Hacettepe Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı
Türk Halkbilimi Bilim Dalı

ÂŞIKLIK GELENEĞİ VE MEDYA ENDÜSTRİSİ İLŞİKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Süleyman FİDAN

Doktora Tezi

Ankara, 2016

ÂŞIKLIK GELENEĞİ VE MEDYA ENDÜSTRİSİ İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Süleyman FİDAN

Hacettepe Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı
Türk Halkbilimi Bilim Dalı

Doktora Tezi

Ankara, 2016

KABUL VE ONAY

Süleyman Fidan tarafından hazırlanan "Âşıklık Geleneği ve Medya Endüstrisi İlişkisi Üzerine Bir Araştırma" başlıklı bu çalışma, 16.12.2016 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. M. Muhtar KUTLU (Başkan)

Prof. Dr. Ali YAKICI

Prof. Dr. Nebi ÖZDEMİR (Danışman)

Prof. Dr. F. Gülay MİRZAOĞLU SIVACI

Prof. Dr. Metin ÖZARSLAN

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Sibel BOZBEYOĞLU

Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

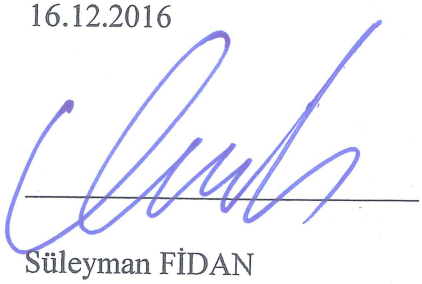
Hazırladığım tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

☐ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

☐ Tezim/Raporum sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.

☒ Tezimin/Raporumun 3 (üç) yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

16.12.2016



Süleyman FİDAN

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin/raporumun tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kâğıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır. Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinlerin yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

o Tezimin/Raporumun tamamı dünya çapında erişime açılabilir ve bir kısmı veya tamamının fotokopisi alınabilir. (Bu seçenekle teziniz arama motorlarında indekslenebilecek, daha sonra tezinizin erişim statüsünün değiştirilmesini talep etseniz ve kütüphane bu talebinizi yerine getirse bile, teziniz arama motorlarının önbelleklerinde kalmaya devam edebilecektir)

✓ o Tezimin/Raporumun 16/12/2019 tarihine kadar erişime açılmasını ve fotokopi alınmasını (İç Kapak, Özet, İçindekiler ve Kaynakça hariç) istemiyorum. (Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir, kaynak gösterilmek şartıyla bir kısmı veya tamamının fotokopisi alınabilir)

o Tezimin/Raporumun.....tarihine kadar erişime açılmasını istemiyorum ancak kaynak gösterilmek şartıyla bir kısmı veya tamamının fotokopisinin alınmasını onaylıyorum.

o Serbest Seçenek/Yazarın Seçimi

16/12/2016

Süleyman FİDAN

ETİK BEYAN

Bu çalışmadaki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, yararlandığım kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu, Tez Danışmanının Prof. Dr. Nebi ÖZDEMİR danışmanlığında tarafımdan üretildiğini ve Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine göre yazıldığını beyan ederim.

Süleyman FİDAN

TEŞEKKÜR

Gerek lisans gerekse doktora öğrenimim boyunca olumlu bakış açısı ve üretim odaklı anlayışı; ders dönemindeki yönlendirmeleri, halkbilimi çalışmalarına kültür endüstrileri ve kültür ekonomisi konularındaki katkıları; 2011'de fikrî altyapısı şekillenmeye başlayan tez konusunun belirlenmesinin yanında, uzun soluklu süreçle tezin bu aşamaya gelmesinde harcadığı emek ve gösterdiği sabır için danışmanım sayın Prof. Dr. Nebi ÖZDEMİR'e;

Doktora derslerinde alana farklı açılardan bakmamı sağlayan saygıdeğer hocam Prof. Dr. Dursun YILDIRIM'a

Ders dönemindeki yönlendirmelerinin yanında tez sürecinde akademik çalışmaları ve sözlü uyarılarıyla konunun boyutlarına katkı sağlayan, süreç boyunca desteklerini esirgemeyen hocalarım sayın Prof. Dr. Özkul ÇOBANOĞLU'na ve Prof. Dr. F. Gülay MİRZAOĞLU'na;

Tez sürecinde telefonla ve yüz yüze görüşmelerle bilgilerine başvurduğum, yönlendirmeleriyle tezin somutlaşmasını sağlayan değerli hocalarım sayın Prof. Dr. Muhtar KUTLU'ya ve sayın Prof. Dr. Ali YAKICI'ya;

Doktora öğrenimime Hacettepe Üniversitesinde başlamam konusunda beni yönlendiren yüksek lisans tez danışmanım sayın Doç. Dr. Ruhi ERSOY'a;

Ayrıca süreç boyuınca sık sık rahatsız ettiğim Hacettepe Üniversitesi Türk Halkbilimi Bölümündeki dönem arkadaşlarım Dr. Pınar KARATAŞ'a ve Dr. Hicran KARATAŞ'a; danışmanlık görevini yürüten Yrd. Doç. Dr. Zehra KADERLİ'ye ve Arş. Gör. Başak ACİNAN'a; tezin kontrol işlemleri için Gaziantep Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümünden Dr. Sertan ALİBEKİROĞLU ve her türlü yardımları için Türk Musıkisi Devlet Konservatuvarından mesai arkadaşlarıma;

Tüm desteği için eşim Gülşah Gaye ve sosyal zamanlarını bensiz geçirmek zorunda kalan oğullarım Veli Kağan ile Ozan'a;

Sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

ÖZET

FİDAN, Süleyman. *Âşıklık Geleneği ve Medya Endüstrisi İlişkisi Üzerine Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Ankara, 2016.

Endüstri Devrimiyle başlayan ve sonraki dönemlerde devam eden teknoloji, üretim, iletişim alanındaki yenilikler sosyal alanlardaki dönüşümü de tetiklemiştir. Kayıt teknolojilerinin ortaya çıkması ve gelişimi; kitle iletişim araçlarının toplum hayatına etkisi, göç olgusu, ekonomik faaliyetler, eğitim gibi birçok olgu, müzik ve edebiyat gibi kültür-sanat alanlarını da şekillendirmiştir. Genel olarak kültür endüstrileri kavramıyla tanımlanan, teknolojik ve ekonomik alanlar başlangıçta kültürü metalaştırdığı ve ticarîleştirdiği yönde olumsuzlanan görüşlerle ortaya atılmış olsa da zamanla geleneksel kültürün aktarımı için önemi anlaşılmış; kültür endüstrilerinden yararlanmanın yoları aranmıştır. Kayıtlı müzik sektörü dışında ve onunla işbirliği hâlinde radyo, sinema, televizyon, internet gibi sesli/sesli-görsel medya araçları da geleneksel müziği dönüştüren, değerlendiren, kitlelere duyuran, arşivleyen, geleceğe taşıyan yeni icra bağlamları olarak varlıklarını sürdürmektedir.

Sözlü kültür ortamında doğan, yaşatılan ve nakledilen geleneksel müziğin temel unsurlarından biri olan âşıklık geleneği değişim sürecinden etkilenmiş; yeni arayışlarla varlığını sürdürmeye çalışmıştır. Gelenekte; icracı, icrâ ortamı ve icra töresi, ürün, dinleyici kitle, eğitim, kayıtlama, ekonomik faaliyetler gibi birçok noktada değişim hızlı bir şekilde hissedilmiştir. Değişim süreciyle birlikte eserlerini medya bağlamındaki programlarda kısıtlı sürede ve diğer kent merkezli kültürel ekonomik alanlarda icra eden yeni âşık tipi ortaya çıkmıştır. Zaman zaman mahallî sanatçı, ozan, halk âşığı, Hak âşığı bu süreçte ve bağlamlarda en çok beğenilen ürünlerini ve kültürel bellekte öne çıkan eserleri icra etmeye başlamıştır. Yaşanılan dönemde, postmodernist anlayış ve popüler kültür etkisiyle medya yapımlarında geleneksel müzik belleğinden yararlanılmaya devam edilmektedir. Geleneksel müzik, medya merkezli yeni bağlamlarda, yeni formlarda ve yeni işlevler yüklenerek devamlılığını sağlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Folklor, müzik, kitle iletişimi, kültür endüstrisi, gelenek, âşık, icra bağlamı, değişim.

ABSTRACT

FİDAN, Süleyman. *A Research About the Relationship of Minstrelsy Tradition and Media Industry,* PhD Dissertation, Ankara, 2016.

Innovations starting with Industry Revolution and going on after in the field of technology, production and communication have affected the conversion in social fields. Many facts like emerging and developing of record technologies, mass media impact to social life, migration fact, economics activities, education have formed culture-art fields, too. Even though technological and economical fileds defined by culture industry raised with the negative ideas because of commoditizing and commercializing the culture at the beginning, their importance have been understood over time, the ways of benefitting the culture industries have been searched. Media tools except for recorded music sector and collabrated with it like radio, cinema, television and internet etc. have maintained their existences in new performance contexts as converting, evoluating, announcing, archiving, carriying to the future the traditional music.

Minstrelsy Tradition, the one of the main elements of traditional music born in oral culture enviroment, kept alive and transferred, has been influenced by changing process and tried to keep itse existence with new seeking. In tradition, changing in many points like performer, performance enviroment and performance tradition, product, public, education, recording, economic activities has been felt in a rapid way. With the changing process, a new minstrel type performing its works in the programs with the context of media in a short time and in urban centralized economical fields has been emerged. From time to time, local artist, minstrel, people minstrel (halk âşığı), holly minstrel (Hak âşığı) have started to perform the most favourite products and the works came into prominence in cultural memory in this process and context. In current time, it has been continued to benefitted from the memory of traditional music with the impact of postmodern understanding and popular culture. Traditional music has provided the continuity by undertaking the functionality in new contexts and new forms.

Key Words: Folklore, music, mass communication, cultural industries, tradition, minstrel, performing context, change.

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY i
BİLDİRİM ii
YAYINLANMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI iii
ETİK BEYAN iv
TEŞEKKÜR v
ÖZET vii
ABSTRACT viiii
İÇİNDEKİLER viii
KISALTMALAR DİZİNİ xii
TABLOLAR DİZİNİ xiiiv

GİRİŞ 1
ARAŞTIRMANIN KONUSU 3
ARAŞTIRMANIN AMACI 5
ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ 6
ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI 6
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ 7
KAVRAMSAL ÇERÇEVE 9
EVREN VE ÖRNEKLEM: ÂŞIKLIK GELENEĞİ 14
Üretim Ortam ve Araçları Bağlamında Türkiye'de Kültür Endüstrileri ile Âşıklık Geleneği İlişkisi 15
Aktarım ve Tüketim Ortamları/Medya ile Âşıklık Geleneği İlişkisi 19

BİRİNCİ BÖLÜM: RADYO 28
1.1. DÜNYA'DA RADYONUN GELİŞİM SÜRECİ 28
1.2. TÜRKİYE'DE RADYONUN GELİŞİM SÜRECİ 29
1.3. TÜRKİYE'DE RADYO YAYINCILIĞI ANLAYIŞI 35
1.4. RADYO, GELENEKSEL MÜZİK VE ÂŞIKLIK GELENEĞİ 45
1.4.1. Yurttan Sesler Korosu 51
1.4.2. Arşivcilik, TRT Türk Halk Müziği Repertuvarı ve Âşıklık Geleneği 60
1.4.3. Âşıkların Radyo Bağlamındaki Faaliyetleri 76
1.5. 1990 SONRASI TÜRKİYE'DE ÖZEL RADYO YAYINCILIĞI, TÜRKÜ RADYOLARI VE ÂŞIKLIK GELENEĞİ 91
1.5.1. Türkü Radyosu Kavramı 96
1.6. RADYO DERGİLERİNDE GELENEKSEL MÜZİK 99

İKİNCİ BÖLÜM: SİNEMA 104
2.1. TÜRKİYE'DE SİNEMANIN GELİŞİM SÜRECİ 104
2.2. SON DÖNEM TÜRK SINEMASINDA TÜRKÜLERİN KULLANIMI 111

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: TELEVİZYON 116
3.1. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE TELEVİZYONUN GELİŞİM SÜRECİ . 116
2.2. TELEVİZYON VE ÂŞIKLIK GELENEĞİ 125
3.2.1. Televizyonda Âşık Programları 132
3.2.1.1. Televizyonda Âşık Programların Tarihî Süreci 132
3.2.1.2. Adlandırma 138
3.2.1.3. Sunucu Âşık 138
3.2.1.4. Program Konukları 139
3.2.1.5. Stüdyoda Dinleyici Kitle 140
3.2.1.6. İzleyici Kitle 142
3.2.1.7. Mekân/Dekor ve Görsellik 144
3.2.1.8. Âşık Programlarında Genel Format 148
3.2.1.9. Rekabet, Reklam, Sponsorluk ve Tanıtım 165
3.2.1.10. Âşıkların Görüşleri Doğrultusunda Programlarının Ekonomik Boyutu 170
3.2.1.11. Televizyonda Yayınlanan Âşık Programlarının Değerlendirilmesi ... 173
3.2.2. Televizyonda Âşıklık Geleneği Konusunda Yayınlanan Kültürel Aktarım ve Eğitim İşlevli Programlar 176
3.2.3.Müzik-Eğlence Programları ve Âşıklar 184
3.2.4. Kültürel Magazin Programlarında Geleneksel Müzik ve Âşıklar 203
3.3. TELEVİZYON REKLAMLARINDA GELENEKSEL MÜZİK BELLEĞİNIN KULLANIMI 214
3.3.1. Reklam, Reklamcılık ve Kültür 214
3.3.2. Reklam Müziği ve Özellikleri 216
3.3.3. Reklam Müziği Olarak Geleneksel Müziğin Kullanıldığı Televizyon Reklamları 218
3.4. TELEVİZYON DİZİLERİNDE GELENEKSEL MÜZİK BELLEĞİNİN KULLANIMI 233
3.4.1. Dizi Kavramı ve Türkiye'de Dizilerin Serüveni 233
3.4.2. Diziler, Medya Kültürü ve Sözlü Kültür İlişkisi 241
4.4.3. Dizi Müziği 247
4.4.4. Dizilerde Geleneksel Müzik 249
3.4.5. Türkü Hikâyelerinden Türkü Dizilerine 261
3.5. MÜZİK KANALLARI VE VİDEO KLİPLERDE ÂŞIKLIK GELENEĞİ….. 264
3.6. TELEVİZYONDA YAYINLANAN SES YARIŞMALARINDA GELENEKSEL MÜZİK 285

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: İNTERNET 294
4.1. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE İNTERNET TEKNOLOJİLERİNİN GELİŞİMİ 294
4.2. MÜZİK VE VİDEO PAYLAŞIM SİTELERİNDE ÂŞIKLIK GELENEĞİ…. 295
4.2.1. YouTube ve Âşıklık Geleneği 296
4.3. SOSYAL MEDYADA ÂŞIKLIK GELENEĞİ 308
5.3.1. Facebook ve Âşıklık Geleneği 311
4.4. TÜRKÜ SİTELERİ 326
4.5. YENİ MEDYALARDA ÂŞIKLIK GELENEĞİ İÇERİKLERİ 330

SONUÇ 336

KAYNAKÇA 345

EKLER 372
Ek-1: Âşık Veysel Şatıroğlu'nun Konuk Olduğu 1964 Yilinda Yayınlanan Radyo Programının Sözel Metni 372
Ek-2: Yücel Paşmakçı ile 15.5.2015 Tarihinde Gaziantep Üniversitesinde Gerçekleştirilen Görüşme 394
Ek-3: Nebil Özgentürk (Yapımcı) ile 16.9.2014 Tarihinde Beşiktaş-İstanbul'da Bulunan "Bir Yudum İnsan Film Şirketi"nde Gerçekleştirilen Görüşme 403
Ek-4: Hasan Saltık ile 17.9.2014 Tarihinde Unkapanı-İstanbul'da Kalan Müzik Şirketinde Gerçekleştirilen Görüşme 410
Ek-5: (Tablo 5) Kasım 2014 Taramalarında Tespit Edilen Geleneksel Müzik Yayını Yapan Radyolar (Türkü Radyo) Listesi 415
Ek-6: Etik Kurul İzin Muafiyet Formu 420
Ek-7: Orijinallik Raporu 421

ÖZGEÇMİŞ 422

KISALTMALAR DİZİNİ

Â.:	Âşık
AB:	Eğitim durumu yüksek izleyici kitlesi (Reyting Ölçüm Kategorisi)
ABC1:	Orta sınıf izleyici kitlesi (Reyting Ölçüm Kategorisi)
ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
ADSL:	Asimetrik Sayısal Abone Hattı
akt.:	aktaran
ARPANET:	Advanced Research Projects Agency Network (ABD)
ATV:	Aktif Televizyonu
BBC:	British Broadcasting Corporation
bkz.:	bakınız
C.:	Cilt
CD:	Compact Disc
Çev.:	Çeviren
D&R:	Doğan ve Raks Grubu
DARPA:	Defence Advanced Research Projects Agency (ABD)
Drl.:	Derleyen
E.T.:	Erişim Tarihi
Ed.:	Editör
FM:	Frekans Modülasyonu
GAP:	Güneydoğu Anadolu Projesi
Hzl:	Hazırlayan
HAGEM:	Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü
HBB:	Has Bilgi Birikim
İMÇ:	İstanbul Manifaturacılar Çarşısı
İTÜ:	İstanbul Teknik Üniversitesi
km:	kilometre
kw:	kilowatt
LP:	Long Play
MESAM:	Türkiye Musıki Eserleri Sahipleri Meslek Birliği
MIT:	Massachusetts Institute of Tecnology (ABD)
MİFAD:	Millî Folklor Araştırma Dairesi
MMC:	Mega Music Channel
Mp3:	Film Uzmanlar Grubu Ses Katmanı 3
MTV:	Music Television
MÜYAP:	Müzik Yapımcıları Derneği
NO:	Numara
NTV:	Nergis Televizyonu
ODTÜ:	Ortadoğu Teknik Üniversirtesi
PT1:	Prime Time 1 (20:00-22:00 arası)
PT2:	Prime Time 2 (22:00 sonrası)
PTT:	Posta ve Telgraf Teşkilatı
RCA:	Radio Corporation of America
Rpt.:	Repertuvar
RTÜK:	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
S.:	Sayı
s.:	sayfa
S.F.:	Süleyman Fidan

