün üyeler teker teker vampirliği kucaklar ve harika müzisyenler oluverirler. Nihayet vokalist de bu çağrıya uyar. Ancak nihayetinde bir şekilde vampirliği bırakıp tekrar insan olmaya karar verir ve bunu başarırlar. Ardından da grup dağılır ve müzik yapmaya son verirler. Filmin sonunda vokalist ve bas gitaristi sıkıcı burjuva hayatı içinde

²³ Ego, ruhsal aygıtın benliği ve gerçekliği temsil eden parçasıdır. Kişinin kendine ait kimlik algısı büyük ölçüde bu kısım ile temsil edilir.

annelerini ziyarette görürüz. Ziyaret dönüşünde ise yollarını tekrar kadim bir kara vampir keser ve yeniden vampir olup müzik dünyasına dönmek isteyip istemediklerini sorar. Cevap “evettir!”

Kan Emici filminde müzik ve varoluş bağlamında bize verilen ders apaçık bir şekilde vampir sembolü üzerinden bir kıyaslamadır. Vampir popüler kültür ifadesiyle ölü olan ancak dirilerin dünyasında yaşantısına devam edendir. Çoğu defa da yüzlerce yıllık uzun yaşam karşısında akli dengesini yitirmenin eşliğine gelmekten dolayı ya vahşileşmiş şiddet müptelası olmuş ya da hastalıklı bir romantizm içinde melankolik bir aşk, psikotik bir sevgi arayışı içerisinde resmedilir. Hâlbuki bu defa *Kan Emici* filminde iki resim yan yana getirilir: vampir ve müzisyen yaşantısıyla insan ve iyi aile çocuğu yaşantısı. Kelimenin tam anlamıyla “geberik” olan ikincisidir. Suskun, sıkıcı, kararsız, kendinden emin olmayan, harekete geçmek için büyüklerinin talimatını bekleyen iyi aile çocuklarıdır görüntüdeki çift. Aynen şarkının dediği gibi: *Desene ki güzelim sen hiç yaşamamışsın*, diye söyletiyor izleyicilerin zihnine. Öyle ki, en son sahnede kara vampir rolündeki Rock yıldızı Alice Cooper’ı çiftin yollarını keserken gördüğünde seyircinin de o lanetli varoluşu toplum tarafından onaylanmış ancak ölü varoluşa karşı bir çırpıda tercih ettiğini düşündürüyor.

KİŞİLİK VE GELİŞİMDE MÜZİĞİN ETKİSİ

Kişiliğin gelişmesinin özünde bulunan “kendini tanımaya ve anlamaya çalışma” olarak ifade edilen benlik kavramı, bireyin yaşamsal mutluluğunun temelini oluşturmaktadır (Topses, 1992, 154). Kişinin kendini tanıyarak hayatı boyunca mutlu ve dengeli bir birey olarak yaşayabilmesi için, objektif değerlendirmeler yapabilmelidir. Birey, kişisel özgüvenini arttırmak ve mutlu olabilmek için, doğrularını ve yanlışlarını tanımlayabilmeli, kendi sınırlılıklarının ve yapabileceklerinin farkına varmalı, çevre ile sağlıklı ilişkiler kurabilme gayreti içinde olmalıdır (Bacanlı, 2000, 124).

“Benlik tasarımı kavramı, bireyin kendi duygu ve düşüncelerine ilişkin bir değerlendirme tasarısıdır. İnsanın kendini tanıması, sınırlılıklarının ve yeteneklerinin bilincinde olması şüphesiz ki ona sağlıklı bir kişilik sağlayan bir kazanımdır”(Batmaz, İsen, Tolon, 1985, 108). Ancak bireyin kendini tanıyabilmesi sürecinde ona yardımcı faktörler olabileceği göz ardı edilmemelidir. *“Bireyin var olan yetersizliklerini ve eksiklerini kapatabileceği, rahatlayabileceği, kendini ifade edebileceği, çevresiyle olan doğrudan bağlantısını arttırabileceği, belirli bir çalışma disiplini kazanabileceği gibi pek çok konuda bireye yardımcı olabilecek eğitim, sanat eğitimidir”* (Barış, 2006, 44). Dolayısıyla, sanat eğitiminin en önemli alanlarından biri de müzik eğitimidir. Müzik eğitimi ile bireyler, benlik tasarımlarının oluşumunda olumlu yönde gelişmektedirler.

Büyüme ve gelişme çağlarında olan bireylere müzik eğitimi uygulamalarının nedenleri sorgulandığında, kişisel ifadenin gelişimine, ruhsal sağlığın, dengenin, doyumun ve mutluluğun sağlanmasına yardımcı olma amacı güdüldüğü anlaşılabılır. Ayrıca kişinin toplum içerisinde uyum ve başarı sağlayabilmesi, kimlik arayışına yardımcı olması ve çevresi ile bağ kurabilmesinde toplu müzik etkinlikleri önemli bir etkidir. *“Bu toplumsal özgüven, bireyin kendi hakkındaki düşüncelerini etkileyerek, kişisel benlik tasarısını da etkiler”* (Barış, 2006, 44).

Çocuklar ve ergenler üzerinde uygulanan bilimsel çalışmalar ile müzik terapinin gelişimsel ve davranışsal problemlerdeki olumlu etkisi ortaya konulmuştur. Araştırmacılara göre, şarkı söylemek ya da enstrüman çalmak gibi müzik yapmanın, çocukların dikkatini toplama ve konsantrasyon süresini uzatma üzerinde olumlu etki sağlanabilmektedir. *“Müzik terapinin müdahalesiz ve yargılamayan ortamı çocuklara farklı durumlarda saklı kalan kapasitelerini ortaya çıkarma imkânı sağlamaktadır”*(Korkmaz, 2012, 7). Bilimsel araştırmalara göre müzikle ilgilenen çocukların ifade ve anlatımlarının, sorumluluk duygularının ve özgüvenlerinin geliştiği kanıtlanmıştır (Çilingir, 1990, 31). Ayrıca, çok boyutlu bir kavram olan benlik tasarısının geliştirilmesinde, bir alanda yüksek beceri sahibi ya da başarılı olunmasının diğer alanlardaki zayıflıkları da dengelediği, eğitimciler tarafından tespit edilmiştir. *“Müzik açısından başarılı bir kişi, bu alandaki başarısı ile spor, diğer akademik alanlar ve başka sosyal becerilerdeki eksikliklerini telafi edebilir”* (Raynolds, 1992).

Müzik eğitimi, bireysel olduğu kadar toplumsal benlik tasarısının gelişmesinde de etkilidir. Eğitim kurumlarında uygulanan müzikli grup çalışmalarında öğrencilerin gösterdikleri uyum ve başarı, toplumsal güvenlerinin gelişmesine yardımcıdır. Bireyin kendini kanıtlama ve toplum içinde bir yer sahibi olma çabasının en yoğun yaşandığı ergenlik döneminde ise, *“geliştireceği olumlu ya da olumsuz benlik tasarımı, onun tüm yaşantısını şekillendirecek özellikler taşıyacaktır”* (Barış, 2006, 45). Birey ailede, çevrede ve öğrenim hayatında sanatla, dolayısıyla müzikle ne kadar etkileşim sağlarsa, kişisel özgüven bağlamında benlik tasarısını o kadar arttırmış olacaktır.

İnsan hayatında önemli bir rol teşkil eden başarılı olma ya da bilişsel performansın arttırılması gibi isteklerin yerine getirilmesinde müzik dinlemenin önemli derecede etkisi bulunmaktadır. Müzik dinleme yolu ile bireylerde olumlu duyguların oluşumu, olumlu duyguların oluşumu ile de yaratıcılığın arttırıldığı bilinmektedir. *“Müzik, müzikle ilgili olmayan fakat yaratıcılık gerektiren bir iş ve görevde uyarılma durumunu ve olumlu duyguları arttırarak daha iyi performans göstermemizi sağlayabilir”* (Korkmaz, 2012, 5).

Psikolojideve Terapide Bir Metot Olarak Alvin Modeli: Serbest Doğaçlama Terapisi (FreeImprovisationTherapy). JulietteAlvin tarafından 1950 –

1980 yılları arasında doğaçlama müzik terapisi için temel bir model geliştirilmiştir. Müziğin bilinçaltını ortaya çıkarmasına dayanan bu modelde, kurallar olmaksızın doğaçlaması yapılan müziğin, kişinin karakter ve kişiliğinin ifadesi olduğu kabul edilmiştir.

Aykırı gruplara olan rağbet ve müziklerinin sadece bir müzik olarak değil bir moda olarak benimsenmesini de bu *terapikapsamı* altında değerlendirebiliriz. “Aykırı gruplar” ifadesiyle kast ettiğimiz mevcut hâkim kültürün dışında kalan her türlü akım ve türü kast etmekteyiz. Özellikle de hemen yukarıda bahsettiğimiz kuralları kaldıran doğaçlamasıyla Alvin Modelini akılda tutarak bunları söylemekteyiz. Psikoloji ve terapide metot olarak kullanılan birçok yöntemden bahsetmek yerine sadece konumuza ışık tutan metotları seçmemiz okuyucuyu fazla bilgi yükünden kurtarmanın yanı sıra çalışmamızın müziğin kişilik gelişiminde ne derecede dinamik rol oynadığına dair bir metotlar kataloğu olarak değil *birdikkat çekici* olarak hazırlanmış olmasıdır. Önemli olan *kişiliğin ifadesi* olan hatta daha doğrusu *kişiliğin müzikle ifadesi* olan bir çalışmayı okul, terapi merkezi veya kültür çalışmaları altında yapılmadığı halde tanıyabilmemiz ve anlayabilmemizdir. İster Çingene-Romen darbukası isterse kazınmış saç ve dövmeleleriyle makine adam-alien arası görünen bir Heavy Metalcinin gitar gıcırtiları olsun hepsinin de bir kendilik ve varoluş ifadesi oluşunu ve teröpatikanlamı olduğunu bilmemiz gerekir.

SONUÇ

Tarihte insanlar ruhsal ve bedensel rahatsızlıkları ortadan kaldırabilmek için çeşitli tedavi yöntemleri arasında müziği de kullanmışlardır. İlkel dönemlerdeki inanışlara göre, hastalıklara neden olan kötü ruhlar o zamanın terapistleri sayılabilecek hekimler ya da sihirbazlar öncülüğünde gerçekleştirilen tedavi törenleriyle kontrol altına alınırdı. Müzik, dans, ritm ve şarkılar da bu tedavi törenlerinin vazgeçilmez öğeleriydi (Gençel, 2006).

Müzik yapan insanları yaşantısı bir varoluş ve bir terapi süreci olarak pek ala ifade edilebilir. Jung nihayetinde tüm yaşamın amacını bir tedavi oluş şeklinde görmektedir. İster bir hastanede ilaçla, ister bir terapist eşliğinde, isterse bir eğitmen gözetiminde müzik üretimi bu tedavi işini sadece modern zamanlarda değil binyıllardır, ilkel çağlardan beri gerçekleştirmektedir. Müzik aracılığıyla bir terapinin veya içsel bir varoluşun gerçekleşmesi için de illa ki formal eğitime veya bilimsel metotlara gerek yoktur, müziğin ve insanın doğasındaki uyum bunu kendiliğinden gerçekleştirmektedir. Söz konusu mistik süreç inceleme konumuz olan her iki filmde de gözükmemektedir.

Koro filminde toplumun dışına sürgün edilmiş yaşantılardan gelen çocukların gene benzer gelecekler sürdüreceği bir yaşantıyı değiştirme aracı haline geldiğini görürüz müziğin. Müzik bu küçük çocuklar için eğitim ve terapi

olarak yarı hapis yatılı okul hayatlarının tam ortasına oturdu. İlerisi için bir şeyler başarabileceklerinin bir simülatörüne gelirdi

Suck filminde ise müzik ve müzisyenlerin yaşantısı biraz daha ikircikli bir durumdadır. Herkesin içinde eriyip *hiç kimse* haline geldiği bir toplum yaşantısından kaçış ve kendini gerçekleştirme aracıdır müzik bu örnekte. Müzik Koro filmindeki gibi yurt yaşantısı içinde sığınılacak güvenli bir liman çok olmanın ötesinde insanları bambaşka kendiliklere evrimleştirip dönüştürecek tehlikeli bir araçtır. Ancak en nihayetinde silik ve ruhsuz, adeta yok sayılan kimliklerden kurtulup birer *süper benliklere* kavuşma aracıdır. Bir noktada bir hastalığı bir diğer hastalıkla tedavi etmek gibi ifade edebiliriz böylesi bir varoluşu. Ancak yşin içinde Rock varsa nihayetinde de mutlak kurtuluş vardır demek zorundayız, en azından plak şirketlerinin ve müzik endüstrisinin himayesi altında.

Her ne kadar müziğin duygusal etkilerini bilimsel bir şekilde tam olarak ölçebilmek mümkün olmasa da, insanların kendilerinden ve kontrolsüz reflekslerle müziğe verdikleri fiziksel karşılıklar olduğu bugün artık bilinmektedir. Önemli olan, hangi durumda hangi müziğin olumlu ya da olumsuz sonuçlar doğuracağını farkında olunması gerektiğidir. Bunun için, müzik hayatın bir parçasıdır gerçeğinin kabul edilerek, insan yaşamının her alanında olumlu yönde kullanılması adına büyük adımlar atılmalıdır. Bu bağlamda, ülkemizde sanat adına yapılan her tür olumlu girişim kabul edilmeli ve desteklenmelidir.

KAYNAKLAR

Kitap

ATAYMAN, V. (2004). Postmodern “Kurtarıcılar”, İstanbul: Donkişot Yayınları. S. 53.

BACANLI, H; (2000). Gelişim ve Öğrenme. Ankara: Nobel Dağıtım, 124.

BATMAZ, V.& İSEN, G.& TOLON, B.(1985). Ben ve Toplum. Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınevi, 108.

BRUSCIA, K. (1998). Defining Music Therapy, Barcelona: Gilsum NH.

FREUD, S.(1974). Amatör Psikanalizi, E. Taş (çev.), İstanbul: Bozok Yayınları, , s.39.

FORDHAM, F.(1996).Jung Psikolojisi, A. Yalçiner (çev.), İstanbul: Say Yayınları,.

JERSILD, A.T. (1979). Çocuk Psikolojisi, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi, 177.

KIREL ve NİLGÜN, A.(1997). Popüler Sinema ve Türler, İstanbul: Alan Yay., s.7, 176.

SAYDAM, B. (1997). Deli Dumrulun Bilinci, İstanbul: Metis Yayınları, s9.

TOPSES, G. (1992). Eğitim Sürecinde İnsan ve Psikolojisi, Ankara: Gazi Büro Matbaası, 154.

Dergilerdeki Makedeler

BARIŞ, D.A. (2006). Müzik Eğitimi Alan ve Almayan Lise Öğrencilerinin Benlik Tasarımı Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı:3, 44, 45.

ÇİLİNGİR, V. (1990). İlk ve Orta Dereceli Okullarda Eğitici Çalışmalar İçerisinde Müziğin Yeri. Ankara: Orkestra Dergisi. Sayı:198, 31.

DOLUNAY, A. ve BOYRAZ, B.(2013), Dijital Sanatlar Çerçevesinde Üretilen Eserlerde Teknoloji Kullanımı ve İnternetin Üretilen Esere Etkisi. İTOBİAD, Cilt 2. No3., s. 109.

FORINASH, M. (2007). Music Therapy, New York:Malchiodi, C. A; ExpressiveTherapies. TheGuildfordPress, 53 – 55.

GENÇEL, Ö. (2006). Müzikle Tedavi. Kastamonu: Kastamonu Eğitim Dergisi, C:14, No:2, 697 – 706.

KORKMAZ, L. (2012). İçimdeki Müzik. Ankara: Başkent Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Psikoloji Bölümü. Eleştirel-Yaratıcı Düşünme ve Davranış Araştırmaları Laboratuvarı. Pivolka, Sayı:22, Yıl:7, 5 - 7.

RAYNOLDS, J.W. (1992). Music Education and Student Self-Concept a Review of Literature Article.

Filmler

BARRATIER, C.(Yön.), (2004)*Koro* (Les Choristes), Pathe Film, FR.

STEFANIUK, R.(Yön.), (2009) *Kan Emici* (Suck), Capri Films, Canada.

Internet

AYDIN, E. Müzik Terapi: İşleyiş ve Yaklaşımlar. www.sanatpsikoterapileridernegei.org, 1, 2.

WikipediaTheFree

Encyclopedia:

[http://en.wikipedia.org/wiki/The_Chorus_\(2004_film\)](http://en.wikipedia.org/wiki/The_Chorus_(2004_film))

REKLAMIN SAKLI DİLİ: RETORİK

(HIDDEN LANGUAGE OF ADVERTISING: RHETORIC)

Doç.Dr.Ümit İNATÇI*, Arş.Gör.Fatma Nazlı KÖKSAL**

*Doç. Dr., Doğu Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel Sanatlar ve Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, GaziMağusa, KKTC, umitinatci@emu.edu.tr

** Araş. Gör., Doğu Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim ve Medya Çalışmaları Doktora Programı, GaziMağusa, KKTC, nazzkoksall@gmail.com.

ÖZET

Bu çalışma reklamlarda görsel ve işitsel öğelerin birlikte kullanımı ile ortaya çıkan retorik dili konu edinmektedir. Reklamlarda nesne/dil ilişkisi içerisinde kullanılan öğeler birbirlerini durmaksızın etkilemekte ve göstergelerin söz içindeki uzlaşımını sağlamaktadır. Bu uzlaşım aynı anda hem bir birliktelik hem de karşıtlık durumu yaratmaktadır. Görsel karakterlerin kullanımıyla oluşturulmaya çalışılan estetik form ile müziğin birbirine entegre edilmesi izleyicide bir anlamlandırma süreci yaratmaktadır. İmge ve söz reklam iletişimde aynı dilsel yapı içinde barınmaktadır. Bu noktada reklam retoriğinde görsel dil/söz ayırımından söz etmek pek olası değildir.

Müzik, görsel dizgenin yanında, anlamın daha hızlı algılanması açısından önemli bir *yardımcı bellek* aktörü olarak rol alırken, duygu aktarımının da pekişmesine katkı koyuyor. Görsel anlatımın tematik ve sübjektif etkisini artıran müzik, bir hassasiyet unsuru olarak algılayıcının doğru yönde uyarılmasına katkı koyuyor.

Reklamda sözlü ve görsel imgelemin kullanımı, izleyicide zihinsel imgeleme dönüşmekte ve algı sürecini hızlandırarak güçlendirmektedir. Elbette bu noktada kullanılan imgeler çağrışım sonrasında oluşan bir anlamlandırma ile izleyiciyi bilgilendirme, yönlendirme ve ikna etme aracına dönüşür; artık reklamın semantik işlevi (anlam iletme işlevi) söz konusudur. Mevcut çalışma, müziğin görsel öğelerle birlikte kullanımı ile nesne/dil ilişkisi içinde retoriğe dayalı bir anlatım biçiminin nasıl oluşturulduğunu televizyon reklamları analizi üzerinden incelemektedir.

Anahtar Kelimeler: Müzik, reklam, retorik.

ABSTRACT

The subject of this study is rhetorical language which appearing with using a combination of visual and audio elements in advertising. Elements which are used in object / language relation in advertisements affect each other ceaselessly, and provide comprehension for signs to be situated insight of the word. This convention is creating both a combination and contrast at the same time. Integration of music with the aesthetic form that is created with the use of visual character constitutes a signification process for the audiences. Image and word are in the same linguistic structure in advertising communication. At this point, to mention the distinction between visual language/word in the rhetoric of advertising is not possible.

While Music, according to faster perception of the meanings takes an important role as auxillary memory next to the visual patern, also contributes reinforcement of the emotional transfers. Music which, increases the thematic and subjective effects of expression, contributes for the stimulation in the right direction of perception as a sensitivity factor.

The usage of verbal and visual imagery in advertising is evolved into mental imagery for the audiences and it reinforces the perception process. Of course, the images used at this point become a means of information, direction and persuasion through a signification, which occurs after an association; now the semantic function of advertising is the subject. The present study examines that how to create a form of expression based on the rhetoric with the use of music with visual elements in an object/language relationship through analysis of television commercials.

Key Words: Music, advertising, rhetoric.

GİRİŞ

“Reklam sözde olayın tam saltanatıdır. Nesneden olay yaratır”
(Baudrillard).

Sanayi Devrimi ile başlayan ve devam eden süreçte toplu olarak üretilen ürünlerin yine toplu olarak tüketilmesi “gerekliliği” ihtiyaçların farklılaştırılmasına ve yeni ihtiyaçlar yaratılmasına zemin hazırlamıştır. Her ne kadar kişilerin ihtiyaçlarına yönelik üretim yapıldığı söylene de amaç üretilen ürünlerin tüketirilmesi. Bu noktada, toplumsal ilişkilerin üreterek var olabileceği gerçeğini kabul edersek -burada üretim yalnızca meta üretimi değildir- kapitalist sistemin ihtiyacı olan kar döngüsünün gerçekleşebilmesi adına kişiler üreterek değil, tüketerek sosyalleşmekte ve toplumsallaş(tırıl)maktadır. Öyle ki kişi, toplumsal yapı içindeki varlığını ancak bu yolla görünür kılabilceği

düşünme noktasına getirilmiştir. Baudrillard’a göre “toplumsal varlık olarak (yani *anlam* üreticisi ve *değer* olarak diğerlerine göreli olarak) insanın “ihtiyaçlar”ının sınırları yoktur. İnsan niceliksel sınırlı miktarda besin alabilir, sindirim sistemi sınırlıdır; ama besinin kültürel sisteminin kendisi sonsuzdur” (Baudrillard, 2010, s.73).

Bu noktada ise kitle iletişim araçlarının rolü değişmiş, bilgilendirmeden ziyade ikna etmeye yönelmiş ve kişilerin sonu gelmez bir hedonist döngü içinde kalmasına neden olmuştur. Elbette burada sözü edilen hedonizm kısa dönemlidir ve asla tamamen tatmin edilmez. Bu süreçte, “belli bir ihtiyacın karşılanmasını vaat eden ancak temelde kar elde etmek için üretilen ve çoğu kez meta olarak ortaya çıkan nesnenin satılması için tüketicilerin inandırılması ya da ikna edilmesi gerekir...tüketim toplumunda bu ikna görevinin yerine getirilmesinde rol oynayan en önemli araç, hiç şüphe yok ki reklamın kendisidir.” (Yanıklar, 2010, s.30-31).

Bugün kitle iletişiminde bir etkileme ve ikna aracı olarak kullanılan reklamların amacı, kişilerde önceden belirlenen ve hedeflenen davranış değişikliklerini yaratarak tüketme eyleminin devamlılığını sağlamaktır. Bu noktada, her geçen gün sayısı artan reklam mesajlarına karşı kişilerin azalan dikkat ve ilgileri reklamcılar iletişim sürecini en etkin şekilde kullanmaya yöneltmiştir. Bu nedenle reklamcılar tarafından gerçekleştirilen iletişim şekli, karşılıklı mübadeleden ziyade etkileme ve iknaya yöneliktir. Becer iletişimin bu yönünü bir çeşit düello olarak tanımlamıştır. Ona göre,

“bütün iletişim araçları, okuyucuyu cezbetmeye ve sürekli olarak kendi mesaj alanları içine çekmeye çalışırlar. İletişim organları, dikkat çekmeye çalışan birçok mesaj arasından sadece birini seçecek olan izleyiciyi ayartmak için oldukça zorlu bir mücadele içine girerler. Çünkü hiçbir izleyici aynı anda bütün mesajları algılayabilme yetisine sahip değildir. Mesajların bir bölümü kabul edilirken, diğer bir bölümü ise reddedilmeye mahkûmdur”(Becer, 2006, s.12).

Bu nedenle reklamcılar görsel ya da dilsel iletilerinde hedef kitlelerinin sosyo-kültürel yapılarına göre iletiler oluşturmaktadırlar. Dolayısıyla reklamı sadece ekonomik döngü içinde incelemek yeterli değildir. Çünkü reklamlar toplumsal yapıyı ve değerleri şekillendirme ve başat ideolojiyi meşrulaştırma gücüne sahiptir ve bu nedenle tüketimin toplumsal mantığını da ele almak gerekir. Baudrillard bu durumun mutluluğa duyulan doğal bir eğilim antropolojisine dayandığı üzerinde durmuştur. Ona göre, “...banyo tozları reklamının arkasında parlak harflerle yazılı olan mutluluk, tüketim toplumunun mutlak göndergesidir” (Baudrillard, 2010, s.51).

Bütün bu tükettirme mekanizması içinde ise reklamlar kişinin reklamı yapılan ürünü kullanarak “farklılaşabileceğini” empoze etmektedir. Williamson’a göre ise, “farklılaştırma işlevi, reklam dünyasının dışından alınan bir imgeyle

bağlantı kurmaya dayanır” (Williamson, 2002, s.24). Bu nedenle reklamcılar kurguladıkları iletişim sürecinde sanat, edebiyat, sosyoloji, psikoloji gibi alanları kendi amaçları doğrultusunda ortak bir zeminde birleştirmekte ve çoğu zaman ticari kaygılarla birer “şey” haline getirmektedir. Elbette bu çalışmanın konusunu oluşturan reklamlarda retorik dili güçlendirmek için müziğin kullanımı da bu alanlardan biridir. Bu noktada müzik retoriksel bir anlatım oluşturma adına artık ticari bir nesne halini almış ve endüstrileştirilmiştir. Burada endüstri kavramı üretim sürecinden ziyade kültürel bir ürünün standardizasyonunu ifade etme amaçlıdır. Bu nedenle devam eden bölümde retorik ve müziğin reklam iletişiminde birbirine nasıl entegre edildiği ele alınacaktır.

RETORİK

İzlerine ilk kez Antik Yunan’da rastlanan ve mevcut durumda ifadenin en etkili biçimde nasıl aktarılacağı ile ilgili olan retorik “belli bir durumda, elde var olan inandırma yollarını kullanma yetisi” olarak tanımlamıştır. (Aristo, 2008, s.37). Aristo söylev sanatı olarak nitelendirdiği retorığı üç temel kategori altında incelemiştir. Bunlar, ethos, “konuşmacının konuşmasını inandırıcı kılacak bir kişisel karakteri açığa vurma gücü” pathos, “dinleyicilerin coşkularını uyandırma gücü” ve logos, “bir hakikati ya da sözde hakikati inandırıcı kanıtlar yoluyla tanıtlama gücüdür” (Aristo, 2008, s.19).

Konuşmacının konusunu seslendiği kitleye iletmede en etkin yolu kullanma ile ilgili olan retorik bugün reklam iletişiminde sıkça kullanılan ikna yöntemlerindendir. Ne söylendiği kadar nasıl söylendiğinin de önemli ve etkili olduğu reklam iletişiminde, söylem biçiminin gücü retorik dili ile sağlanmaktadır. Kaldı ki Aristo “Retorik” adlı kitabında (2008) biçimin öneminden şu şekilde bahsetmiştir. Ona göre, “...ne söylememiz gerektiğini bilmemiz yeterli değildir; onu gerektiği gibi söylemek zorundayız; böylece doğru izlenim yaratma işi kolaylaşmış olacaktır.” (Aristo, 2008, s.165). Bu noktada retorığın özellikle reklam iletişiminde kullanılması rastlantısal bir durum değildir. Metafor, metanomi, ironi gibi dolaylı anlatım biçimlerini kullanan retorik eş zamanlı olarak ikna iletişimi sürecinde kişilerde önceden belirlenen ve hedeflenen davranış biçimini aktive etmek için dilbilim, göstergebilim, sosyoloji, psikoloji gibi alanları da kendine entegre etmektedir. Bu yolla anlatım estetize edilmekte ve ikna süreci güçlendirilmektedir.

Bu noktada retorığın ikna iletişiminde kullanımı reklamcılar tarafından sıkça başvurulan yöntemlerden biri olmakla birlikte özellikle reklam iletişiminde kullanılan retorik dilinin salt sözel unsurlardan oluşması gerekmez. Görsel imgeler üzerinden gerçekleştirilen figüratif anlatım da retorik disiplini içinde incelenmekte ve “görsel retorik” olarak adlandırılmaktadır. Bu noktada reklam retorığında kabullendirme çabasıyla reklamı yapılan ürün ve hedeflenen kitle arasında hem duygusal hem de fiziki bir bağ kurma amaçlı dilsel ve görsel imgeler

bir arada kullanılmaktadır. Reklam iletişiminde kullanılan retorik dili hem görsel hem de işitsel dil üzerinden yapılmakta, bu yolla ikna mekanizmaları oluşturulmakta ve kişilerin algısal süreçleri uyarılmaktadır.