SMS:	Short Message Service
SOKÜM:	Somut Olmayan Kültürel Miras
ss:	sayfa sırası
TCP/IP:	Transmission Control Protocol/Internet Protocol
TDK:	Türk Dil Kurumu
TGRT:	Türkiye Gazetesi Radyo Televiyzonu
THM:	Türk Halk Müziği
TL:	Türk Lirası
TMB:	Türk Müzik Birliği
TMDK:	Türk Musıkisi Devlet Konservatuvarı
TMSF:	Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
TNS:	Transparent Network Subtrate
TRT:	Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TSM:	Türk Sanat Müziği
TSR:	Terminate and Stay Resident
TTNET:	Türk Telekom Net
TTTAŞ:	Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi
tv:	Televizyon
ukw:	ultrakurzwelle
URL:	Uniform Resource Locator
vb.:	ve benzeri
VCD:	Video Compact Disc
vd:	ve diğerleri
WDR:	Geniş Dinamik Alan Oluşturma Teknolojisi
YİH:	Yaşayan İnsan Hazineleri

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1: Cem Radyo'nun 12.12.2014 tarihli yayın akışı……98

Tablo 2: 2010-2015 arasında Türkiye'de genel ve yerel kanallarda yayınlanan âşık programları……137

Tablo 3: "Diriliş Ertuğrul" dizisinin ilk bölümünün yayınlandığı 10 Aralık 2014 tarihli AB kategorisi reyting ölçüm sonuçları……..240

Tablo 4: "Diriliş Ertuğrul" dizisinin ilk bölümünün yayınlandığı 10 Aralık 2014 tarihli ABC1 kategorisi reyting ölçüm sonuçları…….240

Tablo 5: Kasım 2014 taramalarında tespit edilen geleneksel müzik yayını yapan radyolar (Türkü Radyo) listesi……...415

ŞEKİLLER VE GÖRSELLER DİZİNİ

Görsel 1: Guglielmo Marconi, geliştirdiği radyo düzeneğini incelerken……...29
Görsel 2: 1950'li yıllara ait İsviçre yapımı Tonfunk marka bir radyo……...32
Görsel 3: İkinci Dünya Savaşı sonrasında (1960'lı yıllar) piyasaya sürülen ukw lambalı Philips marka radyo…….33
Görsel 4: 1960'lı yıllarda ticarî albümde yer alan bir yerli radyo imalathanesinin tanıtımı…….33
Görsel 5: 'Radyo' dergisinde Âşık Veysel ile ilgili bir haber sütunu…….37
Görsel 6: 1940'lı yıllarda dönemin yazılı basınından radyonun toplumsal hayata etkisini anlatan bir karikatür……39
Görsel 7: "Kahramanlar Saati" programıyla ilgili "Radyo" dergisinin 5. Sayısında bir haber……..……..41
Görsel 8: Radyo dergisinin 15 Mart 1942 (İkinci Dünya Savaşı dönemi) tarihli Dördüncü sayısının kapak fotoğrafında radyo başında askerler……..42
Görsel 9: Mart 1942'ye ait Radyo yayın programı kalıbı……...44
Görsel 10: "Radyo" dergisinin 14. Sayı Kapağı (15 İkincikânun 1943)……48
Görsel 11: Ankara Devlet Konservatuvarı Folklor Arşivi Şefi Muzaffer Sarısözen…..51
Görsel 12: 'Radyo' dergisinde öğretim amaçlı yayınlanan bir türkü notası……..52
Görsel 13: Yurttan Sesler Korosunun Amerikan Büyükelçiliği resepsiyonunda verdiği konserden sonra 'Radyo Haftası' dergisinde bir haber……...54
Görsel 14: Muzaffer Sarısözen'in 1937 yılında derlediği "Eledim Eledim" türküsüne ait derleme fişi……..63
Görsel 15: Resimli Radyo Dünyasında Cemil Cankat ve oynadığı "Köroğlu" filmi ile ilgili bir haber……101
Görsel 16: Radyo Magazin Dergisinin 22. sayısında Şemsi Yastıman'ın günlük yaşamından fotoğraflarla anıları, saz çalmaya başlaması, eserlerinden örneklerle ilgili haber……..101
Görsel 17: Şemsi Yastıman ile ilgili bir haber: Radyo Haftası dergisinin 213. sayısında kendi atölyesindeki saz imalatı…….….102
Görsel 18: İlk Türk filmi olarak kabul edilen "Ayestefanos'ta Bir Rus Abidesinin Yıkılışı" adlı filme konu olan abidenin yıkılış fotoğrafı……...105

Görsel 19: "Eşkıya" filmi afişi…….106

Görsel 20: Metin Erksan'ın yönettiği "Karanlık Dünya" afişi…….108

Görsel 21: Yener Yılmazoğlu'nun "Çileli Âşık" adlı filminin görseli…….110

Görsel 22: 1940'lı yıllarda yeni medya aracı televizyon ile ilgili haberler basın-yayında yer bulmaya başlamıştır. 'Radyo' dergisinin 45. sayısında sayısında bir haber……118

Görsel 23: İTÜ Televizyonunda bir müzik programı……...120

Görsel 24: Türkiye'de özel yayıncılığın ilk kanalı olan Star 1'in logosu…….121

Görsel 25: Türk halk müziğinde anonimlik soruna mizahî bir yaklaşım…….127

Görsel 26: 1976'da televizyonda yayınlanan "Âşıkların Dünyasından" programından bir kesit……..129

Görsel 27: 13.3.2015 tarihinde Vatan TV'de yayınlanan "Sarı Tel" programında stüdyo konuklarından bir kesit……..141

Görsel 28: 30.10.2015 tarihinde yayınlanan "Âşıkların Avazı" programından bir kesit……147

Görsel 29: Ahmet Poyrazoğlu'nun yayına girecek programı için paylaştığı tanıtım görseli……168

Görsel 30: Yener Yılmazoğlu'nun kişisel Facebook sayfasında paylaştığı "Sarı Tel" programıyla ilgili görsel……169

Görsel 31: Dere Tepe Türkiye programının Kars bölümünden bir kesit. Barış Manço, bir köy odasında Âşık Şeref Taşlıova ve Âşık Murat Çobanoğlu ile sohbet ederken...207

Görsel 32: Dere Tepe Türkiye'nin Erzurum bölümünde kahvehanede Barış Manço Erzurumlu âşıklarla sohbet ederken……..209

Görsel 33: Gezelim Görelim ekibi 18 Nisan 2015'te TRT-1'de yayınlanan programın hazırlanış aşamasında Fethiye'de mahallî sanatçılarla birlikte…….211

Görsel 34: Âşık Kevserî ve Âşık Bayram Denizoğlu'nun da rol aldıkları, metin kısmını deyişme yoluyla aktardıkları 'Danino' reklamından bir kesit……...222

Görsel 35: "Arka Sokaklar" dizisinde Hüsnü Çoban'ın vurulması üzerine Facebook'ta düzenlenen cenaze etkinliği sayfası ve katılımcı sayıları……..246

Görsel 36: "Kurtlar Vadisi" dizisinin senaristleri tarafından hazırlanan "Unutulmaz Sözler-Diyaloglar" adlı kitabın kapağı……..247

Görsel 37: 'Elveda Rumeli-Makedonya 1897' Dizi Müziği CD Kapağı…….252

Görsel 38: 2014-2015 sezonunda Show TV'de ekrana gelen "Yılanların Öcü" dizisinden bir kesit…….256
Görsel 39: "Urfalıyam Ezelden" dizisinde sıra gecesi ekibi konak avlusu gibi geleneksel bir bağlamda icrada bulunurken……..259
Görsel 40: Âşık Mustafa Aydın'ın "Şahı Sultanım, Allahuekber Dağı, Ceren, Başımın Tacısın, Dilaram, Kızım, Gitme" adlı eserleri için hazırlanan kliplerin yer aldığı özel VCD kapağı……...……280
Görsel 41: Ufuk Yılmazoğlu Müzik ve Film Yapım Ltd. Şti. tarafından hazırlanan, Murat Çobanoğlu ve Yener Yılmazoğlu'nun farklı bağlamlarda söyledikleri eserlerin görüntülerle birleştirilmesiyle oluşturulmuş "Ustamla Yolculuk-1" adlı VCD kapağı…….282
Görsel 42: Maksut Feryadî'nin "Yüreğin Yansın" klibinden bir görüntü……283
Görsel 43: Athena müzik grubundan Gökhan Özoğuz ve Hakan Özoğuz, bağlama sanatçısı Mustafa İpekçioğlu ile birlikte Muhyiddin Abdal'ın 'Zahid Bizi Ta'n Eyleme' adlı nefesini yorumlarken……..……288
Görsel 44: "Sıra Sende" yarışmasından bir kesit……..……290
Görsel 45: Âşık Reyhanî'nin Camses Prodüksiyon tarafından YouTube'a yüklenen 'Erzurum'dan Göç' adlı eseri……..……..302
Görsel 46: YouTube'da 09.11.2016 tarihli 'Âşık Şeref Taşlıova' arama sonuçları…305
Görsel 47: Sosyal ağ şeması…….309
Görsel 48: 2015 yılı küresel alanda sosyal medya kullanıcı grafiği…….310
Görsel 49: Facebook'ta 'Aşık Reyhani' sayfasının kapak fotoğrafı. Murat Çobanoğlu, Şeref Taşlıova ve Reyhanî bir etkinlikte bir arada……...…….314
Görsel 50: Âşık Fuat Çerkezoğlu 1970'li yıllarda bir etkinlikte. Çerkezoğlu'nun Facebook sayfası kapak fotoğrafı……..316
Görsel 51: Âşık Cemal Divanî'nin 17 Kasım 2016 tarihli paylaşımı: 'Ocakbaşı- Bir Saz Bir Söz' adlı televizyon programının tanıtım afişi……318
Görsel 52: Âşık Cemal Divanî'nin 19 Kasım 2016 tarihli paylaşımı: Fazıl Mancılık ve Şakir İhsanioğlu ile Köy TV'de 'Ocakbaşı-Bir Saz Bir Söz' adlı programı çekimleri.318
Görsel 53: Âşık Cemal Divanî'nin 5.11.203 tarihli paylaşımı…….319
Görsel 54: Âşık Cemal Divanî'nin Facebook kullanıcılarını satirik bir üslupla değerlendirdiği ve 18.4.2016'da paylaştığı şiiri……320

Görsel 55: Âşık Cemal Divanî'nin 18.11.2016 tarihinde çırağı Zafer Kazancı ile deyişmesi……...321
Görsel 56: http://www.turkuyurdu.com/ adresinin türkü sözlerine yer verilen 'rastgele türküler' bölümü……328
Görsel 57: www.turkudinlee.com adresinden bir bölüm……..328
Görsel 58: www.turkudostları.net adlı siteden bir bölüm…….329
Görsel 59: www.turkuler.com adlı sitede âşık biyografilerinin yer aldığı bölüm linkleri……...…….330

GİRİŞ

Kültür kavramının tanımındaki "*maddî ve manevî unsurlar"* içerisinde yer alan ve bir toplumu -estetik anlayışı, hayatı yorumlayış biçimi ve kullanılan çalgıların çeşitliliği bakımından- diğer toplumlardan ayıran unsurlardan biri, o toplumun -kendi estetik potasında eritilerek kendini ifade imkânı bulduğu- "müzik" anlayışıdır. Müzik kelime anlamı itibariyle, "Birtakım duygu ve düşünceleri belli kurallar çerçevesinde uyumlu seslerle anlatma sanatı…" (TDK, 2011: 1741) şeklinde tanımlanır. Tanımdan da anlaşılacağı gibi müzik, duygu ve düşüncelerin ifade ediliş tarzlarından biridir. Eski çağlardan beri müzik bu işleviyle kullanılagelmiştir.

Kültür ve müzik araştırmacıları, geniş bir yelpazeye sahip olan müzik üzerine araştırma yaparken kolaylık olması için farklı sınıflandırmalara gitmişlerdir. Bu tasnifler yapılırken makam, ezgi, ayak, kullanılan çalgılar vs. göz önünde bulundurulmuştur. "Halk müziği" veya "geleneksel müzik" tabiri de bu tasnifin bir neticesi olarak düşünülebilir. "Genel olarak halk müziği, geleneksel ve sözlü olarak bir nesilden bir nesile aktarılan, yüz yüze iletişim ve sosyal etkileşimle sık sık uygulanan bölgeler ve etnik kökene bağlı müzik tarzlarından oluşur." (Titon, 2006: 395). Tanımda geleneksellik, sözlü olma, iletişim biçimi, icra sıklığı, yöre ve etnisite farklılığının etkisi gibi farklı noktalara dikkat çekilmiştir. Halk müziği oluşum, icra, gösterim, mekân, eğitim, içerik, uygulama, araç-gereç gibi çoğu noktada geleneğin belirlediği ölçütlerle ortaya çıkan ve sürdürülen bir sanatsal alandır. Bu yönüyle "geleneksel müzik" ifadesiyle de karşılanmaktadır. Halkbilimi için anahtar sözcük mahiyetindeki 'gelenek' konusunda yakın dönemde birbirini tamamlayacak şekilde görüşler bildirilmiştir. Bu görüşlerden öne çıkanlardan bazıları şunlardır:

S. Veyis Örnek, gelenekleri sözlü ve yazılı olarak değerlendirirerek onların âdetlerden daha güçlü bir şekilde sosyal yaşamın düzenlenmesinde ve denetlenmesinde rol oynadıklarını belirtmiştir (2014: 178-179).

D. Yıldırım, "Gelenek, yapı bakımından, donuk, statik, ortaya çıktıkları andan itibaren kendini tekrarlayan kalıplar değildir. Aksine, onlar, ait oldukları milletin ihtiyaçlarına uygun biçimde değişen, gelişen, ortadan kalkan veya parçalanarak yeni geleneklerin doğmasını sağlayan dinamik bir yapıya sahiptirler" (1998: 82) diyerek gelenek kavramına farklı bir bakış tarzıyla yaklaşmıştır. Ayrıca:

> Bilim ve teknolojinin, haberleşme ağının dünyayı küçültmesine rağmen, her iki ortam gelenekleri (sözlü ve yazılı ortam), yeni durumlar karşısında, milletlerin ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte ya değişme ve gelişme gösterirler yahut yeni ihtiyaçlara uygun yapıda yeni gelenekler yaratırlar. Bu kabiliyete sahip gelenekler, ait oldukları milletleri tarih sahnesine çıktıkları zamandan günümüze ulaştırmıştır; bu kabiliyeti gösteremeyenler tarih mezarlığına gömülmüştür (Yıldırım, 1998: 83) açıklamasında bulunmuştur.

R. Ersoy'a göre gelenekler, çıkış noktasında bireysel karakterli olsalar da nakledilme yoluyla toplumsal olma kapasitesine ulaşabilmektedirler. Nakledilme süreçlerinde ise geçmişten geleceğe doğru akıp giden dinamik zaman içinde toplumsal tecrübelerden oluşan birikimle, toplumların bugününü ve yarınını şekillendiren; aynı zamanda temsil ettikleri toplum için bütünleştirici, öteki için farklılaştırıcı işleve sahip olurlar (Ersoy, 2006: 135).

M. Ekici ise geleneği "eskiden beri devam edip gelen, gayri resmî yol ve yöntemlerle kazanılan ve kuşaktan kuşağa aktarılan ve zamanın ihtiyaçlarına göre her kuşakta belli ölçüde bireysel yaratıcılığa ve değişmeye ve de gelişmeye izin veren bilgi, hareket ve materyal ürünleri üretme ve kullanma tarzı" (2007: 20) olarak değerlendirmektedir.

Daha genel bir ifadeyle gelenek "geçmişten gelenle bugünün çözümlenmesi ve yönetilmesi; geleceğin kurgulanması ve planlanmasıdır" (Özdemir, 2008; 2015).

Birbirini bütünleyen bu düşüncelerin ortak noktası geleneğin dinamizmidir. Gelenek veya geleneksel ürün ortaya çıktığı şekil ve işlevlerle kalmaz, daima çağın şartlarına göre kendini yeniler. Kendini yenileyemeyen, işlevini tamamlayan veya yeni işlevler kazanamayan gelenek kültür tarihi araştırmalarına konu olur. Türk kültüründe halk müziğine bağlı olarak ana çatı geleneklerden biri olan âşıklık geleneği de tespit edilebildiği ilk dönemlerden günümüze kadar farklı adlandırma ve işlevlerle varlığını sürdürmüştür. Özellikle toplumsal dönüşüm süreçlerinde rol çatışması yaşanmış, işlev değişiklikleri olmuş olsa da gelenek ve geleneğin temsilcisi değişen koşullara uyum sağlamış, sürecin devamlılığını gerçekleştirmiştir. İcra biçiminde, şiir ve müzik tarzında, mekânda, ekonomik faaliyetlerde vb. noktalarda değişim, eksilme, atılma yaşansa da geleneğin sürekliliği için "söz, yaratıcı, mûsıkî, dinleyici çevre" den oluşan dört ana unsurun bulunması gerektiği görülmektedir (Yıldırım, 1998: 180). Umay Günay da benzer bir şekilde diğer halk şiiri gelenekleriyle birlikte âşık şiirinin temelinde varyantlaşma ve dil özelliklerine de dikkat çeker:

> Türk boylarında müşterek olan bu millî edebiyat İslâmiyet'in kabulünden sonra kültürel, dinî, sosyal ve politik şartlar altında hem çeşitlenmiş hem de zaman zaman yazılı kaynaklarda yer almayacak kadar ikinci dereceye inmiştir. (...) Başlangıcından günümüze kadar devam eden geleneksel Türk şiirinin bütün tarzlarında (Anonim, Âşık, Tekke) sürekliliği ve müşterekliği sağlayan unsurlar: Nazım öğeleri (hece vezni, nazım birimi, nazım biçimi), müzik eşliğinde nazım, icrada diyalog, varyantlaşma, dil özellikleri. Bunun yanında muhteva, amaç, fonksiyon, icra töresi ve üslupları ayrışan noktalardır (Günay, 1999: 1-6).

Geçmişten günümüze geleneksel müziğin temel üreticisi, icracısı, aktarıcısı, sözcüsü, eğitmeni olan âşıklar, diğer temsilciler olan ağıtçı, türkü yakıcı, çalgıcı gibi geleneğin üretici ve taşıyıcılarıyla birlikte geleneksel müzik kültürünün 21. yüzyıla taşınmasını sağlamışlardır. Kapsamın genişliği bu çalışmayı âşıklar üzerinden gerçekleştirmeye yöneltmiş, diğer temsilcilerin müstakil çalışmalara bırakılmasına neden olmuştur.