Reklamlarda müzik kullanımı ise –özellikle Pathos’a işaret ederek– reklamı yapılan ürün ile hedef kitle arasında duygusal bağ kurmaya yöneliktir. Mevcut çalışma, farklı niteliklerdeki reklam filmlerini tematik ve sübjektif yapılarına göre Aristoteles’in retorik üçlemesini temel alarak incelemeyi amaçladığı gibi aynı zamanda müziğin görsel imgelemi destekleme amaçlı kullanımının reklam diline nasıl bir estetik form kazandırdığının da analizini yapıyor.

ANALİZ

Reklamlarda Müzik Kullanımı

Ussal algı (logos), duygusal algı (pathos) ve doğruluk algısı (ethos)’nın birbirini sarmalayarak kitleleri kabullenme edimine yatkın kılma gücünü kendinde gören reklam kurumu hem görsel hem de işitsel araçları en esnek raddeye kadar kullanmayı deniyor. Televizyon reklamlarında görselliğin ve sözelliğin akarına, radyo reklamlarında ise sadece sözelliğin akarına bir işitme fizyolojisi olarak kullanıma sokulan müzik elbette ki estetik bir dil olmanın yanında algı sürecini etkili kılacak anlık meditasyonu da yardıma çağırır. Değişik entelektüel ve duygusal seviyeleri içinde barındıran tüketim kitlelerinin öyle ya da böyle bir tüketim aklı, duygusu veya ahlakına sahip olduklarının bilincine olan reklam endüstrisinin her şeyden önce etki enstrümanlarını kuşanmasını bilmesi gerekir. Bu konuda yapacağı ilk iş tüketim kitlelerinin niteliklerine tanı koyarak onları kapsama alanına sokmaktır.

Yaşamı kolaylaştıran domestik eşyalar, ulaşım araçları, yiyecek, giyecek, hizmet sektörü vb. reklamın nesnesi ne isterse olsun onun bir özenme aracına dönüşmesi koşuldur. Kültürel antropoloji, gündelik yaşam sosyolojisi ve psikoloji burada devreye girer. Kültürel antropoloji o ülkenin eşyalarla olan ilişkisi ve bu ilişkinin kültürel ve ontolojik boyutunu kavramaya çalışır. Gündelik yaşam sosyolojisi kitlelerin etkileşim halinde yaşarken etkisi altında oldukları sosyal statü endişesi ve aidiyet eğilimlerini inceler. Psikoloji ise, cinsellikten travmalara hatta kişilik karmaşalarına kadar örtük gerçeklikleri aralamak için gerekli bir bilgi alanıdır. Reklam müziğini yapmakla ilgili müzik insanları mutlaka reklamın yöneldiği bu üç alanın bilincindedirler.

Yukarıda sözünü ettiğimiz değişik reklam karakterlerinin analizini yapmaya başlayabiliriz. Özellikle gerek atıştırma, gerekse sofralık yiyecek tüketiminde, tüketici kitlenin yemek kültürü göz önünde bulundurulurken aynı kitlenin kulak alışkanlığı yaptığı müzik fragmanlarına başvurulur. Ürüne yönelik

iştah ve güven duygusu aktaran, neşeli ve huzurlu tınların içine sızdırıldığı geleneksel müzik yakınlık kurabilmenin en doğru seçimidir. Doğru ve yararlı olan (ethos) iştah ve güven duygusunu beslerken, neşe ve huzur (pathos) akla uygunluğu (logos) pekiştirir. Müzik, karakter örtüşmesi konusunda kendi araçlarını seçerken (kültürel antropoloji, sosyoloji, psikoloji) sonuçta bir form arayışı içindedir. Bu yüzden, görsel düzeyde algılanan forma katkı koyan, onu daha algılanır kılan senkronik bir formun kullanıma girmesi işin gereğidir.

Domestik eşyaların reklamında iki belirgin eğilim var. Biri ailenin mutluluğunu ön plana çıkaran, kadının hayatını kolaylaştıran, hatta erkeği kadın işlerine yatkın kılan erkek egemen aile geleneğine gönderme yapan kültüralist bir yaklaşım; diğeri, teknolojik yenilikleri daha ön plana çıkaran, robotik ama aynı zamanda mizahla iletişim kurmaya çalışan reklam anlayışı. İlkinde melodik, ev sıcaklığını hissettiren, düşük tondan akustik ve sözel anlatımı destekleyen bir müzikalite söz konusuyken, ikincisinde teknolojiye atıfta bulunan sentetik bir müzikalite söz konusudur. Reklam filmlerindeki bu formel bütünlük aynı zamanda izleyicinin eşyanın doğasına yaklaşmasına da aracılık ediyor. Reklamın içeriksel olarak, hem görsel dil hem de müzik formu düzleminde birbirini tamamlayıcı olması bellek tarafından kolayca kodlanmasını sağlar.

Ortalama aile yapısının üzerine çıkan lüks tüketim araçlarının bir statü özentisi etrafında şekil alması reklamın psikik-sosyal yönünü güçlü kılar. Bu durumda müzik genelde anıtsal, yücelik hissiyatı pompalayan bir tonlamayı içerir. Ortalama bütçenin üzerinde bir kapasiteye sahip insan profilinin genelde statü endişesiyle kendi yükselme egosunu tatmin etme peşindedir. Müziğin bir kreşendo akışında olması ve yaylı vurmalı sazlarla beden bulması bu tür reklamlarda tercih edilir. Bu tür bir müzik yapısını daha fazla araba reklamlarında görürüz. Her zaman için doğru seçim ussal yasanın yani logos’un kapsamına girer. Böylesi bir elde etme, edinme akli yükselme egosunu tatmin eden patetik bir duyarlılığı (pathos) gereksinir; burada ethos zamana ayak uydurma ve gerekeni yapma nosyonu ile iç içe girmiştir.

Eros boş durmuyor. Retoriğin üç ayağından biri olan pathos’un alanına sarkan, Freudyen bir eğilime işaret eden erotizm merkezli reklamları da eklemek gerekecek. Giysilerden yiyecek içeceğe, niteliğinin ve kullanım alanlarının elverdiğince cinsel duyguları kışkırtan reklam filmleri özellikle yirmili yaşları hedefliyor. Dondurmadan kadın çorabına, oral ve tensel cinselliğe çağrışım yapan iç gıcıklayıcı reklamlar özellikle metropol insanını hedefliyor. Müziğin adaggio andante ve derin soluk hissiyatı aktaran nefesli ve yaylı sazların kullanımıyla beden bulması bir rastlantı değildir. Erotik duyguyu birebir bedensel seslere yaklaşıp aktarmak, tüketicilerin ürüne daha derin psikolojik ihtiyaçlarla yaklaşmasını sağlar. Çünkü bu ürünler gündelik yaşamda olmazsa da olur denilecek ürünlerdir. Bu nedenle insanların yasak bilinçaltı alanlarına inerek onların tatminsizliklerini kullanmak reklam endüstrisinin en önemli silahlarından

biri sayılır. Müzik bu düzlemde bellekler arası geçişken bir zemini de zorluyor. Şehvetin mekânları sayılan özel mimarı yapılara ve iç mekânlara gönderme yapmak, bedenın özellikle de kadın bedeninin çıplak alanlarında gezinmek, ürünün daha kolay kodlanmasına ve içselleştirilmesine yardımcı olur. Müzik de genelde daha önceden müzik kültürümüzün hanesine yazılmış tarzlardan aranje edilir. Jazz veya Slow Rock gibi. Elbette ki burada kaçınılmaz olarak Batı müziği ön plana çıkıyor.

Mistik transandantal müziğin reklamlarda kullanımı ise genelde doğaya yönelik içeriksel yapıya sahip reklamlarda dolaşıma girer. Özellikle su reklamlarında... Bu da yine müziğin ürünün doğasına nasıl yaklaşmaya çalıştığını gösterir. Müzik sestir; aynı zamanda bedensizliktir de. Görsel temsili öğeleri ten, müziği de tin olarak algılasak kitlelerin çoklu duyu angajmanları vasıtasıyla daha kolay etki altına alınabileceği gerçeğiyle karşılaşırız. Bu, oldukça arkaik bir insan halidir aslında. Ta antik ritüellere kadar varan bir etkileşim ortamı olan müzik ve yakarmanın, ilahi ve amentünün kendini reklam dünyasında bulması tuhaf görünse de insan evladının etkileme araçlarının koskoca zaman derinliğinde çok da değişmediğini görürüz.

SONUÇ

Reklam bir etkileme aracıdır ve müzikten güç almasının içgüdüsel kökeni çok eskilere dayanır. Tapınaklardan kiliseye, devasa resimlerin önünde ilahilerin okunduğu zamanlara... Endüstri devriminden sonra reklamın kaçınılmaz bir duyuru aracı olarak ortaya çıkması poster sanatını gündeme getirmişti... Oradan canlı görüntüye ve müzik eşliğinde reklama geldik. İnsanın ikna etme çabalarının estetik dil ve ticari akıl değerleriyle sarmallaşarak daha bütünsel bir dil oluşturması kitlelerin ortaklanabileceği duygudaşlık ortamları yarattı. Ancak bu ortamların vahşi kapitalizmin emrine verilmesi ve insanın toplumsal bellek oluşturma yeteneğinin eşitsizlikler üreten bir sosyal mekanizmaya dönüşmesi, üzerinde ciddiyetle durulması gereken bir durumdur. “Güzel”in içsel paylaşımlarla çoğalan bir doğa algısından, aldatma becerisinin sinsî bir yaptırım silahına dönüşmesi çağımızın en çetrefilli sorunlarından biri olarak karşımızda duruyor. Kapitalizmin en güçlü aracı olan reklamlar yerine, doğayla, çevreyle, insan ilişkileriyle ilgili sosyal duyarlık spotlarının üretiminde zaman harcamak dileğiyle metnimizi ütöpik bir temenniyle kapatıyoruz...

KAYNAKLAR

Aristo. (2008), Retorik, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Baudrillard, J. (2010), Tüketim Toplumu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Becer, E. (2006), İletişim ve Grafik Tasarım, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Yanıklar, C. (2010, Mayıs), Tüketim Kültürü, Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , s. 25-32.

Williamson, J. (2001), Reklamların Dili: Reklamlarda Anlam ve İdeoloji, Ankara: Ütopya Yayınevi.

**GELENEKSEL MEDYADA BİR EĞİTİM ARACI OLARAK MÜZİK
“PEPE ANİMASYON FİLMİ ŞARKILARI” ÖRNEĞİ**

**(MUSIC AS AN EDUCATIONAL APPLIANCE IN TRADITIONAL
MEDIA "PEPEE ANIMATION FILM SONGS" AS A SAMPLE)**

Yasin YILMAZ*

ÖZET

İnsan doğduğu günden itibaren yaşadığı çevredeki olguları keşfetmeye başlar. Bu keşif bütün yaşamını yönlendirmesindeki ilk etkenlerden birisidir. Ebeveynlerinin seslenmelerinden, bir enstrüman yada rüzgar sesine varıncaya kadar bu etkenler belleğinde yeni yerler açarak yeni maceralara sürükleyecektir. İnsan sadece sestən değil görsel etkenlerden de etkilenen bir varlıktır. Çevresindeki tipografik eksenli bir tabeladan bir fotoğrafa varıncaya değin yaşamında görsellerin yeri yadsınamaz. Bir toplumun gelişim seviyesi kendisini sanatsal ve bilimsel açıdan ifade etmesiyle paralellik göstermektedir. Sanatın en güzel ifade tarzlarından birisi de müziktir. Toplum için sanat sadece bir ifade ve anlatım değil aynı zamanda kendi gelişim sürecinde yararlandığı ve beslendiği bir olgudur. Bu çalışmada müzik ve medyanın eğitimdeki yeri araştırılmış ve pepe animasyon filminin içinde barındırdığı iletiler ele alınarak çocukların eğitimine katkısı incelenmiştir.

Anahtar kelimeler: Animasyon filmi, Medya, Müzik eğitimi, Pepe

ABSTRACT

Human starts to discover the surrounding facts since he/she was born. This discovery is one of the first factors in orientating his/her all life. These factors from his/her parents' calls, to the sound of an instrument or of the wind will lead his/her to new adventures by gaining new grounds in his/her memory. Human is an entity influenced not only by the voice but also by the visual factors. From the signboard with typographic axis to a photo in his/her surrounding, the place of the visuals in his/her life is undeniable. Level of development of a society is parallel to expressing itself with artistic and scientific aspects. Music is one of the best styles of expression of art as well. The art for society is not only a statement or an expression but also a phenomenon that it benefits and fed from. In this study, the importance of music and media in education was researched and by considering

* Öğr. Gör. Yalova Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Bölümü, 77100 Merkez – Yalova, info@yasinyilmaz.net

the inherent messages in Pepee animation film, its contribution to the children’s education was examined.

Key Words: Media, Music, Pepee, Animation Film, Music Education.

GİRİŞ

İnsanın özelliklerinden dolayı diğer canlılardan ayrılmaktadır. İnsan düşünerek, karar verir daha sonra seçim yapar ve üretir. Bu yolla kendi toplumsal sürecini oluşturmakta ve yönlendirmektedir. Bu arayış ile bilim ve teknolojiye ulaşmış ve ürettiği teknik imkanlar ile sanatı kendini ifade etme biçimi olarak ortaya çıkarmıştır. Bu ifade yöntemi aynı zamanda gelişimini de yönlendirmeye başlamış ve bir döngü binyıllardır bu şekilde gelişim göstermiştir.

Bütün insanlar kendilerine özgü özelliklerle belli bir toplum içinde doğar, büyür ve bu toplumun kültürüyle yoğrularak gelişirler. “İnsanın dünyaya geldiği toplum içinde sağlıklı olarak yaşayabilmesi, fizyolojik (beslenme, korunma gibi), sosyal ve psikolojik (sevme, sevilme, gruba ait olma gibi) ihtiyaçlarının dengeli olarak karşılanmasıyla mümkündür” (Öztürk, 2007:1). İnsanın bu ihtiyaçlarının en önemlilerinden birisi de müziktir. En yalın anlatımıyla, “müzik, belli bir amaç ve yöntemle, belli bir güzellik anlayışına göre işlenerek birleştirilmiş seslerden oluşan estetik bir bütündür” (Uçan, 1994:10).

Müziğin bütün olarak algılanması seslerin birleşiminden gelen müthiş etkileşimle olabilir. Bu etkileşim başarısız ise müziğin okunması da aynı yönlü olarak başarısız kalacaktır. Tıpkı bir romanı iyi yazmak gibi, tek başına kelimelerin anlamı yoktur birbirleri ile etkili kullanılmış notalar iyi bir müzik yapmakta önemli bir etkidir.

Müziğin diğer sanat disiplinleri gibi iletişim aracı olarak kullanılması içinde barındırması zorunlu bazı sorumlulukları da getirmektedir. Bu sorumluluk toplumu geliştirme sorumluluğudur. Bu doğrultuda müzik sadece işitsel bir olgu değil eğitim aracı olarak ta yararlanılan bir iletişim yoludur. Bu iletişim yolu diğer görsel sanat disiplinleri ile bir arada kullanıldığında daha etkili olmuştur.

Kültürlerin yaşaması ve insanın daha faydalı bir birey olarak yetişmesinde başlangıç olan çocukluk evresi ve bu evrede dinlenen müzikler izlenen çizgi film ve animasyonlar eğitimin önemli bir parçasıdır.

YÖNTEM

Kültür ve sanatın önemli bir parçası olan müzik ve animasyonun eğitimdeki yerinin ve öneminin değerlendirildiği “Geleneksel Medyada Bir

Eğitim Aracı Olarak Müzik “Pepe Animasyon Filmi Şarkıları” Örneği” başlığını taşıyan bu çalışmada ele alınan konuya uygun olarak gözlem (survey) yöntemi kullanılmış incelenen sözcükler ile işitsel bulgular göstergeleri ve anlamları ile değerlendirilerek sonuca ulaşılmıştır.

BULGULAR

Pepee animasyon film müziklerinde enstrumansal olarak hareketlilik ve müzik kültürümüze benzerlikler göze çarpmaktadır. Aynı zamanda yöresel müziklerin yanı sıra şarkı sözleriyle de eğitici konulara değinildiği görüşmüştür. Eğitimin küçük yaşlarda başladığı ve başlaması gerekliliği düşünüldüğünde hedef kitlesi 4-6 yaş olan bu animasyon filminin eğitimde ve gelişimine sağladığı katkının önemi ve gerekliliği dikkat çekicidir.

İNSANIN TOPLUMSAL ROLÜNE UZANAN SİHİRLİ DEĞNEK “MEDYA”

İnsan biokültürel ve sosyal bir varlıktır. Karşılması zorunlu ihtiyaçlarının dışında çeşitli sosyal ve fiziksel ihtiyaçları vardır. Çevresi ile etkileşime geçebilmesinde iletişim araçlarını kullanır. Konuşma dışındaki bu iletişim araçları insanla birlikte mağara duvarlarına yapılan resimlerden, hiyerogliflere, alfabeden, televizyona kadar sürekli bir gelişim ve dönüşüm halindedir. Doğumundan itibaren bu iletilere maruz kalan insan sosyal bir varlık olmasının göstergesi olarak sadece bireysel değil toplumsal bazı sorumlulukları da barındırır. Bu sorumluluklar onun kültürünün yaşatılmasında ve toplumsallaşmaya attığı adımda önemli bir yer tutacaktır. Bunun sağlanmasında televizyon, gazete, dergi, radyo, kitap, VCD, telefon, sinema, internet, broşür, billboard gibi onlarca örneklendirebileceğimiz kitle iletişim araçlarının rolü de hayli fazladır. Çocukluktan itibaren aile içerisinde eğitim almasından başlayan zamanın dışında bu araçlar onlara hem eğlendirici hem görseller hem de işitsellerle onların ilgisini çekmeyi başarmış ve onlara bireysel vaktin dışında ulaşmada farklı yöntem ve tekniklerle daha fazla örnekler barındırmaktadır.

Medyanın bu örneklendirmelerinde kullandığı görsel ve işitsel çeşitli araçlar vardır. Bu araçlardan en etkili olanlarından birisi de müziktir. “Müzik, sözle anlatılmayanı anlatma sanatıdır. Sözcüklerin anlatabildiği, zekanın kavrayabildiği şeylerin çok ötesine gidebilir. Müziğin alanı, belirsizliğin, elle tutulamayanın, düşlerin alanıdır. İnsanların bu dili konuşabilmelerini, Tanrının bizlere verdiği en büyük zenginliklerden biri olarak görürüm.” (Munch, 1990:s18) diyen orkestra şefi Charles Munch müziğin insanı nasılsız bir duygu ortamına sürüklediğini vurgulamıştır.

Medyada yer alan müziklerin bireyler üzerinde psikolojik etkileri de yadsınamaz. Bir müzik insanı rahatlatabilirken diğeri uyarıcı nitelikte olabilir,

birisi huzur verirken diğeri mutsuzluk gibi bir psikolojik duruma sokabilir. Bu durum okul öncesi çocuklarda hassasiyet dozajını artırırken müzik eğitiminin önemini de vurgular.

Ünlü Macar müzik eğitimcisi Kodaly'nin “Eskiden çocuğun müzik eğitimi, doğumundan dokuz ay önce başlamalı, diye düşünürdüm. Şimdi aynı düşüncede değilim. Çocukların müzik eğitimi annenin doğumundan dokuz ay önce başlamalı”(Kamacıoğlu, 1993) sözü de müzik eğitiminin önemine yaptığı vurguyu yansıtmaktadır.

TASARIMCI GÖZÜYLE PEPE ANİMASYON FİLMİ VE MÜZİKLERİ

N.Tülay Şeker (2013) 11 kişi ile yaptığı mülakat yöntemini uyguladığı ebeveyn ve çocuklarının Pepee animasyon filminin izlendikten sonra izleyicide bıraktığı bilişsel davranışlar ile ilgili araştırmasında katılımcıların sosyal ve demografik açıdan farklı seçilmesine rağmen Pepee'nin egemen iletilerinin bütün algı düzeylerine ortak bir imaj yarattığı sonucuna varmıştır.

Postman, çocukluğun “biyolojik bir kategori değil toplumsal bir kurgu” (Postman,1994:s18) olduğunu ifade etmektedir. Henüz bir çocukluk kavramının olmadığı Ortaçağ'da yetişkinler gibi giyinen ve ayıp duygusundan uzak büyüyen “minyatür yetişkinler”, o dönemde çocukluk ve yetişkinlik arasında bir sınır olmadığının bir göstergesidir. Aydınlanma çağı ile birlikte çocuk yetişkin kalıplarından çıkarılmış ve bir çocukluk kavramı oluşmaya başlamıştır. 20'nci yüzyılın ikinci yarısından günümüze kadar olan süreçte ise çocukluk kavramının tanımları, süregelen teknolojik gelişmelerin etkisiyle birçok değişikliğe uğramıştır. Diğer bir ifadeyle, tarih tekerrür etmekte, Ortaçağ'da yok sayılan, daha sonra tanınan çocukluk kavramı ve çocuğun yetişkinlerden farklı bir konumda olması gerektiği inancı, süreç içinde çocuğun yeniden yetişkinleştirilmesiyle tekrar yok olmaktadır. Bu trend çocukların en çok ilgisinin olduğu animasyon karakterleri ve çizgi filmlerde açıkça görülmektedir. Winx ve Barbie gibi animasyon filmlerinde hedef kitle olan çocukların büyüklerin hikayelerinde kendilerini buldukları, çizgi film karakterlerinde kendini buldukları figürlerin anne babaları ya da ablalarından fiziksel özelliklerini taşıdıkları, hikayede geçen zamanların onların yine ablalarının zamanlarını taşıdığı, içerik olarak onların hayatlarından bazı kesitler ve temalar üzerinde durulduğu çocukların tam olarak oluşmamış cinsiyet olgularına çeşitli kimlikler yüklendiği yine çocuk arkadaşlarına bakışlarının cinsiyet farklılığının ön plana çıkarılarak yansıtıldığı düşünüldüğünde bu amaca hizmet etmeyen eğitici çizgi filmlere olan ihtiyaç ta ön plana çıkmıştır.

Anadolu'da kekeleyerek ve bozuk konuşulanlara pepe denilmesinden ismini alan Pepee animasyon filmi ismini kısa zamanda çocuklar tarafından çok

sevilen çizgi filmlerden birisi durumuna gelmiştir. Çocuklara düzgün konuşma ile ilgili amaçları da olan animasyon filmi incelendiğinde içeriğinde yer alan müziklerle hem eğlenceli hem de eğitici olduğu gözlenmiştir. Animasyon filmi ismini genel olarak Anadolu kültüründen öğeler barındırmaktadır. Film hem görselleri hem konuları hem de müzikleri itibari ile arkadaşlık, aile, kardeş, büyük-küçük, akrabalık, doğa ve hayvan sevgisi gibi kavramları dolaylı ya da doğrudan konu aldığı gözlemlenmiştir. Yine içeriğindeki görsellerde kullanılan kıyafetlerde Anadolu kültüründen izler olduğu görülmektedir.

Pepe Şarkısı örneği:	(Gösterilen)
Dişini fırçalarken suyu boşa akıtma	Küresel ısınma
İhtiyacın yoksa ışık açık bırakma	Enerji sorunu
Evdeki ekmekleri sakın çöpe atma	Açlıktan ölen insanlar
Tasarrufu öğren sakın israf yapma	İslami gelenekler
İhtiyacından fazlasını alma	Azla yetinme
İhtiyacından fazlasını kullanma	İsraf
Oynayabileceğinden daha çok oyuncak alma	Sahiplenme
Tasarrufu öğren sakın israf yapma	Çevresel sorumluluk
İhtiyacından çok hiçbirşeyi alma	Razı olmak
İhtiyacın yoksa boşa israf yapma	İstifade etme

Animasyon filmi daha önce karşılaşılanların aksine çocuklara eğitim yoluyla birey adına değil toplum adına davranışlar kazandırmayı amaçlamaktadır. Göstergeler sırasıyla incelendiğinde bir yandan diş fırçalamaya ve banyo eğitimi verilip yönlendirilirken çocuk bir yandan da çevre duyarlılığına karşı eğitildiği sonucuna varılabilir. Işıkları kapatması gerekliliği çocuğun gelecekte karşılaşabileceği enerji sorunlarına karşı da uyarıcı ve hassasiyet artırıcı konumdadır. Evdeki ekmekleri çöpe atmaması gerekliliğini söyleyen gösterenler ile çocukların Afrika ya da savaşlarda açlıktan ölen çocukların da olduğunu bilinçaltına yerleştiriyor. İsraf yapmaması gerekliliği ile ilgili gösterenler çocuğun gelecekte eşit ve adaletli olması gerekliliğini kazandırmaya çalışıyor. İhtiyacından fazlasını almaması gerekliliği ile ilgili göstergeler çocuğun ebeveynlerine olan sorumluluğunu kazandırmayı amaçlamaktadır. İhtiyacından fazlasını kullanmaması çevresindekilerle de paylaşması gerekliliği anlamına geliyor. Çok fazla oyuncak almaması gerekliliği, tasarrufu öğrenmesinin onun çevresine eşit ve adil davrandığı anlamına gelir. Aynı zamanda razılığın ve istifade etmesine

yönelik gösterenler de şarkıda mesaj olarak verilmiştir. Bu mesajların hiçbirisi spontan değil her birisi ayrı ayrı titizliklerle çalışılmış uzman psikologların görüşleri alınarak uygulamaya konulmuştur.

SONUÇ

İnsan, sanatsal öğelerden örülü bir çevre içinde yaşamaktadır. Bu yaşam toplumsal, doğal ahlaki ve kültürel çevresiyle sürekli etkileşimde bulunarak toplumsallaşp kültürlenir.

İnsanın içinde yaşadığı çevresi, insanla birlikte, sürekli değişim ve gelişim göstermektedir. Müzik sadece dinlenebilir bir olgu değildir.

Müzik teknolojik gelişmeler sonrası medyanın olmazsa olmaz bir parçasıdır.

Müzik medyada eğitim alanında kullanılmalı bu kullanımda bilimsel ölçütler baz alınmalıdır

Müzik, toplumsal yaşamın gidişine paralel bir gidiş gösterir. Toplumsal yaşamdaki çeşitli dalgalanmalar, müzikte de kendini gösterir. Müziğin, insanlar ve toplumlar üzerindeki etkisi olumlu veya olumsuz olabilmektedir. Toplumu geliştirme ve güçlendirmede, müziğin etkisinden olumlu şekilde yararlanmada, kitle iletişim ve eğitim kurumlarının eğitici, düzeyli müzik konusunda göstereceği titizlik önemlidir. Genel müzik eğitimi, temel eğitimden başlayarak halkın günlük yaşantısına kadar her basamakta etkin biçimde yer almalıdır.

Pepee animasyon filmi içinde bulundurduğu öğeler ile toplumsal hayata katkı sağlayacak verileri ve bilgileri barındırmaktadır. Bu tür uygulamalar ile geçmiş nesillerin ve kültürlerin yeni nesillere aktarıldıkça anlam kazanacağı ve yaşatılacağı yadsınamaz.

Eğitimin çocukluktan başladığı gerçeği göz önünde bulunduğunda kültürel ahlaki ve insani davranışların çocuklara aşılması ile ilgili farklı bir yapıya sahip olan Türk Animasyon filmi özgün bir biçimde çocuklara kalıcı öğrenmeler oluşturmayı amaçlamaktadır.

KAYNAKLAR

Kitap

ALEMDAR, K. ve ERDOĞAN, İ. (1994). Popüler Kültür ve İletişim, Ankara: Ümit Yayıncılık.