ARAŞTIRMANIN KONUSU

Kültür endüstrileri, geleneksel olanı farklı bağlamlara taşıyarak sürekliliği sağlamaktadır. Teknolojik gelişmelerle toplum yaşamındaki değişim, geleneksel olarak üretilen ve aktarılanlara da yansımaktadır. Geleneksel müzik ekseninde düşünüldüğünde âşıklık geleneği oluştuğu ana bağlamdan kopmuş, âşığın/sanatçının dinlenilebilmesi plak, kaset, CD, film, radyo, televizyon ve internet gibi elektronik aktarım ortamları vesilesiyle artmıştır. Bu değişim sürecinde içeriğin aktarılmasındaki aktörler, her dönemde farklı bir kimlikle ortaya çıkmışlardır. Ekonomik açıdan kültürel unsurun yaratım ve aktarımında kazanç sağlayan bu aktörler dönemlere göre değerlendirilmelidir.

Tanzimat'la başlayan Türk modernleşme hareketi, 20. yüzyılda da farklı boyutlarıyla devam etmiş; özellikle 20. yüzyılın son çeyreğinden sonra küreselleşme evresinde dünya ile birlikte Türkiye'de de teknoloji son derece hızlı bir şekilde gelişmiş, beraberinde genel anlamda medya, bir başka deyişle kitle iletişim araçları da çoğalmış ve yaygınlaşmıştır. Sahip olunan kültür de bu gelişmeye paralel olarak birtakım değişikliklere uğramıştır. Geleneksel müzik ana oluşum bağlamından çıkarak yeni yaşam alanlarında icra edilme imkânı bulmuştur. Sürekli bir değişim içindeki müzik geleneği, bir yandan yaşantılar sonucu elde edilen bilgi ve deneyimlerin yeni kuşaklar tarafından da tanınmasını sağlayarak kuşaklar arasında kültürel bağların farklı şekillerde korunması işlevini yüklenmekteyken öte yandan küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan kitle kültürleri, geleneksele ve yerel kültürlere olumsuz etkide de bulunur. Bu konuda

kapsamlı çalışmalar yapan UNESCO, 1989'daki tavsiye kararlarının geliştirilmesiyle 1993-94 yıllarında ortaya çıkan "Yaşayan İnsan Hazineleri" yaklaşımı ve bunun devamında 2003'te kabul edilen Somut Olmayan Kültürel Mirasın Koruması sözleşmelerinin temelinde üreten *insan*a dikkat çekmiştir. Bu sisteme göre, somut olmayan kültürel mirası üreten ve gelecek kuşaklara aktarmakta olan usta kişiler *insan hazineleri* olarak adlandırılmakta ve *sürdürülebilir kalkınma* hedeflerine zarar vermeden kültürün korunmasına ve gelecek kuşaklara aktarılmasına yapacakları katkıya vurgu yapılmaktadır. Somut Olmayan Kültürel Mirasın korunmasında "başyapıt ilanı", "örgün ve yaygın eğitim", "kültürel mekânların korunması" gibi konuların yanında kültürü sürdüren topluluk, grup ve bireyin önemi bu sistemde daha da öne çıkarak *usta insanlar*ın kültürün aktarılmasındaki rolüne dikkat çekilmektedir (Oğuz 2008: 6, 2009: 31-40). UNESCO aracılığıyla resmî kanalların kültürel unsurları koruma ve yaşatmaya yönelik çalışmaları, bazı merkezler aracılığıyla son yıllarda önem kazanmıştır. UNESCO'nun işaret ettiği SOKÜM ve YİH koruma projeleriyle kültür yönetimi, kültür ekonomisi, içerik endüstrileri ve taratıcı sektörler gibi alanlar etkinleşmeye başlamıştır. Böylelikle kültürel çalışmaların da yeni boyutlarda yürütülmesi desteklenmiştir.

Bu noktadan hareketle müzik-ekonomi ilişkisi ele alındığında arz-talep unsurlarına dayalı bir yapıyla karşılaşılmaktadır. Bu yapıda icracı, zihin dünyasına enjekte edilen çağın yeni estetik anlayışını dönüştürüp eserine yansıtırken dinleyici de bu yeniliği talep eden konumda olmuştur. Bu durum Türk geleneksel müziğinin kendini güncelleyebilme özelliğini göstermektedir. Dolayısıyla Türk halk müziğinin asırlardan beri Türk kültür hayatının estetik yansıması hâline geldiğini söylemek mümkündür. Bu tarz müzik değişik çağlarda dönemin şartlarına ayak uydurarak kendini yenilemiş ve böylelikle güncelliğini yitirmemiştir. Bunun doğal sonucu olarak icracı (Şaman, kam, âşık, dede, zakir, mahallî sanatçı, profesyonel halk müziği sanatçıları…) seçkin bir yere sahip olmuştur. Halkın duygularını yansıtarak bir nevi arınma sağladıkları için bu işten kazanç elde etmişlerdir. İcracının kazanç sonucunda, dinleyicinin de arınma ve eğlenme sonucunda tatmin olması müziğin ekonomik bir tema olarak asırlardan beri sürekliliğini sağlamıştır.

Bu çalışmada öncelikle yüzyıllardır farklı boyutlarıyla süregelen âşıklık geleneğinin başta görsel-işitsel medya ile ilişkisi olmak üzere, teknolojik/toplumsal/kültürel değişim

çizgilerinde 21. yüzyıla ne şekilde ulaştığı, bu dönemdeki genel durumu ve 20. yüzyıl boyunca değişimin olumlu/olumsuz etkileri ile âşıklık geleneğinin geleceğe aktarımındaki sorunlar irdelenecektir. Bu araştırmanın temel konusunu ise medya endüstrisi kapsamında âşıklık geleneğinin değerlendirilmesi oluşturmaktadır.

Konuyu şekillendiren temel problemler şu şekilde sıralanabilir:

Fonograf makinelerinden internete uzanan çizgide teknolojik gelişmeler (özellikle kayıt, kopyalama ve paylaşım teknolojileri) âşıklık geleneğini yaratım, aktarım, ortam, icracı vb. açılardan ne şekilde etkilemiştir?

İçerik kayıt ve çözümleme araçlarında değişimin kültürel ekonomik açıdan yansımaları nelerdir? Âşıklık geleneğinin ve mahsüllerinin sinema, radyo, televizyon, internet gibi medya ortamlarına aktarımının yansımaları nelerdir?

Âşıklık geleneği mahsullerinin medyada aktarım ve tüketim alanları nelerdir? Bu alanlarda geleneksel müziğin sunumunu gerçekleştirmek üzere sektöre ait ortaya çıkarılan programlar nelerdir? Bu programlarda geleneğin temsili ne şekildedir?

Medya kültürü içerisinde âşıklık geleneği unsurları neden, ne şekilde, ne kadar yer almıştır?

Medya (radyo, sinema, televizyon, internet) etkinleşme-yaygınlaşma, dolayısıyla kitle kültürünü oluşturma sürecinde âşıklık geleneğinden nasıl yararlanmaktadır? Bu süreçte gelenekte meydana gelen değişiklikler nelerdir? Halkın müzik beğenisine medyanın etkisi nedir?

Dizi/reklam sektörü gibi medya bağlamında ortaya çıkan türlerde geleneksel müzik unsurlarını kullanırken neyi amaçlamaktadır? Bu sektörler içerisinde âşıklık geleneğinden yararlanılarak ardıl ürünler ortaya çıkarılmış mıdır? Geleneksel müzik temelli medya etkinliklerinden kimler ekonomik yarar sağlamaktadır?

ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmada temel amaç, bilimselliğin de en başta gelen ilkesi olan nesnellik, tarafsızlık çerçevesinde âşıklık geleneğinin teknolojik araç-gereç, bağlam ve aktörler çerçevesinde yaratım-aktarım süreçlerini tespit etmek, ayrıca kültürel ekonomik açıdan

değerlendirmelerde bulunmaktır. Bunun yanında âşıklık geleneğinde teknolojik gelişmelerin kayıtlama sorununa nasıl bir çözüm ortaya çıkardığını, kayıt şirketlerinin sanatçılarla ekonomik anlamda ilişkilerinin ne olduğunu, bunun medya bağlamlarına yansımalarının, telif haklarından kaynaklanan problemlerin de tespit edilmesi gerekmektedir. Her ne kadar ilk ortaya atıldığında kültür endüstrisi, kültür ekonomisi vb. kavramlara ideolojik ve olumsuz bir bakış yüklenmiş olsa da özellikle 21. yüzyılın ilk çeyreğinde uluslararası kurum ve kuruluşlar, resmî organlar, akademik çevreler tarafından da küresel karşısında yerel kültürün korunması, aktarımı, geleceğin inşası için farklı bakış açıları geliştirilmiştir. Âşıklık geleneğinin medya ile ilişkisinin, kültür bilimleri ana çatısı altında halkbilimi, müzikoloji, sosyoloji, iktisat, iletişim gibi alanların paydaşlarından yararlanılarak disiplinlerarası çıkarımlarda bulunmak bu çalışmanın amaçları arasındadır.

ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

"21. yüzyılın başlarında, toplumsal bellek durumundaki geleneklerin kendi doğal hâllerine bırakılmayacak kadar değerli olduğu ve geleceğin bu bellek üzerinde kurgulanacağı, yaratılacağı ve işletileceği artık anlaşılmıştır" (Özdemir, 2012: 27). Türkiye'de halkbilimi ve onun kadrolarından biri olan âşıklık geleneği/geleneksel müzik alanında yapılan çalışmalarda 20. yüzyılın sonlarına kadar N. Özdemir'in dikkat çektiği bu gerçeklik göz ardı edilmiş, yapılan çalışmalar genellikle biyografi ve eserler ekseninde ilerlemiştir. 20. Yüzyılın sonlarından itibaren ise konulara farklı alanların yaklaşım, yöntem ve bulgularından hareketle bağlam ve işlev merkezli disiplinlerarası çalışmalar yapmanın önemi anlaşılmıştır. Bu doğrultuda âşıklık geleneğinin dönüşümünü medya endüstrileri açısından değerlendirmek; ardıl ürünleri, telif hakları sorununu, kültür aktarımında medyanın rolünü, kültür destekçiliğinin geleneksel müziğe yansımalarını, teknolojiyle birlikte ortaya çıkan sektörlerin ve aktörlerin rollerinin neler olduğunu betimleyici bir araştırmayla tespit etmek ve bunları disiplinlerarası bir yaklaşım modeliyle incelemek çalışmanın özgünlüğünü göstermektedir.

ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Çalışma evreni Türkiye sahasıyla sınırlandırılmıştır. Ayrıca Cumhuriyet döneminde üretilmiş bütün medya içeriklerini incelemek çalışmanın sınırlarını zorlayacağı için bu tezde dönemlere ve alanlara (kayıt- kopyalama- aktarım- arz/paylaşım teknolojileri vb.)

göre örnekleme başvurulmuştur. Bu doğrultuda görsel-işitsel medya (radyo, sinema, televizyon, internet) ekseninde âşıklık geleneği mahsulü olan içerikler değerlendirmeye alınmıştır. Dönem açısından ise medyanın kendini gelenek üzerinde en çok hissettirdiği 20. yüzyılın ikinci yarısından günümüze bir çizgi benimsenmiştir. Şahıs açısından da geleneksel müziği medyada en çok icra eden, farklı yörelerin temsilcisi olmakla birlikte hem aynı dönemi temsil eden hem de farklı bir tarz ortaya koyabilen isimleri çalışmaya dâhil etmek adına Âşık Veysel, Âşık Murat Çobanoğlu, Âşık Şeref Taşlıova, Âşık Reyhanî, Âşık Mahzunî Şerif, Neşet Ertaş ve Özay Gönlüm gibi geleneğin ustaları ön planda tutulmuştur. Neşet Ertaş ve Özay Gönlüm doğrudan âşıklık geleneği içinde yetişmese de dönüşüm çizgisi itibariyle âşıklık geleneğinin ürün, içerik, icra formatından yararlanmaları ve bunları yeni bağlamlara taşımaları, kendilerinin bu çalışmaya dâhil edilmelerini sağlamıştır. Bu isimlerin yanında çalışma esnasında ele alınan alt başlıklarla ilgili olarak öne çıkan çağdaş âşıklarla ilgili veriler değerlendirilmiştir. Bununla birlikte Türk müziğini genel olarak medya endüstrileri açısından değerlendirmek için süre ve imkânların yetersizliğinden âşıklık geleneği araştırma konusu olarak sınırlandırılmıştır. Ancak bazı alt başlıklarda konunun anlaşılır hâle getirilebilmesi için genel olarak Türk halk müziği ile ilgili örneklere başvurulmuş, değerlendirmeler yapılmıştır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

"Âşıklık Geleneği ve Medya Endüstirisi Üzerine Bir Araştırma" adlı çalışmada farklı sosyal bilim alanlarının kuram ve verilerinden yararlanarak disiplinlerlerarası bir yaklaşım denenmesi hedeflenmiştir. Halkbilimi merkezli, âşıklık geleneği ve medya ilişkisini merkeze alan bu çalışmanın fikrî altyapısı oluştuktan sonra kültür endüstrileri, içerik endüstrileri, kültür ekonomisi, medya, medya teorileri, iletişim bilimlerinde yaklaşımlar, geleneksel müzik-popüler kültür ilişkisi, medyanın toplumsal yaşama ve sanata etkisi gibi kavramlarla ilgili teorik tespitlere ulaşılmış, diğer yandan da geleneksel müzik konusunun âşıklık geleneği özelinde ve hangi öne çıkan âşıklar üzerinde çalışılabileceğine dair düşünceler geliştirilmiştir. Bu doğrultuda 20. yüzyılda geleneği kültür endüstrilerinin farklı araçlarını kullanarak temsil eden Âşık Veysel, Âşık Murat Çobanoğlu, Âşık Şeref Taşlıova, Âşık Reyhanî, Âşık Mahzunî Şerif, Neşet Ertaş ve Özay Gönlüm gibi geleneğin ustaları belirlenmiş; kaynak araştırmalarında ve veri çalışmalarında bu isimlere öncelik verilmiştir. Bunun yanında yaşayan âşıklarla ilgili

ulaşılan bulgular ilgili başlıklarda yer almaktadır. Bu konuda keskin bir tavır sergilenmemiş; konuyu kapsayıcı şeklide aydınlatacak veriler değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

Kültür endüstrileri yaklaşımı merkezinde oluşturulan bu tezde veriler elde edilirken kullanılan teknikler, yazılı-görsel malzeme için kütüphanelerden, arşivlerden ve internetten kaynak taraması yapılmış, bağlamdaki değişimi tespit etmek amacıyla gözlem teknikleri ve konuyla ilgili kişilerden bilgi almak için görüşme tekniği kullanılmıştır. Sinema/televizyon alanında ise geleneksel müziğin filmlerde ve televizyon programlarında aktarımı örnekleme ve içerik çözümleme teknikleriyle tespit edilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TUİK, RTÜK verileri, TRT arşivleri ile özel arşivler, koleksiyonlar, istatistikî veriler incelenmiştir. Konunun medya olması nedeniyle çalışma sahası[1] da genellikle medyadan oluşmuş; medya içerikleri izlenmiş, kaydedilmiş, çözümlenmeye çalışılmıştır. Ancak bazı noktaların aydınlatılmasında sadece medya verileriyle yetinilmemiş; farklı dönemlerde gerçekleştirilen saha çalışmaları, yönlendirilmiş ve yönlendirilmemiş görüşmelerle sürecin paydaşları belirlenmeye çalışılmıştır. Âşıklar, varisler, sanatçılar, yapımcılar, yarışmacılar, idareciler, müzik piyasasında farklı konumlarda rol alanlar, eğitimciler, koleksiyoncular, izleyiciler gibi geniş yelpazede medyada geleneksel müziğin temsilini sağlayanlar ve onu izleyenlerle görüşmeler yapılmıştır. Kaynaklar bölümünde görüşlerine başvurulan isimlerin hepsi sıralanmamış, tezde doğrudan adı geçenlerin isimleri 'görüşmeler' başlığıyla verilmiştir.

Bu çalışmada medya metinleri için medya taramaları ve içerik çözümlemeleri yapılmıştır. Örneğin televizyon reklamlarının geleneksel müzikle ilişkisini tespit edip örnekleri çözümlerken aşağıdaki uygulamadaki gibi bir yol izlenmiştir:

Televizyon reklamları ile ilgili başlık altında değerlendirilen veriler elde edilirken izlenen yol, 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.

[1]Değişen koşullarda alan kavramına güncel bir yaklaşım için bkz. Ersoy, 2012.

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 etmek hedeflenmiştir. 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 kitleye ve sunulan ürüne göre farklı sektörlere ait reklamların müzik içeriğinde de halk müziği unsuruna rastlanmıştır.

Sonuç olarak bu çalışmada veriler farklı tekniklerle bir araya getirilmiş, kültür endüstrileri ve ekonomisi temel yaklaşımında ele alınmaya çalışılmıştır. Uzun süreli bir çalışma niteliğinde olan bu tezin ortaya çıkarılmasında özgün bir yol benimsenmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kültür terkibi içindeki unsurlar birbirini doğrudan etkiler; bir alandaki değişimlerin diğer alanlar üzerinde olumlu veya olumsuz sonuçları kaçınılmazdır. Dolayısıyla kültür üzerine yapılan çalışmalarda bu bütünlük göz ardı edilmemeli, çok yönlü yaklaşımlar sergilenmelidir. Günümüzde kültürel alanlardaki dönüşümde en yoğun etki teknolojik faaliyetlerden kaynaklanmaktadır. Artık içinde bulunulan çağın adlandırılması da iletişim ve teknoloji çağı olarak yerleşmektedir. Teknolojik gelişmeler iletişimi hızlı, kolay, düşük maliyetle gerçekleştirilebilir duruma getirmiş ve bu durum kendini yenileyen döngüyle süreklilik kazanmıştır. On-on beş yıl önce hayal edilemeyen unsurlar, şimdi toplumsal hayatın vazgeçilmezi olmaktadır. Teknolojiyi üreten ve tüketilmesini teşvik edenler, daha fazlasının arzulanmasını da sağlayarak piyasadaki iktidarlarını pekiştirmektedir. Teknolojik alanda ortaya çıkan ve toplumsal hayata giren bir ürün, dil başta olmak üzere yer edindiği toplumda çoğu kültürel alanı doğrudan ve dolaylı dönüştürmeye başlamaktadır. Bu dönüşümde medyanın yaklaşık yüz elli yıllık rolü yadsınamaz:

> Medya, kültürün ulusal ve uluslararası düzeyde bireylere ulaştırılması noktasında önemli bir görev üstlenmektedir. Diğer taraftan medya (yazılı basın, radyo, televizyon, internet vb. gibi), özellikle toplumsal hayatta bireylerin çeşitli sosyal ihtiyaçlarını gidermek için sık sık başvurdukları önemli bir kaynaktır. Bireyler bu kaynağı bilgi edinme, eğlenme, haber alma maksadıyla kullanırken, medya da topluma ve dolayısıyla bireylere karşı sorumluluklarını, doğru ve tarafsız olarak bilgilendirme, eğitim, eğlendirme ve sosyalleştirme gibi fonksiyonları yerine getirerek yapar (Kocadaş, 2005: 2-3).

Bugün son teknolojiler de dâhil olmak üzere bütün kitle iletişim araçları toplumsal yaşamda yer bulmaya devam etmektedir. Yeni bir teknolojiyle bir önceki iletişim aracı ortadan kalkmamaktadır. Ancak her birinin işlevinde ve hitap ettiği kitlede farklılaşmalar ortaya çıkmaktadır. Aynı zamanda toplumsal yaşamdaki durumuna bakıldığında yeni teknoloji bir öncekinden daha hızlı, daha ulaşılabilir ve daha etkilidir. Kendisinden önceki bütün iletişim araçlarının yapı ve işlevini değiştiren televizyon için G. Comstock'un "Artık hiçbir şey televizyondan önceki gibi olmayacaktır" (Mutlu, 1991: 33'ten akt. Kocadaş, 2005: 7) ifadesi bu gücü göstermesi açısından önemlidir. Benzer durum bugün internet için de geçerlidir. İletişim çağına geçişte bugün büyük sorumluluk internete yüklenmiş, diğer iletişim unsurları bünyesine dâhil edilmiş, onların yayınlarının şekillenmesi sağlanmıştır.

> Medya ile önce bir dünya imajı çizilir, ardından da çizilen bu imaj hakkında ne düşünülmesi gerektiği kitlelere empoze edilir. Bir başka deyişle üzerinde düşünülecek dünya, bu dünya hakkında düşünülebilecek düşünme biçimleri, çıkar sahibi bireyler ve gruplar tayin edilmekte ve kitleler devamlı olarak yönlendirilmektedir. Artık, yakın çevremiz ve yüz yüze iletişimde bulunduğumuz bireylerle ilgili sahip olduğumuz bilgiler dışında, dünya hakkında bütün bildiklerimiz ve bildiğimizi sandıklarımız bize günlük gazeteler, haftalık dergiler, radyo-televizyon vb. gibi kitle iletişim araçlarından aktarılmakta ve benimsetilmeye çalışılmaktadır (Huxley, 1990: 180; Kocadaş, 2005: 9).

Genel olarak kültür endüstrileri kavramı içerisinde düşünülen bu iletim/iletişim araçlarının (yani medyanın); küreselleşmenin ve kültürel alanlarda tektürleşmenin de önünü açtığı, popüler kültürü empoze ettiği, yüksek/yerleşik kültürel alanlara zarar verdiği noktalarda ilk ortaya atıldığında biraz da olumsuzlanarak çerçevesi çizilmiştir. T. Adorno ve M. Horkheimer 20. yüzyılın ilk yarısında kaleme aldıkları yazılarla, ortaya attıkları fikirlerle oluşturdukları ekolle (Frankfurt Okulu) ve eleştirel bir

yaklaşımla kültür endüstrisi[2] kavramını dile getirmişlerdir (Adorno ve Horkheimer, 2000; Adorno, 2011). T. Adorno'ya göre kültür endüstrisi:

> Kültür endüstrisi, bildik şeyleri yeni bir nitelikle birleştirir. Tüm dallarda, kitleler tarafından tüketilmeye uygun olan ve bu tüketimi büyük ölçüde belirleyen ürünler, az çok planlı bir biçimde üretilir. Tek tek dallar, yapıları açısından birbirine benzer ya da en azından iç içe geçer. Adeta boşluk bırakmayacak bir sistem oluştururlar. Bugünkü teknik olanaklar kadar, ekonomi ve yönetimin yoğunlaşması da bunu yapmalarına olanak verir. Kültür Endüstrisi müşterilerinin kasten ve tepeden bütünleştirilmesidir. Binlerce yıl boyunca birbirlerinden ayrılmış yüksek ve düşük kültür alanlarını da birleşmeye zorlar -her ikisinin zararına olacak şekilde. Yüksek kültürün etkileri üzerinde spekülasyon yapılarak, ciddiyet ortadan kaldırılır; düşük kültürün toplumsal denetimi bütünsel olmadığı sürece barındırdığı haşarı isyankârlık ise, uygarlaştırıcı dizginleme yoluyla yok edilir. Kültür endüstrisi yöneldiği milyonların bilinç ya da bilinçsizlik düzeyi üzerinde yadsınamaz bir biçimde spekülasyon yaparken, kitleler birincil değil ikincildirler, hesaplanmıştırlar; mekanizmanın eklentileridirler. Müşteri kültür endüstrisinin inandırmak istediği gibi, kral değildir; kültür endüstrisinin öznesi değil, nesnesidir. Kendini kültür endüstrisine uydurmuş olan kitle iletişim araçları terimi, daha en baştan vurguyu zararsız olana kaydırmaktadır. Ne ilk planda kitleler söz konusudur, ne de iletişim teknikleri; söz konusu olan onlara üflenen ruhtur, efendilerinin sesidir. Kültür endüstrisi kitleleri dikkate almayı, onların verili ve değiştirilemez varsayılan zihniyetini ikiye katlamak, pekiştirmek ve güçlendirmek için kötüye kullanır. Bu zihniyetin neyle değiştirilebileceği hususu, tamamen dışta bırakılmıştır. Kitleler kültür endüstrisinin ölçütü değil ideolojisidir, kültür endüstrisi de kitleleri kendine uyarlamadıkça var olamazdı (Adorno, 2011: 109-110).

Kültür Endüstrileri, bahsi geçen kitleleri yönlendirme ve kontrol altında tutma, tüketime teşvik etme eylemini daha çok sanat alanları üzerinden yapmaya çalışmıştır. Özellikle ortaya çıkarılan popüler kültür ve ona bağlı olarak popüler müzik kavramı bu işi kolaylaştırmada önemli bir araç olarak görülmüştür. Başlangıçta, özellikle Fransa'da halk kültürü yerine kullanılan bir kavram olarak popüler kültür zamanla medya eliyle üretilen kültürü karşılamaya başlamıştır. "Yeni keşfedilen popüler kültür (20. yy) daha önce üzerinde çalışılmış olan yüksek sınıf kültürüne bir alternatifti. Biraz gerçekçi olmak gerekirse ikincil kültürdü. Peter Burke'nin çarpıcı sözleriyle 'Eğitimliler için ikinci ve diğerleri için ise tek kültür olan popüler kültür herkesin kültürüydü.' Kişilikleri kırsal olduğu kadar endüstriyel ve şehirliydi (Owen, 2005: 140)". T. Adorno, 1941 tarihli "Popüler Müzik Üzerine" adlı makalesinde ise popüler müzik üzerine üç saptamada bulunur ki; bu saptamalar müziğin metalaşması, endüstrileşmesi ve kitleselleşmesine dair ileri görüşlü kabul edilen yorumlar içerir: Öncelikle, popüler

[2] Kültür endüstrisi kavramı ilk kez Adorno ve Horkheimer tarafından 1947'de Amsterdam'da yayımlanan "Aydınlanmanın Diyalektiği" adlı kitapta kullanılmıştır.

müzik standartlaştırılmıştır, yapısı mekanikleşmiştir. Bir şarkıda yer verilen detay, diğer şarkılarda da kullanılabilir. Müzik endüstrisi bu standartlaşmayı 'sahte bireyselleştirme' ile gizler. 'Hit' şarkılar standartlaştırılarak dinleyiciler aynılaştırılır. Dinleyici müzikte bir seçme hakkı olduğunu düşünür, oysa dinleyeceği müzik kendisi adına önceden dinlenilmiş yani seçilmiştir. İkincisi, popüler müzik pasif dinlemeyi yaratmıştır. Popüler müziğin tüketimi pasif ve tekrardan ibarettir. Gerçek kültürün aksine popüler kültüre ulaşmak kolay, zahmetsizdir. T. Adorno'nun üçüncü iddiası ise popüler müziğin sosyal bir çimento (güçlendirici) olduğudur. Müzik, tüketicilerinin günlük hayatın düzenine fiziksel olarak uyumunu kolaylaştırır (Storey, 2000: 112-114)." Medyanın da desteğiyle müzik endüstrisi içerisinde oluşturulan ve sunulan popüler müzik zaman zaman geleneğe başvurmakta; geleneksel olanı yeniden üretmekte ve dinleyiciye sunmaktadır.

Kültür endüstrileri[3] içerisinde film endüstrisi ve müzik endüstrisi, sadece üretildikleri ülkede kitle kültürü oluşturmakla kalmamış, pazarlama yoluyla açık pazar hâlindeki coğrafyalarda da etkisini göstermiştir. Bu durum popüler kültür gibi sıklıkla kullanılacak yeni bir tabiri: küreselleşmeyi gündeme getirmiştir. İlk kullanıldığında çok kabul görmeyen bu kavram özellikle internetle birlikte neredeyse tüm kültürel alanları etkisi altına almıştır.

"McLuhan'ın 'evrensel köy' (McLuhan ve Powers, 2001) benzetmesiyle ifade ettiği, birbirlerinden giderek daha fazla haberdar olan bir dünya düzenine denk düşen küreselleşme, "küresel ölçekte işleyen, sınırları aşarak toplumları ve kurumları yeni zaman-mekân bileşimlerinde birbiriyle bütünleştirip daha bağımlı duruma getiren süreçler, şeklinde tanımlanabilir. Böylelikle küreselleşme dünyanın çeşitli parçaları arasında artan ilişkiler, etkileşim ve karşılıklı bağımlılık içinde olması hâlini anlatmaktadır. Bu anlamıyla da, kimi zaman 'uluslararasılaşma' ve 'ulusüstüleşme' ile aynı anlamlarda kullanılmakta, siyasal parametrelerce tanımlanmış mekânsal sınırların aşılmasını vurgulamaktadır" (Timisi-Nalçaoğlu: 2005: 63). Timisi-Nalçaoğlu'na göre küreselleşme, modern toplumsal yaşamı evrenselleştirirken geleneksel olanı da güçlendirmektedir. Küreselleşme, kültürleri ve insanları benzeştirirken yereldekini de kodlamaktadır. Küreselleşme, çokuluslu örgütlenmeleri sağlarken ulus içi ayrışmaları

[3] 2000'li yıllarla birlikte kültür endüstrisi kavramının Türkiye'de tartışılması yaygınlık kazanmış; konuyla ilgili farklı alanlarda tez, makale ve kitaplar yayınlanmıştır. Bunlardan bazıları için bkz. Adıgüzel, 2001; Çelik, 2011; Özdemir, 2012.

hızlandırmaktadır. Karar verme süreçlerinin, bilgi paylaşımının, ekonomik hadiselerin merkez/merkezler üzerinden yönetilmesini sağlamaktadır. Küreselleşme, farklı kültürleri, yaşam biçimlerini, toplumsal uygulamaları yakınlaştırıp merkezileştirirken bir yandan da onları birbirinden uzaklaştıran bir süreçtir (McGrev, 1992: 74-75; Timisi-Nalçaoğlu, 2005: 64-65).

Küreselleşme ve iletişim teknolojilerin son hızla gelişmesiyle birlikte "fiziksel olarak yalnız olmak, sosyal olarak yalnız olmakla eş anlamlı olmaktan çıkmıştır" (Meyrowitz, 1985: 115). Yerel kimlik aidiyetlerini yaşayabilmek ve korumak için coğrafî yakınlık koşulu ortadan kalkmıştır. Yerellik, sadece coğrafî yakınlığı ve biraradalığı anlatmaktan uzaklaşmış, yeni anlamlar kazanmıştır. Uzak mesafelere rağmen yaşanabilen, korunabilen toplumsal ilişkilerdeki yakınlık olarak yaşanmaya/anlaşılmaya başlanmıştır (Timisi-Nalçaoğlu: 2005: 66). Belli bir kültürün pratiklerini gerçekleştirme ve mensubiyet vurgusu yerelleşmeyi hızlandırmıştır.

"En temel tanımıyla kültür, insanoğlunun doğaya katkıları/ kattıkları/ ekledikleri ise, her türlü ekonomik unsur, sistem, kurum ve faaliyet de bir kültürdür ve kültür bilimi araştırmaları kapsamındadır. Ekonominin de her türlü değer üretim-tüketim sürecini içerdiği varsayımı esas alındığında, bütün kültürel alanlar, gelenekler, unsurlar ve faaliyetler de, farklı açılardan da olsa, ekonomi adlı bilim dalının inceleme alanına girmektedir" (Özdemir, 2012: 29). Postmodernizmin de etkisiyle yerele ve halka ait olanlar *yeniden* keşfedilmeye başlanmakta; istenildiği kadarıyla alınıp yeni çerçevelerde yeniden üretimi gerçekleştirilmektedir. Ekonomik alanlar içine çekilen halk kültürü öncelikle el sanatlarıyla turizm sektöründe görünmüştür ve daha sonra diğer halk kültürü unsurları kültür endüstrilerinin ekonomik faaliyetlerinde yer almıştır. Bu durum kültür ekonomisi kavramının Türkiye'de de konuşulmasını sağlamıştır. Diğer taraftan kültür ve ekonominin birbirini tamamlayan yönü düşünüldüğünde zaten bu iki kavramın kesişimi görülecektir.

Âşıklık geleneği, yüzyılı aşan bir süre içerisinde medya endüstrisi içerisinde farklı boyutlarıyla yer almıştır. Bu bir taraftan resmî kurunların kültürü kaydetme ve aktarma amaçlarıyla gerçekleşirken; bir yandan da yerelleşmenin, geleneğe yönelemenin sonucu olarak yaşanmıştır. Âşıklık geleğinin temsilcileri ve onların eserleri medya merkezli

kültürel ekonomik faaliyetlere adapte edilmiştir. Medya endüstrisini yönetenelerin karar verdiği süre ve oranda gelenek yeni bağlamlarda değerlendirilmiştir.

EVREN VE ÖRNEKLEM: ÂŞIKLIK GELENEĞİ

Türk dilinde, tarihî süreç içerisinde anlatıcılıkla, müzikal icra ve gösterimle ön plana çıkan sanatçılara "ozan, kam, baksı, yırçı, yomakçı, ertekçi, bahşı, kobayzır, ologhocu, comokçu, âşık" (Yıldırım, 1998: 99) gibi unvanlar verilmiştir. Süreç içerisinde farklı adlandırmalar ve farklı işlevlerle gelenek 20. yüzyıla ulaşmıştır. Bahsi geçen yüzyılın başında toplumsal yaşamın değişimi, meraklı kitlenin ortadan kalkması, temsilcilerin azalmasıyla geleneğin de yok olacağı düşüncesi ortaya atılmıştır[4]. Ancak ulaşım imkânlarının gelişmesi, göç faktörü, ekonomik faaliyetlerdeki değişimler, teknolojinin müzik kayıt ve aktarma alanındaki yenilikler sanılanın aksine geleneği ortadan kaldırmamış, gelenek ve gelenek temsilcisinin dar sosyal çevresinden çıkıp uluslararası boyutta tanınmasını sağlamıştır. Bu çalışmanın temel çıkış noktası da medyayı olumsuzlamak değil, âşıklık geleneğin dönüşümünde medyanın etkisini nitel yollarla ortaya çıkarmaktır.

Kültür endüstrileri ve geleneksel müzik ilişkisi, kayıtlı müzik sektörü ve medya endüstrisi; yani üretim ortam ve araçları ile aktarım ortam ve araçları olmak üzere iki yönde ilerlemiştir. Birbiriyle yakından ilişkili bu iki alanı tüm unsurlarıyla incelemek bu çalışmanın kapsamı dışındadır. Ancak genel tabloyu netleştirmek adına bu alanlara değinmek gerekecektir. Kültür endüstrilerinin ilk ayağını telefon üzerine yapılan çalışmalarla başlayan ve aktarılması gerçekleştirilen sesin kaydedilmesi, paketlenmesi, yeniden dinlenilmesi esasına dayanarak gelişen kayıtlı müzik sektörü oluşturur. T. Edison'la birlikte fonograf ve ses silindirleri ortaya çıkmış, devamında gramofon-taş plak, pikap-plak, teyp-kaset, CD Çalar-CD, bilgisayar teknolojileri-dijital içerikler şeklinde süreç devam etmiştir. Kültür endüstrilerinin diğer ayağını ise medya

[4] Bu konuda Umay Günay, "Türkiye'de Âşık Tarzı Şiir Geleneği ve Rüya Motifi" adlı çalışmasında M.F: Köprülü'nün 7 Mart 1914, 11 Mart 1914, 16 Nisan 1914 ve 19 Nisan 1914 tarihli yazılarını değerlendirilmiştir. Günay'ın Köprülü'den konuyla ilgili aktardığı husus şu şekildedir (Günay, 1999: 8-10): "Asırlardan beri avam şiirini temsil eden ve sürdüren saz şairleri son zamanlarda azalmağa ve ortadan kaybolmağa başladı. Eski bir hayat şeklinin, orta çağ hayatının yadigârı olan bu eski ve dilber tarz şiirin kaybolması üzüntü verici olmakla beraber zaruridir. Sosyal hayat değiştikçe ona bağlı uzuvlar mutlaka değişir. Yeniçeri hayatı ve derebeylik devri geçince artık saz şâirlerinin eski hayatlarını sürdürmeleri mümkün değildi". M. F. Köprülü'nün konuyla ilgili çalışmaları için bkz. Köprülü, 2004 ve Köprülü, 2014.

oluşturmaktadır. Kayıtlı müzik sektörüyle doğrudan ilişkili olan medya yazılı hâlde başlamış, işitsel medya, görsel-işitsel medya, çoklu medya, yeni medyalar şeklinde süreç devam etmiştir. Müzik sektörü temsilcileriyle her iki kültür endüstrisi ayağının sıkı bir ilişki içinde olduğunu da belirtmek gerekir. Kısacası kayıtlı müzik sektörünün varlık sebebi müziktir; bu alanda üretilen ve paketlenen müzik de medya ayağı sayesinde tanıtılmakta ve tüketim teşvik edilmektedir. Konunun çerçevesinin çizilmesi adına kayıtlı müzik sektörü ve medya ile âşıklık geleneği arasındaki ilişkinin ana hatlarının belirlenmesi gerekmektedir:

Üretim Ortam ve Araçları Bağlamında Türkiye'de Kültür Endüstrileri ile Âşıklık Geleneği İlişkisi

Avrupa'da 19. yüzyılın başlarında dokuma tezgâhlarında makine kullanımıyla başlayan Endüstri Devrimi, kısa zamanda yaşamın temel faaliyet alanlarında hissedilmiştir. Müzik gibi sese dayalı sanat alanı da bu devrimden etkilenmiş; sesin nakledilmesi, kaydedilmesi, paketlenmesi üzerine yapılan çalışmalar yüzyılın ikinci yarısında sonuç vermiştir. Yüzyılın son çeyreğinde ise müzik alanında seri üretimin yapılması müzik endüstrisi kavramını doğurmuştur. Artık müzik kaydedilen, paketlenen, çoğaltılan, değişim değeri olan, ikinci el piyasası oluşan, çok boyutlu üretim aşamasında birçok profesyonelin katkı sağladığı karmaşık sistemin bir ürünü olmuştur.