BARTHES, Roland. (2009). Göstergibilimsel Serüven, İstanbul: YKY Yayınları

HANÇERLİOĞLU, Orhan (2000) Felsefe Sözlüğü, 12. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul

MUNCH, Charles. (1990) Ben Bir Orkestra Şefiyim, Afa Yayınları, İstanbul

POSTMAN, Neil. (1994) Televizyon: Öldüren Eğlence Gösteri Çağında Kamusal Söylem, çev. Osman Akınhay, 2.b., İstanbul: Ayrıntı Yayınları

SÖZEN, Metin ve TANYELİ, Uğur. (1986) Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü, Remzi Kitabevi, İstanbul

Dergilerdeki Makeleler

ŞEKER, N. Tülay ve BALCI, (2013) Emre Vadi Yeni Türk Çocuk Dizi Fenomeni “Pepee” Çizgi Dizisinin Alımlama Analizi Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Türkiyat Araştırmaları Dergisi 33:243-263

ÖZ, Nesrin Biber. (2001) İnsanın Kültürel Gelişiminde Müzik Eğitiminin Önemi Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi Cilt: XIV, Sayı: 1,

Tezler

USLU, Ali Deniz (2009) Müzikte Toplumsal-Kültürel Farklılaşma Ve Medya; "İstanbul Müzik Örneği Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi,

SÜMBÜLLÜ, Mustafa Kemal. (2013) Kuruluşundan Günümüze Anadolu Güzel Sanatlar Liseleri Öğretim Sürecinin Ve Mesleki Müzik Eğitimine Katkılarının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi (Erzurum Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi Örneği) Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müzik Bilimleri Anasanat Dalı Yüksek Lisans Tezi

**ELEŞTİREL MEDYA OKURYAZARLIĞI PERSPEKTİFİNDEN
ÇOCUK ve YETİŞKİN ODAKLI MÜZİK YARIŞMA PROGRAMLARI
(CHILDREN AND ADULT-ORIENTED MUSIC CONTEST PROGRAMS
FROM THE PERSPECTIVE OF CRITICAL MEDIA LITERACY)**

Yurdagül BEZİRGAN ARAR

Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü,
yurdagulakademik@gmail.com

ÖZET

Türkiye’de son dönemde popüler TV programı formatları arasında yer alan yeteneğe dayalı müzik yarışmaları, dikkate değer oranda izleyiciyi ekran başına toplamaktadır. Farklı kanallarda, farklı adlarla yayınlanan ve popüler müzik sanatçılarının jüri olarak yer aldığı bu programlar, yetişkinler ve çocuklar için iki ayrı formatta sunulmaktadır. Yakın dönemde, yetişkin formatı olan “O Ses Türkiye” ile en son yayınlanan “Star Işığı X Factor” adlı programların yanında, daha önce çocuk yarışmacıların sahne aldığı “Bir Şarkısın Sen” gibi yarışmaların yüksek izler kitle oranlarına sahip olduğu bilinmektedir.

Kapitalist piyasa ekonomisi içinde faaliyet gösteren ve temel hedefi izler kitle pastasından ticari pay almak olan medya, bu programlar aracılığıyla yarışmacılara bir ‘şöhret umudu’ ve ‘gelecek vaadi’nde bulunmaktadır. Tamamıyla ticari kaygının ağır bastığı bir anlayışla, sıradan insanların ‘yetenekleri’ ve bazen de ‘özel hayatları’ estetize edilerek medya piyasasında tüketime sunulan ‘meta’lara dönüştürülmekte, araçsallaştırılmaktadır. Temelde niyet, gizli yeteneklere fırsat yaratmak olarak resmedilse de, örneklerle bakıldığında yarışma programlarından ‘zafer’le çıkan hiçbir yarışmacı müzik piyasasında kalıcı olamamaktadır. Yarışmacıların gönüllülüğü ve rızasına dayalı bu ilişkiden doğan ‘yapay’ kazanımlar, uzun vadede çoğu yarışmacı için hüsranlı sonuçlanmaktadır. Katılımcıların çocuk olduğu formatlarda ise hem program süresince hem de program sonrası pedagojik sorunlara zemin hazırlayan psikolojik etkiler oluşabilmektedir. Bu bildiride, söz konusu yarışma programlarından seçilecek örneklerle, yetişkinleri, ebeveynleri ve çocukları medya tüketiminde aktif kod açıcılar olarak konumlandırmayı hedefleyen eleştirel medya okuryazarlığı perspektifine dayalı bir çözümleme yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Eleştirel medya okuryazarlığı, Müzik, Popstar, Yarışma, Yetenek.

ABSTRACT

Recently in Turkey, a considerable percentage of viewers are collected gathered in front of the screen by music talent contests which located may be evaluated as popular TV show forms. These programs are broadcasted in different channels with different names and offered in two formats for adults and children. The jury of each program is made up of popular music artists. It is known that the contests like “Bir Şarkısın Sen” in which children do perform get high amount of audience rate alongwith the adult formatted contests like “O Ses Türkiye” or recently aired “Star Işığ X Factor”.

Media, operating in the capitalist market economy and aiming to get a share from the commercial pie, promise to contestants a ‘hope of fame’ and better ‘future’ through these programs. Ordinary people’s ‘skills’ and ‘privacies’ are aestheticized and instrumentalized for consumption in media market and converted to commodities alongwith commercial concerns. Mainly the intention is presented as providing an opportunity for hidden talents; but in the reality no contestant who is victorious can be permanent in the music market, when looking at examples of contests. These ‘artificial’ achievements which come from the voluntarism and consent of the competitors result in disappointment for most of them in long-term. In children-oriented versions, psychological effects which result in post-pedagogical problems may occur during and after the shows. In this paper, these contests will be analysed by examples and through critical media literacy perspective which accept adults, parents and children as active code openers in media consumption process.

Key Words: Critical media literacy, Music, Popstar, Competition, Talent.

GİRİŞ

Medya tüketimine ilişkin sosyolojik ve etnografik çalışmaların bir kısmı ticari medyanın izleyiciler üzerinde yozlaştırıcı etkileri olduğunu ve onları pasif tüketiciler olarak konumlandığını savunurken; bir kısmı da ticari kültürün yapıcı ve güçlendirici potansiyeline vurgu yaparak, alternatif tüketim deneyimine olanak sağlayan medyanın kimlik ve zevk sorunları konusunda seyirciyi daha aktif konumlandığını varsayar. Storey (2000, 117)’in “ahlaki ve karamsar solcular” olarak nitelediği ve kapitalist tüketim ilişkilerine saldıran eski kuşak, Robins (1999, 174-179)’e göre elitizm ve ahlâkçılığa kayma eğilimindeyken; seyircilerin aktif ve yaratıcı rolüne fazla önem atfeden yeni kuşak araştırmalarsa popülizm ve göreceliğin tuzağına düşme riski taşır. Bu çalışmanın amacı iki yaklaşım arasında bir ara yol olarak eleştirel medya okuryazarlığının önerilerini merkeze alıp, ticari yayıncılığın program formatlarından biri olan ve popüler eğlence kültürüne dayalı müzik yarışma programlarını değerlendirmektir.

Çalışmada esas olarak, ‘yarışmacı’ zihniyete dayalı program formatlarında ‘sıradan’ı merkeze alan, onu medyatik ve popüler bir ‘meta’ haline getiren, izleyiciye çeşitli düzeylerde ‘katılımcı’ statüsü tanıyan ve tüm bunları ‘rıza’ya dayalı hegomonik bir sistem içinde dayatan medyanın, kâr odaklı ticari pratiklerine odaklanılmaktadır. Söz konusu yarışma programlarının öne sürülen hedefleri ile ortaya çıkan sonuçlar arasındaki paradoksal görünüm ise eleştirel medya okuryazarlığı perspektifinden bir okumayla ele alınmaktadır. Bu yapılırken genel olarak müzik yarışma programlarının görünen niyetleri, hedefleri, program formatının mantığı ve kapitalist ticari sistemde faaliyet gösteren medyanın ‘sıradan’ bireyler üzerindeki tasarrufları ana temaları oluşturmaktadır. Niyet, aktif pozisyonu tümüyle medyaya, pasif pozisyonu izleyiciye yüklemek değildir. Aksine izleyiciler, ‘rıza’ kavramı üzerinden aslında kendi yaşamları ve gelecek tasarımları üzerinde inisiyatif sahibi bireyler olarak görülmektedirler.

YETENEĞE DAYALI MÜZİK YARIŞMA PROGRAMLARI

Türkiye’de televizyon yayıncılığında 2000’li yılların başından itibaren dikkate değer oranda izleyiciyi ekran başına toplayan önemli program formatlarından biri de yarışma programları oldu. Özellikle “Biri Bizi Gözetliyor” (BBG) adı altında, ‘gözetleme’ kültürünün medyatik taşıyıcıları olarak ortaya çıkan yarışma programlarının arkasından, alternatif/benzer yarışma formatları geldi. Bunlardan biri de, yetenek yarışmaları oldu ve müzikal yetenekleri keşfetmeye dayanan programlar, izleyiciyle böylesi bir süreçte buluştu. Televizyon kanallarının, izleyici bulan programları tekrarlama eğilimi doğrultusunda, yeteneğe dayalı müzik yarışmaları farklı kanallarda, farklı adlarla, farklı müzik türlerini tema edinerek, yani farklı izler kitleleri hedef alarak yayınlanmaya başladı. Yetişkinlere yönelik olarak başlayan yayınlar, bir süre sonra çocuk yetenekleri keşfetmeye dayanan ve 6-15 yaş arası çocukların dahil edildiği segmentlerle izleyici karşısına çıktı. Popstar (2003-Star Tv), Akademi Türkiye (2004-Atv), Pop Star Türkiye (2004-2005-Kanal D), Pop Star Alaturka (2007-Star Tv), Bir Şarkısın Sen (2009-Atv), O Ses Türkiye (2011-Show Tv), X Factor Star Işığı (2013-Kanal D) bunlardan bazılarıydı.

Yeteneğe dayalı müzik yarışma programlarında, yarışmacıların yetenekleri, ses ve sahne performansları, programın niteliğine göre farklı müzik türlerine mensup ses sanatçısı, menajer, organizatör ve koreograf sıfatına sahip jüri üyeleri tarafından değerlendirilirken, nihai karar SMS’lerle oy vermesi beklenen izleyici kitleye bırakılır. Yani pek çok bakımdan heterojen durumdaki izler kitlenin çeşitli eğilimlerinin (müzik bilgisi, eğitimi, tüketim öncelikleri, duygusal beklentileri, hayranlık, taraftarlık vs.) belirlediği bir ‘yetenek keşfi’ sürecine dayanır format. Ancak özünde yetenek keşfi olarak nitelendirilse de, piyasa mantığına uygun olarak ‘rekabet’ ve ‘yarışmacı’ bir zihniyetin izlerini taşır. Bu programların temel niteliği, yarışmacı zihniyete dayalı olarak toplumsal ilişki kurguları sahneleyen, yani ‘sıradan’ ve ‘öteki’ hayatları estetize ederek ödül

sistemiyle potansiyel metalara dönüştüren programlar olmalarıdır (Bezirgan Arar, 2006). Katılımcılar açısından yarışmadan zaferle çıkacak olanların gelecek tasarımlarına hizmet eder gibi görünen ve katılımcılar lehineymiş yanılması yaratan bu yarışmalar, izleyiciyi de ‘hayranlık’ kodu üzerinden ‘tarafarlaştırarak’ sürece dahil eder.

Fisk (1999, 180)’e göre hayranlar (izleyiciler), aşırıya kaçan okurlardır: “Hayran olmak, metinle etkin, ateşli, partizan, katılımcı bir uğraşmayı gerektirir. ... Hayranlar, daha az aşırı popüler okurlardan tür açısından değil, derece açısından ayrılırlar”. Fisk’in partizanlık dediği şey bu programlarda hayranlığın yön verdiği ‘tarafarlık’ dolayısıyla ortaya çıkar. Katılımcılık ise programın izleyicilere tanıdığı ikinci ve belirleyen ‘jüri’ statüsünde netleşir. SMS’le ‘kazanan’ı belirleyen olmak bunun görünür yüzüdür. Piyasa mantığına çok uygun olduğundan, hem yarışmacıyı hem de izleyiciyi duygusal ve maddi beklentileri bağlamında yakalaması çok kolay olan programlardır. Ekranlara ilk elemelerden yansıyan görüntüleri ve ilk eleme kuyruklarını aktaran görüntüleri hatırlayalım. Uzayıp giden kuyruklar, talebin potansiyelini gösterir niteliktedir.

Çalışmaya konu olan program formatıyla ilgili tanımlayıcı çerçeve bu şekilde oluşturulduktan sonra; yarışma program formatını genel olarak programa yön veren popüler kültür anlayışı, müzikalite, jüri süreci ve izleyiciler, yarışmacı profilleri temel alarak çözümlenmek mümkündür. Böylece medya, izleyici ve yarışmacılar arasındaki ilişkinin yönünü tayin etmek de olası hale gelecektir. Bulgular, eleştirel medya okuryazarlığı perspektifine dayanan bir okumayla birlikte genel değerlendirme ve sonuç kısmında ayrıca tartışılacaktır.

MÜZİKALİTE, JÜRİ SÜRECİ VE İZLEYİCİLER

Söz konusu müzik yarışma programlarının kendi içinde bir segmentleşmeye gittiği; kimisinin Türk Sanat Müziği kimisinin Pop Müzik, kimisinin de Türk Halk Müziği odaklı temalarla benzer içeriği tekrarladıklarını söylemek mümkün. Ancak genel olarak reyting alan örneklerde, yarışmacılardan seslendirmesi beklenen müzik parçaları genellikle popüler müzik örnekleri veya diğer türlerin popüler versiyonlarıdır. Adorno’nun 1941 yılında ortaya koyduğu “On Popular Music” adlı çalışmasındaki tezlerden biri de, popüler müziğin dünyayı olduğu gibi ele aldığı ve sonsuz tekrara dayalı yapısıyla daima pasif tüketime uygun olduğu iddiasıdır. Herhangi bir popüler müzik ürünü genel olarak standartlaştırılmış ve genelden özele bireyselleştirilmiştir. Bu standartlaşma ve bireyselle genişleme onu, ticari boyutta sömürülüp tüketilmeye uygun hale getirir (Storey, 2000, 113-114). Dolayısıyla popüler müziğin bu özellikleri, ticari medyanın tüketime dayalı yapısı için de son derece uygundur ve tercih edilir. Belki böylesi bir iddia, söz konusu müzik programları üzerine kapsamlı bir araştırma yapıp genel olarak hangi parçaların seslendirildiğinin incelenmesini gerektirir ancak şimdilik bu niyeti, daha kapsamlı bir çalışma için saklı tutalım.

Buradan yola çıkarak denilebilir ki, müzikalite açısından şarkılar da, gelip geçici niyetlere ulaşma yolunda araçsallaştırılmışlardır. Yakın zamanda çok ses getiren ve Star TV’de yayınlanan “O Ses Türkiye”nin popüler müzik örneklerinin sergilendiği bir örnek olarak epey izleyici yakaladığı, sosyal medyada tartışılıp konuşulduğu hatırlanabilir.

Popülerlik kaygısının müzik türünün ötesinde, programın sacayağını oluşturan unsurlar açısından da öne çıktığını belirtmek gerekir. Bu ayaklardan önemli biri de jüridir. Aynı program üzerinden örneklediğimizde, seçilen jüri üyelerinin Murat Boz, Hadise, Athena Grubu’nun solisti Gökhan ve Ebru Gündeş gibi popüler isimlerden oluştuğunu ve programın yarışmacılardan çok jüri üyesi Gökhan’la ses getirdiğini hatırlayalım.