R.C. Toll, teknolojik değişimlerin müziğin yalnızca üretim koşullarını değil tüketim koşullarını da belirlediğini ifade ederek özellikle popüler müziğin teknolojinin ürünü olduğunu, 'kendi kendine eğlendirme' işlevini ortaya çıkardığını belirtir ve endüstrileşmenin ilk ürünü olarak da yaprak notaları görür (Toll, 1982'den akt. Çelikcan, 1996: 39-41). Önceleri el yazması şeklinde kayda geçirilen notaların matbaa yoluyla basılıp dağıtılması, satışa sunulması müziğin endüstrileşme sürecini başlatmıştır. Toll (1982), yaprak notaları, müziğin yeniden üretime olanak tanıyan ilk kitlesel tüketim ürünleri olarak görmüştür. Endüstrileşme ile birlikte 'Tin Pan Alley' gibi büyük şirketler bu alana girerek uluslararası ölçekte dağıtım ağı oluşturmuşlar ve yaprak notaları piyasaya sürmüşlerdir. Bir yandan piyano sektörünü geliştiren bu yaprak notalar, bir yandan da ev içi müzik uygulamalarını geliştirerek popüler müzik tarzlarının hazırlayıcısı olmuştur (Çelikcan, 1996: 41-42).

> Yaprak notalarla başlayan müziğin endüstrileşme süreci daha XIX. yüzyılın başlarında popüler müziğin temel ilkelerini de ortaya koymuş oldu. Başlangıçta, bilinen şarkıların notalarının basımını ve bunların dağıtılıp satılmasını yürüten Tin Pan Alley şirketleri, yaprak notaların gördüğü talep üzerine müzik yapımına da başladılar. Tin Pan Alley'in hedef kitlesi amatör müzisyenler olduğu için, bestelenen yeni şarkılar bu amatör kitlenin zorlanmadan çalabileceği özellikler taşımalıydı. Bunun için kısa, belirli bölümlerin tekrarına dayalı ve sözleri basit şarkılar seri olarak bestelenmeye ve notları basılıp satılmaya başlandı. Şarkı sözlerinin halkın ilgisini çekebilecek ve hızla değişen günlük yaşamdaki değişmeleri yansıtacak özellikler taşımasına da dikkat ediliyordu (Toll, 1982: 101 ve Jones, 1992: 14-15'ten akt. Çelikcan, 1996: 43).

Piyano ve yaprak nota ilişkisi aynı zamanda müziğin endüstrileşme sürecinde donanım ve yazılım kavramlarını doğurmuştur. Frith'in belirttiği üzere donanım ev içi eğlencelerin yatırımı olan makine, cihaz gibi araçlar; yazılım ise donanımda kullanılan plak, kaset, disk gibi araçlardır (Frith, 1987: 56).

Türkiye'de kayıtlı müzik teknolojilerinin ilk ortaya çıktığı dönem ise yüzyılın başlarıdır. İstanbul'da önce fonograflar için silindir dolduran, satan dükkânlar açılmış, ardından da bu dükkânlara rakip olarak gramofon ve plak satan, küresel şirketlerin diğer şubeleri piyasaya girmiştir. Küresel boyuttaki bu ticarî hamlelerden sonra R. Anhegger ve C. Ünlü'nün araştırmalarına göre ilk Türkçe plaklar 1900 yılında Almanya'da The Gramophone Ltd. tarafından yayınlanır (Anhegger ve Ünlü, 1991a: 35). Ancak kayıtlı müzik sektörünün doğrudan geleneksel müziği etkilemesi ve âşıkların da piyasada tutunmaya çalışmaları İkinci Dünya Savaşı sonrasında Dünya'yı ve Türkiye'yi etkileyen gelişmelerdir. Teknolojik hamleler, ekonomik faaliyetlerin çeşitlilik kazanması, göç dalgaları, eğitim gibi birçok nedeni içinde barındıran sosyal değişmeler Türkiye'de müzik endüstrisinin geniş kitleleri içine almasını hızlandırmıştır. "Elektronik kültür ortamında söz, ezgi ve müziğin kaydedilerek dondurulması, bir başka ifadeyle söz ve müzik icralarının kaydedilerek paketlenmesi (mediated perdformances) anlamında 1960'larda plak ve pikapların kullanılması yaygınlaşır" (Çobanoğlu, 2000a: 153). Âşıklık geleneği mahsullerinde pikaplar ve 45'lik plaklarla birlikte yoğun bir şekilde nicel artış sağlanmıştır. Bu durum tek sebebe bağlanarak açıklanamaz. Sosyo-kültürel ve teknolojik yaşamdaki değişimler, 1960'larla birlikte müzik endüstrisi içinde âşıkların kendilerini hissettirmelerini sağlamıştır. En başta 78'lik taş plaklara göre daha dayanıklı, çok daha ucuz 45'lik plakların imalatı ve bunu çözümleyen donanım olarak daha ucuza mâl edilen ve rahat taşınabilen pikapların piyasaya sürülmesi bu durumda etkilidir. İkinci önemli etmen ise göç hareketliliğidir. Yurtiçi ve yurtdışı göçler yoluyla

pikap sahibi olma yaygınlaşırken hem gurbete çıkanlar hem de memlekette kalanlar için yeni müzik içeriklerine ihtiyaç duyulmuştur. Ö.Çobanoğlu 1960'larda yaşanan bu hareketliliği şu şekilde değerlendirmektedir:

> 1960'lı yıllarda başlayan işçi olarak sanayileşmiş Batı Avrupa ülkelerine dış göç, genel olarak âşık edebiyatı tarzının 1960'lar sonrası inkişafında ve özellikle de elektronik kültür ortamına geçiş sürecinde son derece önemli katalizör rolü oynadığı görülmektedir. Dış göç olgusu, hem yurtdışındaki işçiler hem de onların Türkiye'de kalan yakınları açısından düşünüldüğünde son derece geniş bir kitleyi içine alan ulusal seviyede etkileri olan bir sosyal hareketlilikti. (…) Dış göçle Batı Avrupa'ya özellikle de Batı Almanya'ya giden ve 1970'lere doğru büyük kitlelere ulaşan Avrupa Türkleri çoğunluk itibariyle Orta ve Doğu Anadolu'nun kırsal kesiminden oluşmaktaydı. Dolayısıyla âşık tarzı edebiyat geleneğinin diğer bölgelere göre daha canlı olarak yaşamakta olduğu bu bölgelerden giden işçilerin sosyo-kültürel sıkıntıları çok kısa bir sürede âşık tarzı şiirin yeni temaları olarak âşık tarzı şiir repertuarında yer almıştır. Bu temaların temelini teşkil eden 'gurbet olgusu' ve ona dayalı temalar zaten başlangıcından beri âşık tarzının ana temalarından biridir. Bu cephesiyle dış göç âşık tarzının yeni ve yenilenmiş konularla tematik olarak zenginleşmesini sağlamıştır (Çobanoğlu, 2000a: 153-154).

Göç dalgaları sonrasında âşıklık geleneği için Batı Avrupa'da yeni bir sözlü kültür ortamı oluşmuş ve kent merkezli kültürel ekonomik faaliyetler için imkânlar sunulmaya başlamıştır. Öyle ki Avrupa'daki dernek faaliyetleri, düğünler, türkü barlar bugün dahi âşıklar için önemli kent merkezli kültürel ekonomik faaliyet alanları olarak görülmektedir. Kültür endüstrileri açısından bakıldığında ise Türkiye ile karşılıklı etkileşim ve teknoloji transferi, âşıklık geleneğini ve mahsullerini uluslararası konuma taşımıştır. Ö. Çobanoğlu elektronik kültür ortamı ve âşıklık geleneği ilişkisinde yurtdışının katkısını iki yönde değerlendirmektedir:

> Birincisi kanunî ve kaçak yollardan çok miktarda transistorlu radyo, pikap, kasetçalarla elektronik kültür ortamı ürünlerinin yurt içinde tüketicisinin yaygınlaşmasını, bir başka ifadeyle iç pazarın büyümesini sağlamışlardır. İkincisi ise özellikle Avrupa'da karşılaştıkları sosyo-kültürel meseleleri dile getiren elektronik kültür ortamı ürünleri için tüketici olarak yurtdışında oluşturdukları dış pazardır. Dış pazar gerek ekonomik olarak cazibesi ve gerekse teknolojik imkânları nedeniyle kısa sürede pek çok Türk elektronik kültür ortamı ürünün üretildiği bir yer olmasını da sağlamıştır. Bu süreçte âşık tarzı mahsullerin elektronik kültür ortamında üretilmesini kolaylaştırmış ve yaygınlaştırmıştır (Çobanoğlu, 2000a: 154-155).

Âşıklık geleneği ve müzik endüstrileri ilişkisinde kendini en çok hissettiren alan kaset ve kasetçiliktir. 45'lik plaklarla, pikaplarla ve radyo yayınlarıyla teknolojinin eklemlendiği gelenekte 1970 sonrasında gerek piyasaya sürülen kasetlerin gerekse

kitleselleşmeyen ‘özel doldurma kasetler’in geleneğe farklı yönlerden etkileri görülmektedir. Kaset ve kasetçalar, öncelikle dolaylı bir eğitim sürecini sağlamıştır. Bu donanım ve yazılımın ucuzluğu ve pratikliğiyle geniş kitlelere hitap edilebilmiştir, âşığı kaset yoluyla tanıyan hevesliler onun tarzını benimsemişler; kendi sanatlarına yön vermişlerdir.

Bunun dışında ses kayıt teknolojileri yerleşmeden önceki aşamada ‘destancı âşıklar’ın eserlerini matbu hâle getirip çarşıda, pazarda, panayırda, garda, terminalde hem söyleyip hem satmalarıyla başlayan âşık tarzı mahsullerin endüstri ürünü hâline gelmesi ve ticarîleşmesi, plak ve kaset teknolojileriyle buluşmayı kolaylaştırmıştır. Özellikle kasete ses kaydetmenin kolaylığı, yazılı destancılık döneminden basılı kasetlere ve kişiye özel kasetlere geçişi kolaylaştırmıştır. Yaşanan süreci Ö. Çobanoğlu şu şekilde aktarmaktadır:

> *Bundan ancak otuz sene önce (1965?) öyle askerde ölen kalan birine veya hanımına yahut da bir depreme bir âşık bir destan yazıyor ve bunu bastırıp eline 400-500 tane destan alıp şehirlerde, yolların kenarında, trenlerde veya otobüslerde çağırır söyler satardı. Şimdi o türler kalktı, yani şimdi onun yerini kasetler aldı. Eskiden plaklar vardı. Şimdi destanlar kasetlerle satılıyor (Âşık Murat Çobanoğlu) Bazen destanlarımızın altındaki adresi gören tanımadığımız adamlar geliyordu. Bize haber veriyorlar veya benim şeyim var şunum bunum var, bana bir türkü diye geliyorlardı. Çok böyle muskacı gibi olduyduk (Âşık Hüseyin Çırakman). (...) Adamın bir yakını trafik kazası geçirmiş. Gelmiş benden destan istiyor. Ona, onun anlayacağı dilden anlatarak kaset yapıp vermişimdir (Âşık Mustafa Aydın)... (Çobanoğlu, 2000a: 157).*

Özel doldurma kasetlerin kişiye özel olması nedeniyle mahremiyet algısıyla başkalarıyla paylaşılmaması, yeni teknolojilere geçiş ile birlikte çoğunlukla atılmış olma ihtimali özel kasetler ile ilgili monografik çalışmaların önündeki engellerdir. Bunun yanında nostalji ekonomisi kapsamında eski ürünlerin tekrar işlenip piyasaya sürülmesi söz konusudur. Günümüzde genellikle plaklara okunmuş eserler temizlenerek CD ve LP şeklinde piyasaya sürülmektedir. Bunun yanında İMÇ çalışmalarımız esnasında yapımcıların (Saltık, 2013) özel girişimleri yoluyla yurtiçi ve yurtdışından birçok bant kaydını, özel doldurma kasetleri temin ettikleri, bu tür eserleri özel seriler içerisinde değerlendirdikleri tespit edilmiştir.

Geleneksel müzik temsilcileri plak-kaset sektöründe yoğun bir şekilde yer almışlardır. Ama bu yer alma düzensizdir. Âşık Şeref Taşlıova ve çağdaşı âşıkların faaliyetleri ile

ilgili bir soru yönelttiğimiz Mete Taşlıova'nın konuyla ilgili cevabı durumu açıklamaktadır:

"Plak ve kasetlerin tam bir listesi mevcut değil. Âşıkların doksanlı yıllara kadar yoğun olarak Türkiye'de ve Avrupa ülkelerinde yayımladıkları plak ve kasetler aynı yıl birkaç tane olabildiği için sistemli olarak dökümünü yapmak neredeyse imkânsız. Kendilerinin de böyle bir sıralamayı yaptıklarını veya geriye dönüp de hangi plağı ve kaseti hangi tarihte doldurduklarını tam olarak hatırlamadıklarına defalarca şahit oldum. İşin üzücü tarafı plak ve kaset kartonetlerinde de ancak seri numarası olduğu için tarih bilgisi de yer almıyor" (Taşlıova, 2016) şeklinde cevabı âşıkların bu yoğun üretimine karşılık ortaya çıkan ürünlerin dağınık bir vaziyette olduğuna ve bir sistem içinde incelenmeye müsait olmadığına işaret etmektedir.

Yeni teknolojilerle birlikte kayıt sorunu kısmen çözülmüş olsa da ilk dönemden bugüne müzik sektörünün ürünleri dijital ortamlarda dolaşmaktadır. Artık albümler nadiren hazırlanmakta, hazırlananlar da prestij amaçlı hediye olarak dağıtılmaktadır. Günümüz âşığı eserlerini sosyal medyada üretmekte, geçmiş dönemde kayıtlı müzik sektörüne giren ürünler için ise yapımcılar ve varisler dijital platformlardan telif ücreti beklemektedirler.

Aktarım ve Tüketim Ortamları/Medya ile Âşıklık Geleneği İlişkisi

Kitle iletişim araçları olarak da bilinen medya araçları, iletişimin gerçekleşmesinden ziyade içeriğin paketlenerek bir merkezden alıcılara ulaştırılmasında kullanılan araçlardır. Yazılı medyayla süreç başlamış, Hertz (radyo) dalgalarıyla sesin iletilmesi ise bir dönüm noktası olmuştur. Bunun sonucunda "sesli medya süreci" başlamıştır. Siyasî, ekonomik, kültürel, demografik ve en başta teknolojik etkenler doğrultusunda yayın ve kullanım şartları belirlenen, sürekli değişim içerisinde olan, yaklaşık yüz yılı geride bırakan sesli medya süreci televizyon, internet, video gibi görüntülü yeni medya ve araçlara rağmen varlığını sürdürmektedir. Bu çalışma kapsamında öncelikle doğrudan sesin iletimi merkeze alınmış ve sesli, sesli-görsel, çoklu medya araçları; yani radyo, sinema, televizyon ve internet incelemeye dâhil edilmiştir.

Her yeni medya organı bir sonrakinin ortaya çıkış zeminini hazırlamış ve onun yayın çizgisini etkilemiştir. Radyonun birikimi televizyondaki içeriklerin şekillenmesini de

sağlamıştır. Sesli ve görsel içeriklerin tekrar paketlenip internet üzerinden sunulması günümüzde yaygın bir tanıtım tarzı olmuştur. Yayın açısından bakıldığında bu durum bütüncül yayıncılık politikasının uygulanmasından da kaynaklanır. Özellikle yaygın eğitim, kültürlenme, toplumsal dönüşüm süreçlerinde medya etkili bir şekilde kullanılmaktadır. Ayrıca günlük politikalara dönük algı yönetimi yine medya eliyle yapılmaktadır. Bu durumu E. Mutlu, M. McLuhan'la ilgili şu tespitinde özetlemiştir:

> Marshall McLuhan'ın 'teknolojik belirlenimci' olarak 1990'lara kadar iletişim araştırmaları alanında önemsiz bir yere konumlanmasına karşılık, bu yıllardan itibaren metodolojik çoğulculuk, çok perspektifli kuramlar ve diyalektik bakış açılarının aranmaya başlanması, McLuhan'ın diyalektik metodolojisinin ve medya çözümlemesinin bu arayışları zenginleştirebileceği düşüncesinin bu araştırma alanında McLuhan'a olan ilgiyi canlandırmasıdır. McLuhan ardı ardına gelen iletişim araçların yükseliş ve düşüşünü çözümlemek için tarihsel bir metodoloji geliştirmiştir ve bu metodoloji, teknolojinin insan merkezli bir gelişme serüveni olduğu iddiasını esas alır. Ona göre her teknoloji gibi medya da insanın uzantısıdır (Mutlu, 1999: 57).