Program formatının olmazsa olmazlarından jüri heyeti, görünürde yarışmaya ciddiyet kazandıran ‘bilirkişi’ ya da ‘uzman’ statüsüne karşılık gelir. Ancak popülerlik ve sansasyon kaygısı, izleyicilerde yarışmacılara dair ‘hayran’lık ve ‘tarafdar’lık yaratma kaygısı şeklinde jüride de gözlenir ve jüri, izleyicileri bu yönde teşvik edecek stratejiler geliştirir. Jüri üyeleri genellikle müzik sektöründeki pozisyon, müzikalite, sanatçı kimliği ve hatta karakter açısından (belki de en önemlisi budur, yani karakter) farklı temsillerden oluşur. Müzikal yetkinliğiyle ‘uzman’ görüşünü temsil eden ‘paravan’ jüri, örtük ticari boyutla sarmalanmış gerçek jüri statüsündeki izleyici için bir bakıma ‘kanaat önderi’ne tekabül eder. Genellikle alanında duayen, popüler bir ses sanatçısı, bir sahne ya da giysi tasarımcısı, bir koreograf, bir menajer ya da organizatörden oluşan 4 kişilik jüri heyeti, sahne almadan önce çeşitli eğitimlerden geçen yarışmacıların sesine ek olarak her bakımdan performansını değerlendirmek üzere sahnedeki yerini alır. Ancak jüri seçiminde ‘karakter’ daha önemli bir belirleyen gibi görünmektedir. İzleyicideki hayranlık ve taraftarlık duygusunu harekete geçirmek için sansasyona ihtiyaç vardır ve bu sansasyonu üretecek bir karaktere. Genelde jüri üyelerinden biri ‘aklı selim’i temsil ederken bir diğeri sansasyonu yaratacak olandır. Pelin Akat, Armağan Çağlayan gibi örnekleri hatırlayalım. Kimi zaman yarışmacıyı rencide etmeye varan değerlendirmeler, çıkışlar ve kılık-kıyafete, aksesuar seçimlerine yönelik agresif yorumlar, izleyici çekmeye yönelik taktiklerdir. Hatta bazen jüri ve yarışmacı danışıklı-dövüş izlenimi veren mizansenler içinde çatışır, tartışır, bazen yarışmacı tevazu gösterir; alttan alır. Sansasyona yaslanan görünür jürinin değerlendirmelerinin niteliği de bu noktada tartışmalı hale gelir.

Ancak tüm bunlar bir şekilde izleyiciyi taraftar konumuna sürüklemeye hizmet eder ve ‘ticari’ jüri olarak nitelendirebileceğimiz izleyici bölünerek taraftarlaşır. Ardından da SMS göndererek ‘kazanacak’ olanı belirlemeye yönelir. Temelde, programın öngördüğü ve vaat ettiği ‘Star’ın keşfi konusundaki nihai karar izleyiciye bırakılmıştır çünkü. Müzikal bilgisi ve değerlendirme kapasitesi son derece heterojen, kitle niteliğindeki jüriye böylesi bir bağlamda yeteneği

keşfetme ve onu değerlendirme yetisi tanınmıştır. Yarışmacı gerçekten müzikal bir yeteneğe sahipse bile bunun değerlendirmesi yetkinliği olmayan, her bakımdan heterojen bir kitle tarafından gerçekleştirilir. Bu da gerçek hedeflerdeki popülerlik kaygısını ve örtük şekilde cereyan eden ticari boyutu anlamamıza yardımcı olur. İzleyici değerlendirmesinin (oylama) SMS yoluyla yapılması bunun en açık göstergesidir.

İzleyiciye verilen ‘jüri’, dolayısıyla ‘belirleyen’ olma statüsünün yarattığı yanılsama içinde, ticari boyutların gizlenmesi ya da gör ardı edilmesi daha kolay bir hal alır. İzleyici bunu anlamıyor değildir; ancak bir parçası olmaktan da kendini alamaz. İşte bu noktada, izleyici ile yarışmacı arasında kurulan duygusal bağların önemi büyüktür. İzleyicinin desteklediği yarışmacıyla kurduğu ilişki çoğu zaman müzikal yetenekten değil, duygusal bağlardan kaynaklanır. Bu bağlamda, program gerçek jüri statüsü tanıdığı izleyiciyi yakalayacak çeşitli ara yollar da yaratır ki, bunlar hem programı izletecek hem de karar süreçlerinde izleyicilerin kendileri yarışmacı arasında bağ kurmasını kolaylaştıracak taktikleri içerir. Bu taktiklerden önemli biri de yarışmacıların özel yaşamlarının medya tarafından araçsallaştırılmasıdır. Bu araçsallaştırma, program formatının teşvik edici yapısı içinde yarışmacıların kendi rızası ve hatta çabasıyla gerçekleşir.

YARIŞMACI PROFİLLERİ

“Vasatı iyi betimlemek gerekir...” der Gustave Flaubert. Gerek yarışmacı gerekse jüri statüsünde ‘sıradan’ insanı merkeze alan müzik yetenek yarışmaları, yarışmacıların müzik becerileri dışında özel yaşamlarını da ‘sıradışı’ ve ‘medyatik’ bir niteliğe kavuşturur. İşte ‘sıradan’ bireylerden oluşan ve ticari getiri beklentilerinin çizdiği ‘popülerlik’ tanımına uymadığından medya için ‘vasat’ olan bu insan kaynağını bir şekilde ‘sıradışı’ kılmak yani bu ‘vasat’ı iyi betimlemek gerekir. ‘Sıradışı’ hale getirme süreci, ‘sansasyonelleştirme’ yoluyla gerçekleşir. Bourdieu (2000, 24), sansasyonel olanı “ayıklama ilkesi” kavramıyla açıklar ve özellikle televizyon dramatikleştirmeye uygun yapısıyla, gösteriye dönüşebilecek her olayda ayıklama ilkesini özenle harekete geçirir. Yeteneğe dayalı yarışma programlarındaki ‘vasat’ insan kaynağında, “ayıklama ilkesi”nin harekete geçirilebileceği en dikkate değer alan, yarışmacıların kişisel yaşam öyküleri yani özel-mahrem alanları’dır. Yarışmacı statüsündeki sıradan bireylerin, özel yaşamı en estetize edilmiş haliyle medya piyasasındaki bu programlarda ‘meta’lara dönüştürülür ve bir pazar değerine kavuşur, sonunda da pazarlanır.

Gerçekte yetenek yarışmaları, yetenek ya da müzikal beceriden önce, yarışmacı ve izleyici (jüri) arasında gündelik yaşam deneyimleri üzerinden bağ kurmaya odaklanır ve buna göre organize edilir. Çünkü programın sürekliliğini ve beklenen sonuçlara ulaşmayı sağlayacak yol öncelikle buradan geçer. İzleyicinin hayranlık ve taraftarlık duygularını besleyen kaynak, yarışmacılarla kurulan duygudaşlıktır. Bu duygudaşlık, yarışmacıların kişisel hayat hikayelerinden türer.

Yarışmacılar, yarışmanın herhangi bir anında özel alanlarını açarlar ve neden bu yarışmaya katıldıklarını, katılmak/kazanmak zorunda olduklarını açıklayan deneyim paylaşımlarına girişirler. Bu deneyimler çoğu zaman hastalık, yoksulluk, geçim sıkıntısı, aileye bakma zorunluluğu gibi alt ve orta sınıf sıradan insanların ortaklaştığı yaşam deneyimleridir ve izleyicinin en kolay duygudaşlık kurabileceği öyküleri sunar. Kimi zaman ötekilik dahi, bu kurgularda paylaşılan ve prim yapan bir değere dönüşebilir. Bayhan Gürhan örneğini hatırlayalım. Ercan Saatçi, Ahmet San, Deniz Seki ve Armağan Çağlayan’ın jüri olduğu 2003 yılında yayınlanan *Popstar* yarışmasında, farklı yorumuyla hayran kitlesi oluşturan Bayhan Gürhan’ın hayat hikayesi de başarısında önemli bir paya sahip oldu. Yaşam deneyimi ortaya döküldükten sonra Bayhan’ın müzikal yeteneğinin dahi önüne geçti. Küçük yaşta annesinin intihar ettiği, alkolik bir babayla büyüyüp, hırsızlık ve adam öldürme gibi suçlara karıştığı ortaya çıkan Bayhan, gündelik yaşamın ötekilik tanımlarına karşılık gelen bir yaşam deneyimine sahipti; ancak bu, yarışma açısından avantajlı bir durum oluşturdu. Bayhan’ın yaşamı, popüler bir öyküye dönüşerek onu ‘sıradışı’ bir hikayenin aktörü olarak kodladı. İzleyici nezdinde polisiye haber öykülerinde görmeye alışık olduğu ve ‘sıradan’ bireylerde onay görmeyecek yaşam deneyimi, Bayhan için medyanın aracılığında bir avantaja, bir sermayeye dönüştü. Aynı yarışmada, ilginç karakteriyle hem alay konusu olan hem de belli bir popülerliğe kavuşan Ajdar Anık, makine mühendisliği formasyonuna sahip, ancak mesleğini bırakıp şarkıcılığa yönelmiş bir isimdi. Kariyerindeki bu beklenmedik yön değişikliği, yarışma sırasında onun ilginç kişiliğiyle birleşince kısa süreli popülerliğinde önemli bir etken oldu. Fakat Adorno (2002: 29)’nun işaret ettiği gibi, “şahane mazlumların yüceltilmesi, sonuçta, onları mazlumlaştıran şahane sistemin yüceltilmesinden başka bir şey değildir”. Hiçbirinin popülerliği uzun vadeli, müzikal yetenekleri piyasa için kalıcı olmadı.

MEDYAYLA RIZAYA DAYALI İLİŞKİ

Belirtilmesi gereken önemli bir nokta ise, bu programlarda yarışmacı ve medya arasında ortaya çıkan ‘rıza’ya dayalı ilişki biçimidir. Bu rızaya dayalı ilişki, piyasa beklentilerini karşılamaya yarar. Yarışmacı olduğu andan itibaren geçici bir medyatik kimliğe ve popülerliğe sahip olan ‘sıradan’ birey, bu medyatikliğin ve popülerliğin sürmesine, bir müddet de özel hayatını afişe ederek ve ondaki sansasyonel yönleri öne çıkararak katkıda bulunur. Ancak bunlar uzun vadeli beklentiler için yeterli değildir. Sonradan bu hikayeler, başka formatların malzemesi de olur. Magazin programları ve haber programları gibi. Örneğin, son yayınlanan *O Ses Türkiye* yarışmasının finalisti Hasan Doğru, konservatuar mezunu olmasının yanında, Zonguldak’taki babasının lokantasında çalışması nedeniyle ve ‘Çorbacı Pavarotti’ adıyla anıldı. Türkiye gerçeklerinden biriydi yaşam hikayesi. Okumuş ancak karşılığını henüz alamamış ve babasının yanında çalışıyordu. İzleyici ile buluşmada önemli bir duygusal basamak olarak, Hasan

Doğru’nun hikayesi medya için ve daha kısa vadeli olarak Hasan Doğru için elverişli bir metaya dönüştü.

Peki medya ve yarışmacı arasındaki bu ‘rıza’ ilişkisi hangi ortamda oluşur?... Geç modern hayat, bireylere hayatlarının bir ‘proje’ olarak yaşanmasını ve bu yönde düzenlenmesini dayatan bir çerçeveye sahiptir. Birey için yaşam, “hayatının akışı içinde sürekli şekil verdiği sembolik bir proje”dir (Thomlinson, 2004, 240). Benzer şekilde Connolly (1995, 38) de bireylerin sadece eylemlerinden değil, farklı düzeylerde geliştirdikleri karakter, zihinsel yaşam dengesi, kariyer gelişimi, aşk yaşamı, çocuklarının geleceği, gelir düzeyleri, toplumsal itibar gibi, kendi denetimi dışındaki etkilere açık pek çok alandan sorumlu olan bireyler için bu hayat projelendirmeyi gerektirir. Aksi halde suçluluk, sorumsuzluk, bağımlılık, anormallik, işsizlik, beceriksizlik, modası geçmişlik gibi ötekilik kategorilerinden birine yerleşecektir birey. Hayatını projelendiremeyen ya da bunu yapmayı reddeden birey farklı bir mücadele alanına girmek zorunda kalacaktır. Sistem dışı kalan ötekilik kategorilerine saplanmaya mahkûm olan projelendiril(e)memiş ve alternatif arayışı içindeki hayatlar, medya için değerlendirilmeye açık meta potansiyeli taşırlar.

Sistemin herkes için eşit kaynakları sunmadığı böylesi bir ortamda medya, bu tür yarışmalarla, iş, kariyer, statü, şöhret öneren hazır ve alternatif hayat projeleri vaat eder. Bireyin kendi imkanlarıyla olgunlaştıramadığı hayat projesinin başarıya ulaşması için bu gibi program formatları aracılığıyla imkanlar pazarlar. Birey bu yolu seçerken yapması gerekenleri, medyanın beklentilerini bilir, öğrenir. Bunu medya tüketimi sırasında gözlemleyerek de öğrenmiştir aynı zamanda. ‘Kazanan’ yarışmacının, ‘tutan’ şarkı ve tarzın hangisi olduğunu önceki örneklerden görerek öğrenir ve bu yönde uygun stratejileri taklit etmeye girişir. Alternatif bir hayat projesi öneren ve görünürde bir karşılık da beklemeyen medya, yarışmacıları (sadece müzik programlarında değil) para ya da şöhret, dolayısıyla bir gelecek ‘kazanmak’ uğruna dayatılan her öneriye açık hale getirir. Hatta bu, çoğu zaman bir tür ‘taktik’ formuna bürünüp, ‘fırsatçılığın’ bir stratejisine bile dönüşebilir. Dolayısıyla rızaya dayalı bir ilişki içinde iki tarafın istekleri de yerine gelir. Kısa süreli de olsa... Ancak genel olarak ve uzun vadede karlı çıkan taraf kapitalist piyasada faaliyet gösteren medya kuruluşlarıdır.

SONUÇ

Eleştirel Medya Okuryazarlığı Perspektifinden ...