1990 sonrasında başlayan tüketim odaklı yayın anlayışlarıyla belirleyici olan öncelikli nokta tüketicidir. Tüketicinin ihtiyaçları, arzuları, bilgi birikimi, kültürel dünyası yeni yayın anlayışında öne çıkan unsurlardandır. Bu durum yerel kanallarda daha net gözlemlenebilir. Yakından uzağa ilkesine göre düşünüldüğünde haber, bilgi, eser, ürün, içerik ne kadar yakında ortaya çıkmışsa o kadar değerlidir. Kilis'e atılan bir roket önce Kilis ve yakın çevresi için haber değeri taşımaktadır. Aynı doğrultuda halk kendinden olanı radyoda duymak, televizyonda görmek istemiştir. Mahallî sanatçı önce mahallinde değerlidir, yöresinde itibar görmektedir. Âşık da öncelikle bir yöreyi temsil etmekte, o yörenin ağız özellikleriyle deyişlerini söylemektedir. 1990'lı yıllardaki özel radyo ve televizyon yayıncılığı içinde hızlı bir şekilde açılan yerel kanallar bu durumu fırsat bilmişlerdir. Yerel kanaldaki haber yerelde olup bitenlerdir, yerel kanaldaki eğlenceyi yerelin temsilcileri yürütmektedir. Âşıklık geleneği açısından baktığımızda bu geçiş süreci etkin bir şekilde kullanılmış, yakın dönemin âşıkları bu yerel kanallarda programlar yapmışlardır. Bu programların dijital imkânlarla küresele taşındığı düşündüğünde geleneğin geniş bir zemine aktarılma fırsatı da yakaladığı görülür. Bu durumu N. Özdemir şöyle ifade etmektedir:

> Her iletişim aracı, kültür ve edebiyat konusunda kendi anlayışını ve kimliğini, dolayısıyla da toplumunu oluşturmaktadır. Bu kuşakların hangisinin değerli olduğunu belirleme tartışmalarının yarasızlığı açıktır. Romanı okuyan ile sinema ya da televizyon uyarlamasını izleyen kültür tüketicisi arasındaki değer belirleme

> çabasının, en azından farklı bakış açılarını, ölçütlerini içermesi beklenir. Her dönemin (dolayısıyla kitle iletişim kültür bağlamının) kendine özgü kültür üreticisi ve tüketicisi tipi ile ürünü değerlendirme ölçütleri olacağı kabul edilmelidir. Hatta tek kanallı ve çok kanallı televizyon kuşakları arasında dahi farklı çözümleme ve yaklaşımların kullanılması, gereklilikten öte bir zorunluluktur. Bugüne kadar matbu kültürün/edebiyatın değerlendirme ölçütlerinin bu alana hâkim olması, önceki (birinci sözlü kültür) ve sonraki (ikinci sözlü kültür/ kitle iletişim araçları dönemi) dönemlerinin bu ölçütlere göre yorumlanması, bilimsel ve tarafsız bir tutum olmasa gerektir. Ayrıca matbu kültürel sistem ve ürünlerin, radyo, televizyon ve internet bağlamında farklılaştığı açıktır. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla matbu kültürün egemenliğinin zayıflamasına, hatta ortadan kalkmaya başlamasına rağmen, akademik çevrelerde geçerliliğini sürdürmesi dikkat çekici bir durumdur. Sonuç olarak yaklaşık bir buçuk asırdır, Türkiye'de kültür kuşakları ya da genel olarak nesiller, medya tarafından biçimlendirilmektedir (Özdemir, 2008:136-137).

Âşıklık geleneği-medya ilişkisinin Türkiye'de yazılı medyanın ortaya çıkmasıyla başladığı yukarıda birkaç kez ifade edilmiştir. Ancak, Tanzimat dönemindeki toplumsal dönüşüm adına sözlü kültür eleştirilen, ötelenen bir konumdadır. Asıl gelişmeler matbaa sektörünün Anadolu'da gelişmesiyle âşık destanların tek sayfa basılıp piyasaya sunulması ve halk kitapları başlığı altında sözlü kültür geleneğinden farklı ürünlerin bir araya getirilmesiyle matbuat alanı âşıklık geleneğiyle tanışmış olur[5]. N. Özdemir, yazılı medya-âşıklık geleneği ilişkisinin asıl önemli gelişmelerinin ulus devlet fikrinin doğuş ve gerçekleşme sürecine rastladığı görüşündedir. Ona göre "Türk tarihi ve kültürel belleğinin araştırılması, ortaya çıkarılması ve çağdaş yorumlarıyla yaşatılması projesinde, sözlü kültürün temel geleneklerinden olan âşık edebiyatından da yararlanılmıştır" (Özdemir, 2008: 246). Bu ilişkide dergicilik faaliyetleri ön plana çıkmış; önce Türk Yurdu, Halk Bilgisi Haberleri, Türk Folklor Araştırmaları gibi dergiler ve halkevlerinin şubeleri tarafından çıkarılan dergiler vasıtasıyla geleneğin ürün ve aktörleri yazı yoluyla kayıt altına alınmıştır. Bir taraftan da hem geçmiş dönemlerin hem de 20. yüzyılın âşıklarına ait deyişler kitaplaştırılmıştır. Ulaşım imkânlarının gelişmesi ve radyonun yerelde yaygınlaşmasıyla medya âşıklık geleneğini farklı yönlerden etkilemeye devam etmiştir. Yerelin bilgi ve haber verme, olayları yorumlama aktörü olan âşığın yerini, daha hızlı ve güncel olan medya almaya başlamıştır. Bu medyanın âşığı işlevsizleştirmesi olarak yorumlanabilir (Özdemir, 2008: 246). Bu ilişkinin diğer yönü ise âşığın içerik olarak medyadan etkilenmesi, eserlerinde medyadan öğrendiği konuları işlemesidir.

[5] Yazılı kültür-âşıklık geleneği ilişkisi için bkz. Çobanoğlu, 2000a, Özarslan, 2001 ve Özdemir, 2008.

"Usta-çırak ilişkisi içinde yetişme, mahlas alma, rüya sonrası âşık olma/bade içme, atışma ve karşılaşmaya katılma, dedim-dedi ve dudakdeğmez tarzında söyleyiş yapabilme, askı (muamma) çözebilme, tarih düşürebilme, nazire söyleyebilme ve saz çalabilme", Türk âşıklık geleneğinin temelleridir. Medyanın ortaya çıkışıyla birlikte âşıklık geleneğinin belirtilen temelleri değişmeye ve dönüşmeye başlamıştır" (Özdemir, 2008: 259).

"Türk kültürü, kültürel kalıtım şifreleri içeren gelenekler bileşkesidir" (Özdemir, 2008: 242). Kültürü oluşturan bu geleneklerden biri de âşıklık geleneğidir. Âşıklık geleneği, kamlık'tan ozanlık'a geçişin devamı olarak yeni işlevlerle olgunlaşan bir kurumdur. Gelenek içinde barındırdığı değişim gücünü kullanarak her dönemde âşıklık kurumunda eklemlemeler ve çıkarmalar gerçekleştirmiştir. Ancak özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yaşanan toplumsal dönüşümler; teknolojik ilerlemeyle birlikte ekonomik alanların ayrışması, iletişim araçlarının hızla yenilenmesi ve yayılması âşıkları zor durumda bırakmış; bu değişime ayak uydurmada gecikmekler yaşanmıştır. Tarım toplumu veya sözlü kültür toplumu diye adlandırılan geleneksel toplumun sözcüsü, habercisi, kanaat önderi, organizatörü olan âşık; endüstrileşme, şehirleşme ve yazılı kültür ile görsel medya karşısında elindeki birçok işlevi o alanlarda ortaya çıkan yeni profesyonellere bırakmıştır. Özellikle içinde bulunduğumuz 21. yüzyılın ilk çeyreğinde âşıklık geleneği değişim ve değişime karşı direnme arasında sıkışmıştır.

Bu sıkışıklığı aşmanın yolu olarak da geleneğe yeni işlevler kazandırılması görülmektedir. "Bunu yapacak olan ise, bu geleneğin taşıyıcısı ve bir bakıma yaşatıcısı olan âşıklardır. Böyle bir görevi yerine getirecek olan âşığın da belirli niteliklere sahip olması gerekir. Akla gelen ilk sorular âşığın çağı okuyup okuyamadığı, bunun için gerekli olan bilgi donanımına sahip olup olmadığı ve bu niteliklere erişilebilirliğidir" (Kartarı, 2000: 16). Âşığın ve geleneğin var olabilmesi; kendini geliştirmiş ve çağın gerisinde kalmamış âşığın kültürel alanlarındaki faaliyetleriyle sağlanacaktır.

> Böylesi bir ortamda, âşığın bu enformasyona ulaşacak nitelikler sahip olması gerekir. Aynı konuda farklı kaynaklardan verilen mesajların birbirini tutmaması, bu mesajların belirli bilgi düzeyini gerektiren süzgeçlerden geçirilerek, aktaranın ideolojisinden arıtılması ve böylece objektif hâle getirilmesi sonra da hedef kitle için yeniden kodlanıp iletilmesi gerekir. Bunlar ise âşığın dünyayı doğru okumasını gerekli kılar. Çağını doğru okuyan, gerekli donanıma sahip, eleştirisi ve önerdiği çözümlerde mevcut enformasyondan yararlanmasını bilen âşık

> toplumda kaybettiği statüsünü yeniden kavuşma şansını yakalayabilir (Kartarı, 2000: 17).

Gelenekte değişen bir diğer nokta da eğitim sistemidir. Usta-çırak temelli ve odak âşık merkezli eğitim sisteminin yerini çok âşıklı/ustalı medya merkezli eğitim sistemi almıştır. "Bu yeni eğitim sisteminde âşıklık geleneğinin pek çok unsuru ve uygulaması, bilinçli ya da bilinçsiz olarak gereksiz sayılmaya başlanmıştır. Âşıklık geleneği kapsamında sanatçı kimliğinin ispatlanması ve ruhsat alınması uygulamalarıyla ritüellerinin yerine, ilk dönemde plak doldurma ve kaset çıkarma, daha sonra da radyo ve televizyon programlarına katılma yeterli sayılmıştır" (Özdemir, 2008: 260). Medya yeni âşık tarzının temel belirleyicisi olmuştur. Diğer yandan bakıldığında usta- çırak ilişkisinin kültürel ekonomik boyutu da bulunmaktadır. Usta bir âşığın yanında yetişme, onunla birlikte veya onun yönlendirmesiyle yerel kültürel ekonomik faaliyetlere katılma genç âşık için geçim güvencesi anlamına gelmektedir (Özdemir, 2008: 274). Ancak kültür endüstrilerinin etkinleşmesi bir yandan yerel kültür piyasasındaki faaliyetleri olumsuz yönde etkilerken diğer yandan usta âşığa bağlı kalmadan kendi başına kent merkezli kültürel ekonomik faaliyetlerle tanınmaya çalışan genç âşıkların çoğalmasının sağlamıştır.

Değişen önemli noktalardan biri de icra süresidir. Sözlü kültür ortamının baş aktörü âşık süreyi istediği gibi kullanabilirken, elektronik kültür ortamında her anın belirli bir maliyetinin olması, âşığın icra serbestisini elinden almıştır. Âşığın, kendisine tanınan kısıtlı süreyi etkin kullanabilmesi için uzun türlerden vazgeçtiği, anlatmaya dönük türleri nadiren icra ettiği, en çok beğeni alan icra ve türleri ise kısaltarak ve önceden hazırlanarak sunduğu görülmektedir. Bu da geleneğin temel özelliklerinden olan doğaçlamadan uzaklaşıldığını gösterir. Önceden düzenlenmiş, tekrar edilmiş, beğeni almış eserlerin elektronik kültür ortamı dinleyicisine aktarılması söz konusudur. Bu durum bir yandan da geniş zeminde kabul gören eserlerin oluşmasını da sağlamıştır.

Gelenekte bir değişim noktası da iletişim işlevinin sözlü kültür temsilcilerinden alınarak medyanın eline geçmesidir. Bu aynı zamanda ekonomik anlamda hamilik, resmî organlarca destekleme sistemiyle geçimini temin eden âşık tipini nadir örnekler dışında ortadan kalkmasına neden olmuştur:

> Bir yerde daimî olarak ikamet etmeyen, her mevsim durmadan il il, köy köy gezerek bütün memleketi dolaşn, her yerde âşık fasıllarına iştirak eden bu saz

> şairleri, halk arasında büyük bir haberleşme ve propaganda vasıtasıydılar. Önemli birer iletişim unsuru oldukları için hükümet bunların kontrolüne dikkat eder, bunları kendi propagandası için kullanırdı. Âşıklar arasnda yaşayan bir ananeye göre II. Mahmut, Abdülmecit ve Abdülaziz dönemlerinde haberleşme ve propaganda gücü tespit edilen otuz kadar âşığa Saray'dan sürekli olarak maaş verilmiştir (Yakıcı, 2011: 130).

Âşık, medyayla birlikte, sürekli değişen gündeme uymaya başlamıştır. Güncel konularda eserlerle dağarcığını genişletmiş, müzikal anlamda yeni arayışların içine girmiştir. Göç ve teknolojileşme olguları da âşıklık geleneğinin aktörlerinin yeni bağlamlarda, yeni kimliklerle geleneği icra etme gayretlerini ortaya çıkarmıştır. Dinleyici kitlesi kente ve yurtdışına giden âşık onlarla birlikte yerelden ayrılmak zorunda kalmıştır. Büyükşehirlerin farklı kültürel ekonomik alanlarında sanatını icra etmiş, teknolojik imkânlarla ortaya çıkan kültür endüstrilerinde üretimde bulunmaya başlamıştır. Radyo ve televizyon yayınlarına katılma, klip çekme, kayıtlı müzik sektörü içinde olma, hitap ettiği kitleye göre adının önüne "ozan, sazlı ozan, halk ozanı, âşık, badeli âşık, çöğür şairi, halk şairi, kalem şairi, Hak âşığı, Hak şairi, halk ozanı, halk sanatçısı, saz sanatçısı, saz şairi" (Sakaoğlu, 1986: 250) gibi farklı unvanlar ekleme, görselleri iyi kullanma, şiir kitabı bastırma, yarışmalara katılma, internet kullanma, gündemi değerlendirme, taraf olma veya eleştirme geleneğin güncel aktörlerinin özellikleri arasında yer alır.

Medya, bir yandan âşığım işlevini elinden alırken bir yandan da onun geniş kitlelerce tanınmasına aracı olmuştur. Ancak öne çıkan âşıkların son derece sınırlı olduğunu, bir kısmının da yine sadece kendi yerel kitlesi tarafından takip edildiğini belirtmek gerekir.

Medyanın bir diğer etkisi de icra ve gösterim noktasındadır. Radyo ve televizyonla, birlikte icranın yerini bireysel icra, saz ve söz ustalığı almıştır. Sanatsal kimliğini, geleneğin toplu icra ortamlarında icra etme zorunluluğundan kurtulan âşık; radyo, televizyon, gazino, fuar, festival, konser gibi farklı bağlamlarda bireysel gösterilere yönelmiştir (Özdemir, 2008: 264). Bireyselleşme, geleneğin özünü oluşturan usta-çırak ilişkisine dayalı eğitim sistemini etkisizleştirmiştir. Ayrıca âşıklığın kanıtlanması ve sınanması gibi olgular yerine kaset satış rakamları, etkinliklere davet edilme sıklığı geleneğin yeni onay ve ölçütleri hâline gelmiştir (Özdemir, 2008: 270). Aynı şekilde internette videonun izlenme sayısı, sosyal medyada takip edilme, eserlerinin paylaşımı son dönem ustalık ölçütleri arasındadır.

Geleneğin temel özelliklerinden biri olan usta malı söyleme, kültür endüstrileriyle birlikte tartışma konusu hâline gelmiştir. Sözlü kültür ortamında herhangi bir sorun teşkil etmeyen bu durum kültür endüstrileriyle birlikte telif ve tescil problemlerini doğurmuştur. Bu problemler âşığın veya ustasının eserinin "anonim" olarak nitelendirilmesine neden olmuştur. Âşık kitlelere sesini duyurmak için kısıtlı oranda yer bulduğu medya araçlarında geleneksel icranın ötesinde yayınlara katılmış, eserlerini sahiplenememiştir.

Âşıklık geleneğinin temel icra mekânları olan kahvehaneler, köy odaları, düğün meydanları, meşk ortamları varlıklarını devam ettirmekle birlikte yeni icra bağlamları ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu yeni, kent merkezli eğlence ve kültürlenme mekânları yaygınlaşmaya başlamıştır. Günümüz âşıkları da kültür endüstrileriyle yeni bağlamlarda kendilerini göstermeye çalışmakla birlikte, dernek gecesi, anma toplantısı ve yeniden canlandırılmaya çalışılan kahvehane, çay ocağı, sohbet evi gibi sözlü kültür ortamlarında sanatlarını icra etmenin mücadelesi içindedirler. Bunu yanında henüz âşıklar yer almamakla beraber "türkü bar" adı verilen mekânlarda özellikle geçmiş yüzyıllardan geleneğin ustalarının eserleri, profesyonel ve amatör müzisyenlerin repertuvarlarını oluşturmaktadır.

Genel olarak kültür ekonomisi kapsamında geleneğin ve ürünlerin metalaştırılması, üretici-aracılar-tüketici sisteminin gelenek üzerindeki etkisi, paketlenen ve pazarlanan gelenek, reklamı yapılan ürün, kitle kültürü, popüler kültür piyasası, tüketim kültürü, nostalji ekonomisinin ürünü hâline getirilen gelenek gibi olgular gelenek üzerinde etkili olmuştur. Bu süreçte gelenek, gelenek ortamı, gelenek aktörü ve gelenek tüketicisi farklılaşmıştır. Geleneğin meraklı kitlesi, sözlü kültürde aktif, denetleyici, oluşturucu iken popüler kültür ekseninde medyanın büyüsüne kapılıp pasif, geçmiş geleneklere kayıtsız, sanal olarak sunulanı tüketen bir izler kitleye dönüşmüştür (Özdemir, 2008: 270-272).

Matbuatla başlayan, radyo, sinema ve televizyonla etkinleşen ve internetle dönüşüm sağlayan kitle iletişim ortam ve araçları tüm kültürel alanlarda olduğu gibi âşıklık geleneğinde de etkisini göstermiştir. Eşzamanlılığını yitiren icra, yeni boyutlarda sınırlı kitleye sunulmuş, ürünü sunan aracılar ortaya çıkmış, takipçilerle âşık arasındaki mesafe açılmış, kent merkezli yeni tarzlar ve rakipler ortaya çıkmıştır. Medya ve dolayısıyla

popüler kültür, istediği oranda, tarzda, sürede âşığa ve ürününe başvurmuştur. Baştan beri karşılıklı olumsuz duygularla gerçekleşen ilişkide iki taraf da birbirlerine ihtiyaç duymaktadır. Medya yerel ve yerelden kente gelmiş izleyici kitlesini yakalayabilmek adına zaman zaman âşığa başvurmuş; âşık da geleneği kent merkezli kültür ortamlarında yaşatabilmek adına ve kendisini tanıtmak için medyayı çare olarak görmüştür.

Âşıklık geleneğinin sesli ve sesli-görsel araçlarla ilişkisi ise araştırmacıların, eğitimcilerin yukarıda sıralanan matbuat ürünleriyle âşıkların tanınmasının sağlanmasıyladır. Ahmet Kutsi Tecer ve Âşık Veysel örneğindeki gibi, Â.Veysel'in tanınması ve yurt çapındaki faaliyetlerinin başlaması, 1931'deki Sivas Âşıklar Bayramında keşfedilmesinden bir müddet sonra, dönemin gazetelerinde şiirlerinin basılmasıyla ve ardından A. Kutsi Tecer'in Veysel'in şiirlerini kitap hâline getirmesiyle olmuştur. 1960 sonrasında başta Feyzi Halıcı olmak üzere birçok araştırmacının-gönüllünün âşıklar bayramı, âşıklar festivali düzenlenmesine ön ayak olmaları, bu etkinliklerin basında haber yapılması, şiirlerin ve hikâyelerin kitaplaştırılmasıyla öne çıkan âşıkların radyo ve televizyon alanında faaliyet göstermesi sağlanmıştır. Aynı zamanda plak sektörüyle tanışan âşıkların, televizyonu etkin bir şeklide kullanabilmek için özel yayıncılığı beklemeleri gerekmiştir. 1990 sonrasında hem yurt çapında yayın yapan kanallar hem de yerel kanallar âşıklar için yeni bir icra bağlamı olmuştur. Müzik-eğlence programlarının bir alt dalı olarak konumlandırılabilecek "âşık programları" birbiri ardına faaliyete giren ulusal ve yerel kanalların yayın içeriklerini doldurmaya başlamıştır. 2000'li yıllarda da bu yayınlar devam ettirilmekte, uydu ve internet aracılığıyla yurtdışına ulaştırılmaktadır.

Sinema açısından bakıldığında âşıklık geleneği, hem anlatmalar hem de geleneksel ezgi ve deyişlerle Türk sinemasını beslemiştir. Bunun yanında âşıklar arasında, özellikle video döneminde oyuncu olarak sektör içerisine girenlere rastlanmaktadır. Bu durum günümüzde VCD formatında basılıp dağıtılan Yeşilçam Sineması'nın uzantısı niteliğindeki filmlerle devam ettirilmektedir. Bazı âşıklar seslerini duyurmak için az sayıda alıcıya ulaşsa da her türlü medya etkinliğinde bulunabilmektedirler. İnternet açısından bakıldığında geleneksel müzik ve âşıklık geleneği ürünlerinin depolandığı geniş bir zeminle karşılaşılmaktadır. Bu alanda âşıklar ekonomik faaliyetten ziyade

tanıtım ve reklam amaçlı varlık göstermektedirler. Kültürel ekonomik faaliyetleri âşıkların eserlerinin yayın haklarını ellerinde bulunduran müzik şirketleri gerçekleştirmekte; yoğun bir şekilde ellerindeki verileri dijital ortama aktarmaya çalışmaktadırlar. İnternet teknolojilerinin hızlı bir şekilde değiştiği son on yılda özellikle Facebook ve YouTube gibi sosyal ağlar, günümüz âşıklarının var olma mücadelelerine tanıklık etmektedir. Özetle medya; gelenek, geleneksel müzik, geleneğin temsilcisi, eser, mekân, bağlam üzerinde dönüştürücü güce sahiptir. Son bir asırlık süreçte bu dönüşümde etken olan ses aktarım ve tüketim araçlarıyla âşıklık geleneği ilişkisi aşağıdaki başlıklar altında ayrıntılı bir şekilde irdelenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM: RADYO

1.1. DÜNYA'DA RADYONUN GELİŞİM SÜRECİ

Birbiriyle ilgili üç anlama gelecek şekilde kullanılan radyo sözcüğü, "elektrik dalgalarının özelliğinden yararlanarak seslerin iletilmesi sistemi; elektrik dalgalarından düzenli olarak yayın yapan istasyon ve bu istasyonun programlarını düzenlemekle görevli kuruluş; bu istasyonun yayınlarını alan araç" (TDK, 2011: 1958) olarak tanımlanmaktadır.

19. yüzyılın ikinci yarısında yaşanan iletişim alanındaki gelişmeler radyonun ortaya çıkmasını sağlamıştır. İlk radyo yayınları konusunda bilgiler genellikle tartışmalı olsa da radyonun mucidi olarak Guglielmo Marconi (Bkz. Görsel 1) ismi ön plana çıkmaktadır. Marconi, İskoçyalı matematikçi James Maxwell ve Alman fizikçi Heinrich Hertz'in elektromanyetik dalgalar üzerine geliştirdikleri kuramlar üzerine çalışarak 1895'te 1 mil'lik (1,609344 km) mesafeye sinyal göndermiş ve ilk telsiz yayınını gerçekleştirmiştir (Eryılmaz, 2005: 89). Bazı kaynaklarda ise radyonun mucidinin Nicola Tesla olduğu belirtilir. Uzun yıllar süren patent davaları sonucunda 1943'te ABD Yüksek Mahkemesi Tesla'nın, Marconi'den önce elektromanyetik alanda yayın yaptığını onaylamıştır. Ancak Tesla'nın elektromanyetik alanı mesaj aktarmak için bir araç gibi düşünüp düşünmediği bilinmezliğini korumaktadır (Eryılmaz, 2005: 90). Elektromanyetik sinyallerin radyo yayınına dönüşmesi ise 1906'yı bulmuştur. Amerika'da R. Fessenden'in 1906'da kendi icadı bir cihazla amatör bir yayın yaptığı kaydedilmektedir. Avrupa'da ise 1908'de De Forest'in de Eyfel Kulesi'nden Parisliler için bir yayın gerçekleştirdiği kaydedilmiştir (Pekman, 2000: 13; Kütükçü, 2012: 28). Amerika'da ise 1919'da yerel haberleri ve reklamları toplayan bir çevre istasyonu kimliğinde RCA (Radio Corporation of America) kurulmuştur (Varlı, 2006: 15). Bu denemelerden sonra radyoculuk tarihinde ilk düzenli yayınlar ancak 1920'de Amerika'da, KDKA adı verilen bir istasyondan seçim haberleri verilmesiyle başlamıştır (Çetinok, 2007: 11). Ancak radyonun adının duyulması 1921'deki Titanic faciasıyladır. David Sarnoff adlı bir radyo operatörü kurtarma operasyonuyla ilgili haberleri gün gün radyo alıcılarına aktarmış, gazeteler bu yayınlardan aldıkları bilgileri okurlarıyla paylaşmışlardır (Eryılmaz, 2005: 90). Amerika'daki gelişmelere paralel bir şekilde İngiliz radyosu BBC ise 1922'de kurulmuştur. 1930'lara gelindiğinde radyo ticarî bir

araç olarak piyasada yer bulmaya başlamıştır. Bu yıllarda hem Amerika'da hem de Avrupa'da tam bir kitle iletişim aracı kimliğine bürünmüş (Pekman, 2000: 13), İkinci Dünya Savaşı öncesinde ve savaş esnasında da haber ve propaganda aracı olarak yoğun bir şekilde kullanılmıştır.

Görsel 1: Guglielmo Marconi (1874-1937) geliştirdiği radyo düzeneğini incelerken (Çimen, 2014: 191).

1.2. TÜRKİYE'DE RADYONUN GELİŞİM SÜRECİ

Birinci Dünya Savaşı ve Kurtuluş Savaşı yıllarında iletişimin ne derece önemli olduğunun anlaşılması üzerine neredeyse ABD ve Avrupa'yla eşzamanlı bir şekilde telsiz, telgraf ve radyo yayıncılığı için girişimlerde bulunulmuştur. Türkiye'de ilk radyo yayınları, işgal yıllarında (1922) Fransızlar tarafından İstanbul'da propaganda amacıyla gerçekleştirilmiştir. Barış döneminde ise ilk deneme yayınlarını, 1923'te İstanbul'da Muallim Mektebi Kimya Öğretmeni Rüştü Bey (Uzel) öğrencileriyle birlikte, Fransızların yayın yaptığı binada gerçekleştirmiştir. İlk yayında açılış konuşmasından sonra ney ile zeybek havaları çalınmıştır (Kaptan, 2002: 9; Altun ve Sarıoğlu, 2006; Özdemir: 2008: 126).

Türkiye'de 1926-1936 yılları arası radyo yayıncılığının, telsiz-telgraf iletişiminin etki alanıyla sınırlı kaldığı oluşum ve kurumlaşma dönemidir (Özdemir, 2008: 126). 1925 yılında "Telsiz Tesisi Hakkında Kanun" çıkarılmış ve bu doğrultuda Ankara ve

İstanbul'da telsiz-telgraf istasyonu kurulması kararlaştırılmıştır. Açılan ihale sonucunda Fransız TSF şirketi altyapı için ihaleyi kazanmıştır. 6 Ocak 1926'da radyo yayınlarının bir şirket eliyle yürütülmesi için "Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi" kurulmuştur. 8 Eylül 1926'da imzalanan sözleşmeyle yayın hakkı 10 yıllığına bu şirkete verilmiştir. Fransız TSF şirketi ise 1927'de gerektiğinde radyo yayını da yapılabilecek şekilde Ankara ve İstanbul istasyonlarını teslim etmiştir. Mart 1927'de İstanbul Büyük Postane'nin çatı katında kurulan bir stüdyo ve 5 kw'lık vericiyle deneme yayınlarına başlanmıştır. İstanbul Radyosu, yedi yıl bu stüdyoda kaldıktan sonra 1934'te Beyoğlu'nda Ambassador Kahvesi'nin bulunduğu binaya, daha sonra da Harbiye'deki binaya taşınmıştır. Yayınlarına bir müddet ara veren İstanbul Radyosu 19 Kasım 1949'da donanımlı bir bina ve 150 kw'lık bir vericiyle tekrar düzenli yayınlara başlamıştır (Yazgan, 2006: 15-16).

1927 yılında 7 kw'lık vericiyle 1178 radyo alıcısına 19.00-22.00 saatleri arasında hizmet vermek üzere açılan (Eryılmaz, 2005: 88) Ankara Radyosu, düzenli yayınlarına ancak 28 Ekim 1928'de başlamıştır (Dinçmen, 2007'den akt. Özdemir, 2008: 126). Mekân sorununu bir türlü çözemeyen Ankara Radyosu, Ulus Postanesinde, Cumhurbaşkanlığı Mızıka Dairesinde, Konservatuvar yakınlarında bir bağ evinde, Ankara Palas'ın bodrum katında, Sağlık Bakanlığının yanındaki bir dairede sesi alıcılara aktardıktan sonra bir müddet kapalı kalmış ve 28 Ekim 1938'de dönemin şartlarına göre çok daha donanımlı bir binayla birlikte 120 kw'lık vericisiyle tekrar açılmıştır. Aynı yıl yurtdışı yayınları için "Türkiye'nin Sesi" radyosu da hizmete girmiştir.

Radyo yayınlarının iyileştirilmesi ve radyonun yaygın bir şekilde dinlenilebilmesi için çeşitli yasal düzenlemeler de yapılmıştır. 26 Mart 1934'te "Matbuat Umum Müdürlüğü Teşkilat ve Görevlerine Dair Kanun" kabul edilerek radyo yayınlarını düzenleme ve denetleme görevi Matbuat Umum Müdürlüğüne bırakılmıştır. 8 Eylül 1936'da çıkarılan bir kararname ile de radyoların yönetimlerinin devlete bırakılacağı belirtilmiştir (Yazgan, 2006: 16). 1937'de TTTAŞ ile olan anlaşmanın süresi dolmuş ve radyo işletmeciliği devlete geçmiştir. Radyo, 1940'a kadar PTT'nin yönetiminde kalmıştır. 1940'da ise 3837 sayılı kanunla radyolar Matbuat Umum Müdürlüğüne (1943'te Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğüne dönüştürülmüştür) bağlanmıştır (Eryılmaz, 2005: 88). Türkiye'de radyonun yaygınlaşması da bu yıllara rastlamaktadır. İkinci Dünya

Savaşıyla ilgili haberler radyodan öğrenilir. Aynı zamanda radyo kendi ikonalarını da yaratmaya başlar. Radyodan sesi aktarılan yıldızlarla ilgili haberler, görseller; radyoyla ilgili temel bilgiler, haftalık yayın programları, stüdyoda yaşananlar ilk sayısı 15 Ekim 1941'de çıkarılmaya başlanan "Radyo" dergisiyle halkla buluşturulur.

27 Mayıs 1960 askerî darbesi ile 359 sayılı kanunun yürürlüğe girdiği 1 Mayıs 1964 arasındaki dönem Türkiye'de radyoculuk için bir geçiş dönemi olarak görülmektedir (Çankaya, 2000: 24; Eryılmaz, 2005: 107). 359 sayılı kanunla TRT özerk bir kurum kimliğine bürünmüştür. Ancak devamında gelen askerî müdahaleyle (12 Mart 1971) özerklik yerine tarafsızlık ilkesi benimsenmiş, bu durum ister istemez siyasî organların kurum üzerinde kontrol sahibi olmasına neden olmuştur. Buna rağmen daha sistemli ve kurumsal bir kimlikle radyo faaliyetleri yürütülmeye devam edilmiş, bir yandan da daha geniş bir coğrafyada alıcılara sesi aktarmanın yolları aranmıştır. 1949 yılında İzmir Fuarında yayın yapmak için belediye tarafından açılan İzmir Radyosu, 1953'te devlet radyosu kimliğine bürünmüştür (Kaptan, 2002: 20). Merkez radyoların bütün teknolojik yenileşmelere rağmen ülkenin uç bölgelerine sağlıklı yayın yapamamaları ve komşu ülkelerin radyolarının bu sınır şehirlerindeki etkisini kırmak için bölge radyoları açılmıştır. 1961'te Adana, Antalya, Gaziantep, Kars ve Van'da, daha sonra Erzurum'da bulundukları bölgeye yayın yapmak üzere istasyonlar kurulmuştur.

Bir müddet kapalı kalan İstanbul Radyosu ise bu süreçte güçlendirilmiş altyapısı (150 kw'lık verici) ve Ankara Radyosundan kadro desteğiyle 1949'da yeniden açılmıştır. İstanbul'un kültür ve sanat açısından birikimi ve sanatçılar için cazibe merkezi olması, müzik piyasasındaki konumu radyoyu da etkilemiştir. Gerek Ankara'dan gelen sanatçılar gerekse İstanbul'da plak ve gazino sektöründe ün yapmış isimler radyoda da yer bulmaya başlamışlardır.

Görsel 2: 1950'li yıllara ait İsviçre yapımı Tonfunk marka bir radyo (S.F. Arşivi).

Ankara Radyosunun açılışından itibaren kurumsal bir kimlik oluşturması, düzenli yayınlara geçilmesi, İstanbul Radyosunun ve bölge radyolarının açılması, Avrupa'da savaş sonrası hızlı üretime geçilmesi, Türkiye'de ithalatın serbest bırakılması radyo alıcılarının da hızlı bir şekilde artmasını sağlamıştır. Teoman Yazgan'ın (2006: 165-167) tespitine göre savaş yıllarında sadece Hollanda üretimi Philips (Bkz. Görsel 3) marka radyolar piyasada yer bulurken; savaş sonrasında Siemens, Shaub, Vega, Siera, Mediator, Aga, Cristal Grandin, Ora, Tonfunk (Bkz. Görsel 2) gibi farklı Avrupa ülkelerinden radyo alıcıları tüketicilere sunulmuştur. 1930'lu yıllarda 10.000 civarında olan alıcı sayısı, 1941'te 96.155'e, beş yıl içerisinde %100'e yakın bir oranda artarak 187.750'e ulaşmıştır. 1950'ye gelindiğinde ise kayıtlı radyo abonesi sayısı 263.128 olarak belirtilmektedir. Sonraki on yıllarda ise Batı Avrupa ülkelerine giden işçilerin resmî veya kaçak yollardan getirdikleri radyolarla ve yerli imalatın başlamasıyla radyo alıcısı hızlı bir şekilde artmıştır.

Görsel 3: İkinci Dünya Savaşı sonrasında (1960'lı yıllar) piyasaya sürülen ukw lambalı Philips marka radyo (S.F. Arşivi)

METEL
RADYO SANAYİİ

Mehmet Tütüncüler

Hüseyin Demirel

Kuruluş Tarihi : 1959
Ticaret Sicili : 1716-Nizip 516
Telgraf Adresi : METEL
Telefon Nosu : 1878
İmâlat Telefonu : 3082

Acente Adresi : Şehitler Cad. 220 - A
İmalat Adresi : Şehitler Cad. 57 - B
Radyo Ruhsat No. 754371

1959 yılında, Mehmet Tütücüler ile Hüseyin Demirel tarafından kurulan 'METEL RADYO SANAYİİ müessesesi Gaziantep ve Güneydoğu anadolu bölgesinde ilk def'a olarak, Radyo Sanayının önderliğini yapmaktadır.

Not : Tamir servislerinde, en esik Radyolar teknik şemalara göre yenileştirilir.

Görsel 4: 1960'lı yıllarda ticarî albümde yer alan bir yerli radyo imalathanesinin tanıtımı (Toker, 1965: 78).

Radyo teknolojisinin gelişmesi, alıcı sayısının 1940'lı yıllardan itibaren sürekli bir artış göstermesi, program anlayışında ihtiyaca göre hareket edilmesi, radyoların TRT'yle birlikte tek çatı altında toplanması radyonun hem yönetici, aydın tabakada hem de halk nazarında dikkat çekici bir noktaya gelmesini sağlamıştır. Nüfusun büyük bir kısmının kırsalda yaşadığı, okur-yazarlık oranının istenilen seviyeye ulaşamadığı bu yıllarda, modernleşme sürecinde toplumsal dönüşümü sağlama rolü radyoya verilmiştir. Nebi Özdemir radyonun bu etkin gücünü şu şekilde değerlendirmektedir:

> Çatı ve bodrum katlarında yapılan ilk yayınlarla tanınan sihirli kutu, yaşamı ve doğal olarak da kültürü, edebiyatı dönüştüren bir dinamik hâline gelmiştir. Sözlü kültürde yaşayan, önemli bir bölümü okur-yazar olmayan ve okumaktan çok dinlemeyi seven Türk insanı, radyonun büyüsüne kendini kolaylıkla kaptırmıştır (Özdemir, 2008: 127).