Yayın mecrası televizyon olan müzik yetenek/yarışma programları, kaynağını ‘sıradan insan’ın gündelik yaşam deneyiminden ve onun medyayla kurduğu rızaya dayalı ilişkiden alır. Bu rızaya dayalı ilişkinin bir boyutu da Oktay (1995, 7)’ın deyimiyle “medyatik hedonizm”dir. Medyadaki gelir-geçer pek çok format ve içeriğe yön veren medyatik hedonizm gündelik hazlara dayanır. Bu

hazların kaynağı, özel hayat röntgenciliği, eğlence, unutmadır ve oyalanmadır. Ancak Oktay’a göre medyatik hedonizm, “acıdan kurtulmanın, acıdan özgürleşmenin yollarını göstermez, törelliği öngöremez. Piyasaya eklemlemiştir bu tür hedonizm”. Serbest piyasa koşullarında faaliyet gösteren kapitalist medyanın bayraktarlığını yaptığı kısa yoldan ‘köşe dönme’ anlayışına eklemlenen ‘şöhret’ önerisi sıradan birey için son derece caziptir. Ve gelecek endişesinin sürekli canlı tutulduğu sistem koşulları içinde medyanın gelecek vaatleri, sıradan bireylerin ona dair eleştirel bir bakış geliştirmesinin önünde ciddi bir engeldir. Özellikle eğlenceye dayalı program formatları arasında ‘gelecek umudu’ vaat edenler, bireylerin en fazla eleştirelilikten uzak tükettikleri ve hatta uygun şartlarda katılıma en fazla gönüllülük gösterdikleridir. Bu katılım, formata göre pasif izleyicilikten aktif katılıma açılan bir yelpazede gerçekleşir. Aktif katılım sıradan izleyicilerin bizzat yarışmacı sıfatı kazanmalarıyla gerçekleşir. Bu pozisyon, bireyler tarafından önemli bir ‘fırsat’ alanıdır ve medyanın en fazla promosyonunu yaptığı pozisyon olarak ‘sıradan’ bireye ‘şöhret=gelecek’ vaat eder. Çalışmanın konusunu oluşturan müzik yarışmaları açısından sonuç yetişkinler için bir albüm yapabilmek ve müzik piyasasına dahil olabilmek iken, çocuk yarışmacılar için daha ‘uzun vadeli istikbal imkanı’nın ilk adımı olarak algılanır. Burada rıza, çocuk yarışmacıların inisiyatifi elinde tutan ebeveynler düzeyinde ortaya çıkar. Ancak sonuçlar çocuk bünyesinde daha yıkıcı olabilir. Pedagojik sorunlara yol açabilir.

Ele alınan programlardaki yarışmacılar, her biri farklı tarzda, farklı öykülere sahip, doğal ya da eğitilmiş yeteneğe sahip bireyler olarak algılandılar da, tümü aynı sistemin içinde var olma ve aynı sistemin gerekliliklerini yerine getirme noktasında benzeştir. Çünkü bir tür “al gülüm ver gülüm” ilişkisinin hüküm sürdüğü yarışma programlarında, en azından sonuçlar açısından bakıldığında, yarışmacılara vaat edilen ödüller kısa vadeli ‘umut kapısı’ olmanın ötesine geçememektedir. Yarışma sonuçlandıktan sonraki süreçte kazananlar, bir süre başka program formatlarında konuk, jüri, bir klip sahibi, sunucu vs. olduktan, yani yine müzik değil ama medya piyasasının kendi içinde yatay ve dikey pozisyonlarda yer değiştirdikten sonra ortadan kaybolmaktadırlar. Bugüne dek gerçekleşen yarışmalardan ‘zafer’le çıkan örnekleri hatırlayalım ve bunlardan hangisinin bugün medyada ya da daha doğrusu müzik piyasasında kalıcı olabildiğini düşünelim. Muhtemelen örnek bulmakta zorlanacağız.

Öte yandan, burada deşifre etmeye ve sorgulamaya çalıştığımız medya içeriklerinin ya da mesajların, ya da bunların ticari bir meta olarak gündelik hayatta tüketim biçimlerinin önüne geçmek, bunları yok saymak, tüketimini engellemek, daha düzeyli hale getirilmesini sağlamak çok kolay, mümkün ya da önerilebilecek bir durum olarak görünmemektedir. Medya bu içeriklerle gündelik yaşam deneyiminin bir parçası olmayı sürdürecektir. Bu noktada yapılabilecek tek şey izleyicinin kendinde gelişim sağlamasıdır. Bu yol medya tüketimini toptan

reddetmeksizin, maruz kalınan içerikler karşısında aktif, sorgulayıcı bir yaklaşımı geliştirmektedir.

İşte bu noktada eleştirel medya okuryazarlığı çalışmanın başında belirtildiği gibi, medyanın izleyicileri pasifize ettiğine yönelik ahlakçı bir eğilime saplanıp kalmadan aynı zamanda izleyicinin aktif pozisyonunu da çok yüceltmeden, medya mesajları karşısında aktif, uyanık ve sorgulayıcı bir yaklaşım geliştirebilmenin bir ara yolunu sunmakta; bir imkân olarak karşımıza çıkmaktadır. Eleştirel medya okuryazarlığının önerilerinden ve tekniklerinden yararlanarak medya karşısında daha duyarlı bir pozisyonu yakalamak mümkün olabilir. Medyada yer alan çeşitli formatlardaki mesajlara erişim, onları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak ifade edilen medya okuryazarlığı, “gittikçe artan sayıda akademisyen ve eğitimci tarafından eleştirel çözümleme sürecine ve kişinin kendi mesajlarını (basılı, işitsel, görsel, çoklu medya ile) yaratmayı öğrenmesine gönderme yapmak için kullanılmaktadır” (Hobbes, 1998, 122). Aktif bir medya tüketiminin ön şartları olarak kabul gören bu becerilerin öncelikle okul temelli ortamlarda, kitle iletişim metinlerinin kullanılması yoluyla öğrenilmesi/öğretilmesi ve geliştirilmesi esastır. Eleştirel medya okuryazarlığı da benzer şekilde, kitle iletişim araçları vasıtasıyla maruz kalınan çeşitli formatlardaki yayınlar ve içeriklere karşı eleştirel, sorgulayıcı bir yaklaşım geliştirebilmeyi ve pasif birer tüketici olmanın ötesine geçmeyi önermektedir. Bu okul destekli yani, okullarda medya okuryazarlığı adı altında verilecek ders içerikleriyle hayata geçirilebilecek bir projedir. Ayrıca öğretmenlerin ve ebeveynlerin de bu eğitimden geçmeleri suretiyle okuldan, ev içine ve gündelik yaşamın tümüne yayılan bir etkin medya tüketimini hedeflemektedir. Çocuk izler kitle ve çocuk yarışmacılar açısından da düşünüldüğünde, Trend’in kültürel çalışmalar ve eleştirel pedagojinin buluşma noktası olarak tanımladığı (akt. Binark ve Gencel Bek, 2007, 102) eleştirel medya okuryazarlığının önerisi, izleyicilerin medyanın mesajlarına karşı uyanık olmaları, onları dünyayı doğru algılayabilmek için eleştirel ve sorgulayıcı bir şekilde sorgulamalarıdır. Bunun için izleyicinin medya mesajları ile arasına bir mesafe koyması ve mesajlara uyanık olarak sorgulayıcı yaklaşması esastır.

KAYNAKLAR

Kitap

ADORNO, T. W. (2002), *Minima Moralia*, O. Koçak, A. Doğukan (çev.), İstanbul: Metis Yayınları.

BİNARK, M. ve GENÇEL BEK, M. (2007), *Eleştirel Medya Okuryazarlığı-Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar*, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

BOURDIEU, P. (2000), *Televizyon Üzerine*, T. Ilgaz (çev.), İstanbul: YKY.

CONNOLLY, W. E. (1995), *Kimlik ve Farklılık-Siyasetin Açmazlarına Dair Demokratik Çözüm Önerileri*, F. Lekesizalın (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

FISTE, J. (1999), *Popüler Kültürü Anlamak*, S. İrvan (çev.), Ankara: Ark-Bilim ve Sanat Yayınları.

OKTAY, A. (1995), *Medya ve Hedonizm*, İstanbul: Yön Yayıncılık.

ROBINS, K. (1999), *İmaj-Görmenin Kültür ve Politikası*, N. Türkoğlu (çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

STOREY, J. (2000), *Popüler Kültür Çalışmaları: Kuramlar ve Metotlar*, K. Karaşahin (çev.), İstanbul: Babil Yayınları.

THOMLINSON, J. (2004), *Küreselleşme ve Kültür*, A. Eker (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Derleme

BEZİRGAN ARAR, Y. (2006), ‘Sıradan’ı Üretmek ‘Sıradan’ı Tüketmek: Kenarda Kalanın ‘Sıradışı’ Potansiyeli Üzerine, S. İçin Akçalı (der.), *Gündelik Hayat ve Medya: Tüketim Kültürü Perspektifinden Okumalar içinde*, İstanbul: Babil Yayınları, 65-96.

Makale

HOBBS, R. (2004), *Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma*, M. T. Bal (çev.), Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 37 (1), 122-140.

İnternet

ADORNO, T. W. (1941), *On Popular Music*, <http://260mc.files.wordpress.com/2010/10/adorno-on-popular-music.pdf>. Erişim: 28. 06.2014

DİL VE KÜLTÜR: KIRIM TATAR HALK YIRLARININ ÜSLÜBİY ÖZELLİKLERİ

Doç. Dr. Zakiya Mamutova

Kırım Müh. ve Pedagoji Ün. Kırım Tatar ve Türk Dilşinaslığın Bölümü,
rusridmam@mail.ru

ÖZET

Dil, halk kültürünün gelişimini ve biçimlendirmesini etkilemeye imkan yaratıyor. Buna karşılık halk kültürü de şahsiyet gibi zatlaşıyor. Böylece, dil, kültür ve şahsiyetin meselelerine esas yer ayırmasının gereği apaçık görünmekte. Çünkü pratik yönden kişiler arasındaki manevi ilişkiler, halkların etnik kültürü ve işbirliği tam kültürden kaynaklanıyor, kültürlerin ilişkileri ise bireylerin konuşmasında aktüeldir. Tüm diller sürekli biçimleme sürecinde bulunuyor, değişiyor, gelişiyor, onları geçmişi, bugünü ve geleceği vardır. Böylece, dil her zaman konuşma vasıtası olarak kullanılıyor. Çağımızda hep artılar ülke ve halkın kültürel, bilim ilişkileri ‘dil ve kültür’ ve ‘dil şahsiyeti’ gibi konular gelen dilbilimin ve sosyal dilbiliminin önemli meseleleri sırasına getiriyor. Bu konuların gerçek karşılıklı etkisini gösteren ilkiler, yaklaşımlar, kavramsal şemalar, bilim emsilelerin nazari yönden öğrenimi şu cehetten önemli bir yer almakta. Leksikoloji bölümüne ait o tasviriy vastalarla bağlı konular üzerinde yapılan araştırmalara dayanarak konu açıklanıyor; Toplam – Kırım Tatar **halk yırlarında** mecazın kullanışı. Kırım Tatar dilinde mecaz yırların dilinde çok kullanılır. Mecazın kendine has özelliklere sahip, nutkun çeşit inceliklerine yansıyor. Dilde yaygın olan vasıtalar (kıyaslar, mecazlar, kıyaslar, mübalağalar, allegoriler) sanatsal ve edebiy anlamı tamamlamak için hizmet ederler. **Yırlarda edebiy sanaat** sözlerinin kullanmayı düşündüğü leksik materyali seçtiği basamak en ilginç safhadır, çünkü özellikle leksik materyal tıpkı bir ayna gibi halk yırlarının manasını yansıtır. Kırım Tatarca, türk dillerinin birisidir. Dil bilimde etnik dile ‘Milli dil’ denilir. Bu dil, Kırım yarımadasında yaşayan eski yerli ehalinin ana dilidir. Tüm diller sürekli biçimleme sürecinde bulunuyor, değişiyor, gelişiyor, onları geçmişi, bugünü ve geleceği vardır. Böylece, dil her zaman konuşma vasıtası olarak kullanılıyor. Bu konuların gerçek karşılıklı etkisini gösteren ilkiler, yaklaşımlar, kavramsal şemalar, bilim emsilelerin nazari yönden öğrenimi şu cehetten önemli bir yer almakta.

Anahtar Kelimeler: söz, tasviriy vastalar, dil, üslub, kırım tatar dili.

ABSTRACT

The article discusses the features of the text of the literary works on the lessons of the Crimean Tatar language. Using local history materials on the lessons for the development of speech and in creative works. We examine the features of the language etnokulturological material and especially the use of linguistic resources, the importance of linguistic material in works of literature, in folklore. The language of Crimean Tatar folk songs occupies a special position, because in the artistic speech uses language means of all styles, including the most typical and most striking of them (a metaphor, metonymy, allegory, hyperbole). The main functions that are considered in the of Crimean Tatar folk songs aesthetic, historical, informative and communicative. The article examines the emotional and stylistic features of expressive language of folk songs.

Key words: stylistics, lexicology, language, Crimean Tatar language, a metaphor.

GİRİŞ

Kırım topraklara gelmiş olan her hangi bir insan Kırım Tatar’ların tarihî izlerini çok araştırmış, onların kültürü ve yaşam şekliyle ilgilenirken bulduklarını büyük istekle öğrenmeye başlamıştır.

Öğrenebildiğimizden dolayı Kırım’a gelmiş olan bir çok şair ve yazarlar vatanımız üzerine kendi izlenimlerini manzum ve mensur eserlerine aktarmışlar.

Kırım hakkında yazan şairler, eserlerine vatan sevgisini dökerek yeşil adama da kalplerinde filiz atmış nazik duyguları açıklamışlar.

İşbu sunumun amacı Kırım Tatar türkü ve müzik eserlerinin sistemli folklor analizidir. Araştırmanın ana vazifesi Kırım Tatar türkü ve müzik eserlerinin türlerini belirlemek, nitelendirmek ve meselenin incelenme tarihini kısaca tanıtmaktan oluşur;

- Kırım Tatar türkülerinin sınıflandırılma ilkelerini incelemektir,
- Stilistik özelliklerini incelemek ve tarif etmektir,
- Çok beyitli nağmeler söylenme geleneğinin özgünlüğünü belirlemektir.

Araştırma metodolojisi, kültürel, etnografik, etnik dilbilimi çalışmaları üzerinde belirlenen yaklaşımlar kapsamından oluşur. Analizin ana usulleri – tarihsel-karşılaştırma, yapısal-yöntemsel ve betimsel metotlardır.

FOLKLOR ARAŞTIRMALARI

Kırım Mühendislik ve Pedagojik Üniversite'mizin kapsamında Kırım Tatar'ların bitişik yerleşimi yerlerinde yıllık olarak folklor pratiği uygulanır. Adı geçen pratik sırasında Kırım'da sürgünden önce yaşayan yaşlı kuşak tarafından söylenen türküler toplanır.

Metin malzemeleri olarak Yahya Şerfedinov ve Fevzi Aliyev'in türkü kitapları da kullanılmıştır.

Müzik tahlili için neredeyse bütün yayınlanmış türkü kitapları kullanılmıştır.

Adı geçen türkü kitaplarında, yazar-besteciler, sınıflandırma meselesini ilk defa tarihsel, etnografik, şiirsel, müzikal, icra gibi farklı açılardan öğrenmişler ve Kırım Tatar türkü sanatını dört türünü ayırmışlar:

- 1) Tören türküleri,
- 2) Oyun ve dans türküleri,
- 3) Kısa lirik türküleri,
- 4) Uzun lirik türküleri.

Bundan dolayı sınıflandırmanın filolojik varyantı meydana çıkmıştır: a) tören, b) oyun, c) tarihî, d) lirik, e) kısa türküler.

1979 tarihinde Taşkent'te yayınlanan “YANGIRAY HAYTARMA” kitabında geleneksel folklor işbu türkülere bölünmüştür:

1) Tören ve ev türküleri (takvim, emek, düğün, misafir, eski halk oyun türküleri),

2) Tören dışı türküleri, a) beyitler, tarihî türküleri; b) uzun lirik türküler ve köy türküleri; c) sosyal ve yaşam şekli açıklayan türküler; d) takmaklar ve oyun havaları. Kırım Tatar müzik folklorunun konu zenginliği ve değişikliğini dikkate alan adı geçen sınıflandırma, türkülerin sınıflandırılmasında kriterlerin karışmasını göstermektedir.

Dilbilimci veya müzikbilimci gibi Kırım Tatar folklor araştırmacılarının genel teorik düşünce ve işlerini dikkate alarak halkın türkü yaratıcılığının sınıflandırılma meselelerini işlemiş sınıflandırmayı takip ederiz.

Kırım Tatar lirik türkülerin ana grubu vatan, memleket, akrabalar ve yakın insanlar hakkındaki eserlerden oluşur. Vatan ve ev hasreti hakkındaki türküler,

daha çok belli sebeplerden dolayı vatan topraklarını terk etmek zorunda kalan insanların yaratıcılığıdır. Bunların ana güdü büyük vatan toprakları ve oralarda kalan akrabaları, yakın insanları, sevgili hasretidir:

‘Yandımda yandım’ / ‘Port Artur’ / ‘Yalıboyu’ / ‘Bir Quşedim’ / ‘Seyit oğlu Seydamet’ / ‘Güzel KIRIM’ / ‘Ural Dağı’ / ‘’dın, millet, öksüzlük ve yetim imajı, kovulma gibi konular özel bir yer tutar. Türkülerdeki yetim en mutsuz bir insandır, çünkü onun evi, akrabaları, yakın insanları yoktur.

Sosyal hayat ve hüznü kader hakkında türkülerde Kırım Tatar halkının zenginlik ve fâkirlik hakkında düşüncüleri yansımıştır. Dünyanın birçok halkı gibi Kırım Tatar’larının ataları da her insanın kaderinin insanın doğum gününde alında “yazılmış” olduğunu düşünmüşler. Kader bilinmeyen, kaçınılamazdır: («Sabancı nürküsi» – «Şompol yırı»).

Güney ve bozkır Kırım Tatar’larının türkülerinde geçim sıkıntısı, kader, kötü kadere benzeyen (talihsizlik, şanssızlık, keder, belâ, sıkıntı, dert) ve öyle denilen «işkence», «kaygı», «hasret», «rıızık», «mal-mülk» imajı aktif olarak kullanılır. O, ayrı insanın hem de sosyal grubun zor talihinin sebebidir.

Sürgünlük zamanında yabancı memleketlerde şans arayanların türkülerinde vatan hasreti ve hayatta kendi yerinin aranması olarak iki konu bir araya getirilmiştir («Qara Deniz» – «Güzel KIRIM»).

Allah’ın iradesine bağlı olan mutluluk – baht yırları – kötü kaderin antipodudur. Kırım Tatar’ı her belli insanın mutluluğunun Allah’ın takdirine bağlı olduğuna inanmıştı. Kırım Tatar türkülerinin metinlerinden görüldüğü gibi mutluluk insana hayatının belli bir aşamasında yüzünü (baht) ya da arkasını dönebilir (genellikle, bu, evliliklerinden önce ana evlerinde gamsız ve kaygısız olarak yaşamış olan kızlara aittir), bu baht satın alınamaz ama insan nerede olursa olsun baht her yerde lâzımdır («Ural DAGI» «Dereler Şuma-şuma»)

...Dereler Şuma-şuma

Neler geldi başıma..!

Daha neler gelecekdir

Şu ğarip bir başıma...

Kadınların zor talihleri konusu, “Kadın kaderi” olan genel adı altında toplanan türkülerin ana içeriğidir. Bir kızın talihi belli yaşa erişip ana evini terk etmek zorunlu olmasıdır. Türkülerin yazarları bu tür talihsizliğin doğumdan beri alın yazısı olduğunu düşünmüştür («Suv akar tınıq-tınıq»/«Topuzlu şalım»/«Ben annemni bir qiziedim..»).

İncelendiğimiz gruplar sırasında daha bir grup sevgi hakkında türkülerini içerir. Bu grup Tümen Kırım Tatar’larının türkülerinde ana yer tutar («O kimnin kızı» – «Ayşem», «Ay yarıq gecesinde» – «Hem seversin hem sevmezsin»). Sevgi türkülerinde mektup imajı mevcuttur – Mektup yırları.

Kırım Tatar türkü folkloründe kentler ve köylerin adları esasında oluşturulan imaj grubu vardır.

Coğrafi adlar aslında çok şiirsel olarak bir türküyü süsler ve canlandırır. Bunlar aynı zamanda hasreti getirip ana memleketlere dönme gayretine yol açar.

Kitaplardaki türkülerin örnekleri muhtevaları bakımından oldukça çeşitli olup Kırım Tatar halk lirik türkülerindeki şiir sanatını az çok olarak yansıtır.

Şiir metinlerinin analizi gösterdiği gibi; Kırım Tatar’larının türkü eserlerinde daha çok Vatan, insanlar, kuşlar, dağlar, deniz, pınar imajları mevcuttur. Kuş kelimesi Kırım Tatar’larının türkülerinde bülbül imajı veya kuşların genel imajı olarak sık sık kullanılır. Bülbülün melodik, hasretli sesi belli bir insanın (şarkıcının) sesinin nitelendirilmesi sırasında kıyaslama olarak ta türkülerde kullanılır.

Türkü metinlerinin analizi gösterdiği gibi; kuşların imajlarının asıl sembolik anlamı hüznün, hasret, üzüntü ve ayrılıktır. Bu imajlar; güzellik, sevgi, bereket ve baht sembolleri olarak ta kullanılabilir.

Türküler üzerinde etnik-kültürel çalışmalar yapmak ve onların dil özelliklerini açıklamak için kavramsallaştırma usulü ve kavramsal uzay kaynağını seçimi ayrıca önem taşır. O, sözcük malzemeye dayalı düzenli alegorik transferlerin aşağıdaki türlerinin incelemiştir: 1) Nesne → Nesne; 2) Nesne → İnsan; 3) Nesne → Fiziksel âlem; 4) Nesne → Psikolojik âlem; 5) Hayvan → İnsan; 6) İnsan → İnsan; 7) Fiziksel âlem – Psikolojik âlem [3, S. 63–67.] ve «dilde düzenli olmayan alegorik transferlerin» kaydetmiştir [3, S. 95–100]: Hayvan → Nesne; Hayvan → Hayvan; Hayvan → Psikolojik âlem ; İnsan → Hayvan; Fiziksel âlem → Fiziksel âlem; Fiziksel âlem → İnsan. D. Dobrovolskiy, V. Malıgin, L. Kokanina’nın fikrinde deyişbilim aşamasında sadece FİZİKSEL ÂLEM→PSİKOLOJİK KAZA, FİİKÎ KAZA HAYVAN → İNSAN; NESNE → İNSAN gibi mecazlama yönelimleri keşfedilmiştir [3, S. 19]. Türküler içerisinde daha fazla karşılaştırma, abartma rastlamaktadır.

SONUÇ

Böylece türkülerini aşağıdaki gruplara ayırdık;

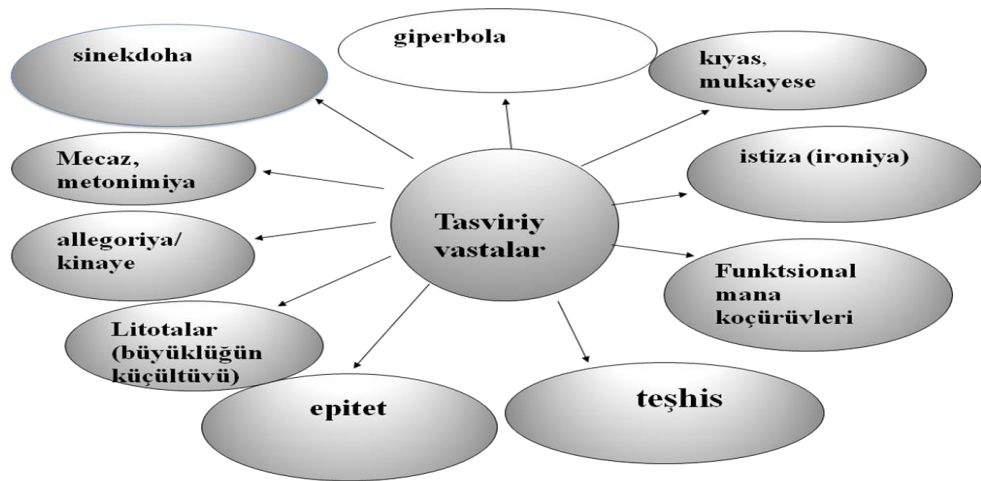
-İnsanın psikolojik durumunu açıklayan türküler,

- Vatan hasretini açıklayan türküler,
- Negatif duyguları açıklayan türküler,
- Acı duyguları açıklayan türküler,
- Karışık duyguları açıklayan türküler,
- İnsanın etkileyici durumunu açıklayan türküler,

Belki Kırım Tatar folklor kaynaklarının ayrıca yakınlığını düşünmelidir. O, bu konuda Kırım Tatar türkülerini göstererek millî örnekleri ve Kırım’da derlenmiş olanların birbirine benzerliğini açıklıyor.

Tasvir ve anlatımlı dil araçları yanında konusal stilistik araçlar da anılmalıdır. Konu, gerçekliğin seçilen bir parçasının edebi eserde yansıtılmasıdır. Herhangi bir metin belli başlı bir konu takımını içerir. Örneğin; santimentalizma için doğa ve köy yaşamı, zayıflar ve korunmasızların küçük düşürülme konuları özgüdür. Kâbus, delilik, ahlaka aykırı aşk ilişkileri gibi konular ise varoluşçuların romanlarının stili için tipiktir.

Türkülerdeki duygusal ve ifadeli araçlar üslupbilimde ancak sanatsal bütününe bağlı ve o bütününün ayrılmaz parçası olarak ele alınır. Türkülerin sanatsal metinlerinin her unsuru — sözler, kelimelerin sesleri, ibare yapımı ve başka unsurları — dinleyicinin aklına ve duygularına ayrı ve izole olarak değil mikro ve makro metin bütünü dahil olmak üzere sanatsal bütünüyle birlikte olarak kendi özel işlevi meydana getirerek etkiler. Metinde bulunan ifadeli ve sanatsal (metafor, alaysılama, abartma, alegori, kıyaslama vb.) araçlar ve yöntemlerin sayılması ne kadar kapsamlı olursa olsun üslup bakımından aynı görev yapar ve türkülerin bütünsel metinlerinde biçim ile içerik arasındaki bağlantını gösterir.



Bunun üzerine, bilimin gelişmesinin daha önceki aşamalarda geliştirilen

detaylı dil araçları sınıflandırılması kalıyor ama onun rolü ana değil yardımcıdır. Ana stilistik muhalefet, norm ile normdan uzaklaşma arasındaki muhalefet ya da bir deyimle geleneksel ifade edici unsur ile durumsal ifade edici unsur arasındaki muhalefet olur.

Böylece, geleneksel ifade edici unsur ile durumsal ifade edici unsur arasındaki karşıtlık, Kırım Tatar türkülerinin dilinde dil unsurlarının en sabit, en sık ve dolayısıyla en olası kullanılması karşıtlığıdır. Stilistik araçlar çeşitli ve çok sayılıdır ama bütün bunların esasında, bütün dil mekanizmasının esasında bulunan aynı dilbilimsel ilke bulunur: olayların karşılaştırılması ve bunların arasındaki benzerlikler ve değişikliklerin belirlenmesi, karşıtlık ve denkleşim.

Örneğin; türkülerin anlatımcılığı mecazlardaki sözlerin özel konumları ile sözdizim normları tarafından öngörülen ve dolayısıyla en olası konumlarının (bilinçaltı) karıştırılmasına bağlı olabilir.

Bazen “Vatan” konulu türkülerde etkileyici ifadeler daha fazla bulunduğu gözüküyor. Genel olarak Kırım Tatar ustaları türkülerin anlamına göre halkın hayat dramasını felsefî sembolüyle seslenmiş olan kavramsal eserini sunuyorlar.

Bu topraklara gelmiş ve burda kalmış olan bir çok şairler Kırım Tatar’ların tarihine ait izleri çok aramış, onların kültür ve yaşam şekliyle ilgilenirken bulduklarını büyük istekle öğrenmeye başlamışlar. Onların bu ilgileri kendi eserlerinde açıklanmıştır.

Biz, kendi açımızdan edebî, nefis söz sanatına elimizde olduğu imkânlarla göre edebiyatımız, folklor ve dünya klasik edebiyat mirasını kazandırmayı çalışacağız.

KAYNAKLAR

Yahya Şerfedinov. Yanra Kaytarma (1979). Taşkent.

Tamarchenko N.D. (2004). Edebiyat Teorisi, Moskova.

Blek M. Mecaz. (1990). Moskova.