İlerleyen yılarda televizyon yayıncılığının başlamasıyla radyonun etkinliğinin azalacağı düşünülmüştür. Ancak, televizyonun o dönemde lüks bir araç olması, televizyon alıcı sayısının 1980'lere kadar oldukça sınırlı kalması; buna karşın, radyonun ucuzluğu, taşınabilirliği, pille birlikte elektrikten bağımsız bir şekilde kullanılması gibi etmenlerle medyada radyonun hâkimiyeti devam etmiştir. Bu dönemde kurumsal yapı içinde yayın anlayışında değişikliğe gidilmemiş, hatta televizyonla enformasyon ve tecrübe paylaşımı da gerçekleştirilmiştir. 1980'lere gelindiğinde 'FM' bandının kullanılması, daha sonra da 'stereo' yayına geçilmesi radyonun işitsel alanda etkinliğinin devam etmesini sağlamıştır. Bu durum, ta ki; 1990'lı yıların başında yasaya aykırı bir şekilde özel teşebbüs radyoların birbiri ardına ortaya çıkmasına kadar sürmüştür. Yeni ve farklı olanın dikkat çekmesi ilkesi doğrultusunda TRT'nin emektar dinleyicisine, Amerikanvarî yayın anlayışıyla bölünerek yayın yapan, farklı tarzlarda, farklı kitlelere seslenen özel ulusal ve yerel radyolar cazip gelmeye başlamıştır. TRT, bu şartlarda kurumsal kimliği ve kamusal yayın anlayışıyla bir müddet daha hareket etse de 2000'li yıllarla birlikte farklı arayışları denemeye başlamıştır. Günümüze gelindiğinde TRT ile birlikte özel radyolar da çağın teknolojilerinden yararlanarak günlük yaşamın her anında, internet, cep telefonu, tablet gibi farklı donanımlarla işitsel medya dinleyicisine ulaşmaktadır. İçinde bulunduğumuz dönemde TRT-1, TRT-FM, TRT-3, TRT-Nağme, TRT- Türkü, TSR-Memleketim FM gibi genel radyolarla birlikte Antalya Radyosu, Çukurova Radyosu, GAP Diyarbakır Radyosu, Erzurum Radyosu, Trabzon Radyosu gibi bölge radyolarıyla ve Ankara, İstanbul, İzmir gibi kent radyolarıyla TRT yurtiçi

dinleyicisine yayın yapmaktadır. Ayrıca RTÜK verilerine göre[6] 1990'lı yıllarda birbiri ardına ulusal, bölgesel ve yerel ölçekte yayın yapmak amacıyla açılan özel radyoların sayısı zaman zaman 1500'e yaklaşmıştır. 2012'de gelindiğinde 38 ulusal, 98 bölgesel, 922 yerel olmak üzere toplam 1058 radyo işletmesi Türkiye'de faaliyet göstermektedir.

1.3. TÜRKİYE'DE RADYO YAYINCILIĞI ANLAYIŞI

Amerika'da yayıncılık alanı ticarî bir anlayışla gelişirken Avrupa'da devlet kontrolünde, kamusal yayıncılık anlayışı hâkim olmuştur. "Kamu hizmetleri yayıncılığı anlayışı, iletişim araçlarının topluma karşı sorumlu olduğu inancına dayanır. İletişim araçlarının bu sorumluluğunu, ulus devletin sınırları içinde yaşayan tüm kesimleri bir yurttaş olarak kabul edip onların toplumla bütünleşmelerini sağlayacak bir yayıncılıkla yerine getirecektir." (Timisi-Nalçaoğlu: 2005: 68). Kamusal yayıncılıkla toplumun her alanda ve anlamda yükselmesini, her kesimin ortak bir noktada buluşmasını sağlamak temel olarak hedeflenmiştir. Ancak son elli yıl içerisindeki değişimler, iletişim alanındaki bu anlayışın da değişimini hızlandırarak yayında yerelleşmeye gidilmesine neden olmuştur. Küreselleşmenin, yayın anlayışını değiştiren temel dayanaklarıyla birlikte, bu anlayış değişikliğinin temel sebepleri toplumsal, siyasal, kültürel, teknolojik ve ekonomik alanlarda ortaya çıkmıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında Avrupa'da çeşitli nedenlerle göçmen nüfusun artması, bu nüfusun toplumsal yapı içinde entegre olabilmeleri için ihtiyaçlarının giderilmesinin gerekliliği, iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler, kablolu televizyon ve uydu yayıncılığı ile izler kitlenin taleplerinin değişmesi, ekonomik anlamda Fordist anlayıştan post-Fordist anlayışa geçilmesi, pazarı genişletme çabası, ürün tanıtımında yazılı medyanın yetersizliği ve diğer medyalardaki kısıtlamalar yayıncılıkta yerelleşmeyi de beraberinde getirmiştir. Bu yerelleşme toplumsal yerellik ve coğrafî yerellik olarak iki türlü şekillenmiştir.

Coğrafî yerellik, radyo sinyallerinin eriştiği ya da siyasî parametreler sonucu tanımlanmış olan bir coğrafî alana tekabül etmektedir. Toplumsal yerellik ise paylaşılan kültürel zevkler, değerler ve çıkarlar açısından ortaklık gösteren toplu ya da dağınık grupları tanımlamak üzere kullanılmaktadır (Timisi-Nalçaoğlu: 2005: 73). Türkiye'de gerek devlet eliyle açılan bölge ve şehir radyoları, gerekse Amerikanvarî yayın anlayışıyla şekillen küçük ölçekli iletim kanalları coğrafî yerellik içinde düşünülebilir.

[6] Bkz. Kuyucu, 2013; TUİK, 2009; RATEM, 2010; RTÜK, 2003; RTÜK, 2013.

Toplumsal yerellik anlayışıyla şekillenmiş radyolara ise yurtdışında geniş bir coğrafyada yaşayan Türkler için yayın yapan "Türkiye'nin Sesi Radyosu" ve belli bir grubun ortak zevklerine hitap eden "Polis Radyosu" veya üniversite radyoları örnek olarak verilebilir.

Radyoda enformasyon ve eğitim, eğlence, propaganda ve reklam (Aziz, 1968; 1982) gibi temel işlevlerle yayın yapılmaktadır. Radyocular bu işlevlerden birine veya birkaçına ağırlık verseler de az veya çok diğer işlevler de yerine getirilmektedir. Günümüzde eğlence ağırlıklı yayın anlayışının içinde bilgi ve haber verme işlevinin yerine getirildiği; bunun yanında ihtisas yayıncılığını benimsemiş eğitim veya haber anlayışıyla yayın yapan radyolarda diğer işlevlere yer verildiği de görülmektedir.

Radyo, kuruluş döneminde ulusu kültürel olarak birleştirme işlevi de görmüştür (Vivian, 1999: 173'ten akt. Eryılmaz, 2005: 96). Çok sayıdaki okur-yazar olmayan nüfusa, ulaşılabilirliğin kolay olması nedeniyle, tarım toplumundan modern topluma geçiş sürecinde radyodan bilgilendirme ve eğitim açısından mümkün olduğunca yararlanılmıştır. O yıllarda tarım toplumu mahiyetindeki nüfusa dönük programlar yapılmıştır. İlk eğitim programı 1941'de yayımlanan "Ziraat Takvimi Saati" adlı programdır. 1950'lerden sonra ise benzer tarzda "Köyün Saati" programı dinleyiciyle buluşmuştur. 1959'da ise "Günaydın" programı 20 dakikalık süreyle başlayıp daha sonra 1 saat süreyle köylere seslenmiştir (Eryılmaz, 2005: 93). Bu programlarla bir yandan çiftçi bilinçlendirilip modern tarıma doğru yol alınması hedeflenmişken, bir yandan da halk sağlığı, din, ahlâk, günlük yaşam gibi farklı konularda bilgiler dinleyicilere aktarılarak toplumsal dönüşümün sağlanması amaçlanmıştır[7]. 1940'lı yıllardan itibaren radyo programlarına basılı katkı olarak Matbuat Umum Müdürlüğü tarafsından çıkarılan "Radyo" dergisinin sayılarında hedeflenen yurttaş tipolojisi çizilmektedir. Millî ideoloji etrafında özellikle taşranın aydınlatılması hedeflenmiş; eğitimli, aydın, tarihi ve kültürüyle barışık, okuyan, düşünen, üreten modern bir insan kodlanmıştır. Âşık Veysel'den (Bkz. Görsel 5) de radyo, basın-yayın, köy enstitüleri gibi alanlarda faydalanılması bu politikanın uzantısıdır.

[7] Dışarıdan gelen bir teknolojinin, 1927-1940 sürecinde yeni bir devlet olan Türkiye Cumhuriyeti'nde milli ideolojinin yerleştirilmesindeki etkinliği için bkz Ahıskalı, 2005.

Köy Enstitülerinden birisine saz öğre-
icisi olarak tâyin edilen Şarkışlalı Aşık Vey-
el geçenlerde Sivas'tan tâyin edildiği Ensti-
üye gitmek üzere Ankara'ya gelmiş ve bu
münasebetle Ankara Radyosunda iki konser
ermiştir. Anadolumuzun bağrında Âşık Vey-
el, yaşayan halk şairlerinin en kudretlisi, en
lisidir.

Genç yaşımda felek vurdu başıma,
Aldırdım elimden iki gözümü.
Yeni değmiş idim yedi yaşıma
Gaip ettim baharımı, yazımı.

Bağlandım, köşede kaldım bir zaman,
Nice kimselere dedim el'aman,
On, on beş yaşıma gelince heman
Yavaş, yavaş düzen ettim sazımı.

Üçyüz onda gelmiş idim cihana,
Dünyaya bakmadım ben kana kana
Kader böyle imiş çiçek bahane
Levhi kalem kara yazmış yazımı

Geçirdim ömrümü, havayı heves,
Derdim bir kimseye dökmektir kıyas
Her zaman, her vakit kalbimde bu yas
Çarkı devran güldürmedi yüzümü.

Bir vefasız, zalim yare bağlandım,
Tarih üç yüz otuz beşte evlendim,
Sekiz sene bir arada eğlendim,
Zalim kâfir, yetim koydu kuzumu.

Mısrağlariyle hayatını anlatan Âşık Veysel genç yaşımda gözlerini kaybetmiştir. Veysel, kendisinden evvel konup göçen Karacaoğlan, Dadaloğlu, Emrah, Seyrani ve benzerlerinden başka hayat ve kâinat görüşüne, yepyeni bir sanat endişesine gönlünü yayla yapmıştır. Yukarıdaki resimde Âşık Veysel Şatıroğlu'nu küçük Veysel ile beraber görüyorsunuz.

⁂

Hafif Amerikan müziğinin, Amerika'dan başka yerde yapılması mümkün en iyi örneklerini şaşılacak bir maharetle bize veren iki Türk kızı, Sevim ve Sevinç Tevs kardeşleri kim tanımaz. Aşağıdaki resimde yeni program devremizde ilk sving seansını veren genç kızlarımıza piyano, davul ve kontrabasla iştirak eden üç artisti okuyucularımıza ayrıca takdim ediyoruz:

Soldan sağa: Komendinger, Wagner ve M. Urhanlı.

Görsel 5: 'Radyo' dergisinde Âşık Veysel ile ilgili bir haber sütunu (Radyo, 1945: 18)

Radyo "şimdi ve burada" ilkesiyle hareket ederek "sadece mesafeleri aşan akustik hareketleriyle değil, bizzat biçimsel düzeniyle mekânı yeniden tanımlar ve yapılandırır" (Berland, 1993a: 209'dan akt. Ahıskalı, 2005: 25). Sözlü kültür geleneğinin dinleyicisi, radyoyla birlikte yeni bir kültür ortamına alıştırılmaya başlanmıştır. Bu geçiş sürecinde sözlü kültürün geleneksel mekânları radyoya ev sahipliği etmiştir. Gerek ekonomik ve teknolojik koşullardan gerekse geleneksel tavırlardan dolayı bu dönemde toplu radyo dinleme şekli görülmektedir. Âşıklık geleneğinin başlıca mekânlarından biri olan kahvehanede radyo başköşeye konulmuş, insanlar onun etrafında toplanarak birlikte

radyo dinlemeye başlamışlardır. Radyonun başköşeye yerleşmesiyle birlikte sözlü kültür toplumunda dinleyici, türkü dinlemek için âşığı beklemek yerine radyonun düğmesini çevirerek bu ihtiyacını karşılamaya başlamıştır (Özdemir, 2005: 244).

Kahvehaneyle birlikte halkevleri, çay bahçeleri, pazar yerleri gibi kamusal alanlar radyoyla tanışılan ilk mekânlardır (Küçükbasmacı, 2013: 1065). Sözlü kültür toplumunun birlikte müzik dinleme, birlikte eğlenme alışkanlıkları radyonun ilk yıllarında da devam etmiştir. Mekân bu hususta önemlidir. Radyo evlere girmeye başladığında ve daha sonra yeni iletişim teknolojileri yayına başladığında da birlikte radyo dinleme, televizyon izleme geleneği devam etmiştir. İthalatın artması ve yerli üretimin başlamasıyla radyo daha çok eve yerleşmiştir. Öncelikle durumu iyi olanların ve memurların evlerine radyo girmiştir. G. Küçükbasmacı'nın (2013: 1063-1080) Kastamonu'da yaptığı saha çalışmasında, kaynak kişiler o günleri şu şekilde anlatmaktadırlar:

> *Bataryalı radyo varıdı, Arap diye birisi varıdı, onun evinde varıdı, oraya giderdik (Hüseyin Yazıbakan)... Radyoyu Hüseyin Önal'ın babası aldıydı. Babası memurdu. Radyo haberleri veriyordu, iş güç oluyordu, her zaman dinlemezdük. Habardan başka bir de türkü dinlerdük (Sami Ağırtopçu)… Elektirik gelmeden evvelce bataryalı radyolar vardı. Bataryala çalışırmış. Mehmet Bey'in babasında vardı. Kapılarının önüne giderdik, bunu dinlemeye çocukken. Herkeste yok radyo (Naci Sarı)… Goca bi batarya, akülü bi pil. Halg, gadın, çoluğ, çocuğ... Ben de anamın elinden dudum radyoya bağmaya gidim. Nezahad Bayram türkü söylüyo. Daa yeniğ dinliyoz yavv, yaşımız on. Gadınların kimisi radyonun argasına bagıyo. Argasına nereye bagıyo biliyo musunuz? Nezahad Bayram'ı içinde sanıyo? Bu devirden geldik biz (Hasan Toğraz)*

Görsel 6: 1940'lı yıllarda dönemin yazılı basınından radyonun toplumsal hayata etkisini anlatan bir karikatür (Yazgan, 2006: 143).

Bir halk üniversitesi olarak nitelendirilen Ankara Radyosu (Yazgan, 2006: 65) halk eğitimi noktasında başat rol üstlenmiştir. 12 Ekim 1940'dan itibaren Nurettin Artem'in hazırlayıp sunduğu "Radyo Gazetesi" programıyla sözlü kültür toplumuna güncel olaylar hakkında bilgi verilmiştir. Yorumlanarak aktarılan haberlerle, halka bilgi vermenin yanında düşünce tarzının şekillendirilmesi hedeflenmiştir. Ev hanımlarına dönük olarak sabah saatlerinde yayınlanan "Evin Saati" programıyla Türk kadınının pratik bilgilerle donatılmasına; "Radyo Çocuk Saati", "Radyo Çocuk Kulübü" adlı programlarla da çocukların temel eğitimine destek olunmaya çalışılmıştır. Bunlarla birlikte dil ve edebiyatla ilgili programlarla da dilde birliğe ve kitap sevgisinin aşılanmasına çalışılmıştır. Bu süreçte Falih Rıfkı Atay, Ahmet Muhip Dıranas, Şevket Rado gibi isimler farklı programlarla dinleyicinin karşısına çıkmışlardır. Ayrıca 1932'de "Mevlid" programı Ayasofya Camiinden ilk defa canlı yayınla dinleyiciye aktarılarak inanç içerikli dinî-tasavvufî bir metin radyoya taşınmıştır.

Radyo, modernleşmenin ve yeniliğin aracı olarak görülmüş, toplumsal dönüşümü sağlamada etkin bir şekilde kullanılmıştır. Sözlü kültür dinleyicisine uygun içerikli

programlarla, halk ikincil kültür ortamına hazırlanmış, alıştırılmıştır. "Okuma Saati" gibi programlarla edebî eserler, radyofonik tiyatrolar, arkası yarınlarla radyo, sözlü kültür aktarıcısı aktörlerin yerini almaya başlamıştır (Özdemir, 2008: 133). Bu programlardan biri olan Vahi Öz'ün rol aldığı, 1941'den itibaren haftada bir gün yayınlanan "Kimgil Ailesi" ilgiyle takip edilmiş, ilerleyen yıllarda ortaya çıkacak bir diğer aktarım-tüketim aracı olarak televizyonda uzun yıllar izlenecek olan "Kaynanalar" ve "Bizimkiler" gibi dizilere ilham kaynağı olmuştur. Âşıklık geleneğinin önemli mahsullerinden halk hikâyelerini; efsane, masal, fıkra gibi sözlü kültür ürünlerini dinlemeye alışkın toplum kültür endüstrileriyle birlikte gelenekten beslenen içeriklerle tanışmıştır. Bunlardan biri de türkü hikâyeleridir. Yücel Paşmakçı (2015), daha sonraki yıllarda hazırladığı programların bir bölümünü radyofonik tiyatroya dönüştürülen türkü hikâyelerine ayırdığını belirtmektedir:

"Ben İstanbul Radyosu'nda halk müziği konserleri yaptığım zaman mahallî sanatçıları çağırırdım. Mesela Hacı Taşhan'ı çağırmıştım bir defasında. Mahallinden halk oyunları ekibini çağırırdım. Bir de bir türkünün öyküsünü 20 dakikayı geçmeyecek şekilde tiyatro sanatçılarına oynatırdım. Metin Çoban isminde İstanbul Şehir Tiyatrosunda bir sanatçı vardı. Ona verirdim hikâyeyi. Onu dramatize eder ve beraberindeki arkadaşlarıyla oynarlardı. Bir saatlik bir programın 20 dakikası da bir türkünün hikâyesine ayrılırdı"(Paşmakçı, 2015).

II. Dünya Savaşının yaşandığı yıllarda dönemin atmosferine uygun içeriklere bir örnek de asker programlarıdır. İlki Behçet Kemal Çağlar'ın sunduğu "Mehmetçik Konuşuyor" adlı programdır (Yazgan, 2006: 72-73). Türkiye'nin savaşa fiili olarak girmemesine rağmen uzun yıllar süren askerlik dönemi, savaşlar, haberleşme imkânlarının kısıtlılığı halk nezdinde askerlik etrafında oluşan sözlü kültür ürünlerine yansımıştır. Bu sözlü kültür ürünleri, kahramanlık anlatıları "Kahramanlar Saati" adlı programla dinleyicilere aktarılmıştır.[8]

[8] Askerlik etrafında oluşan folklor ve asker anlatıları konusunda bkz. Fidan, 2008.

Kahramanlar saati

«Kahramanlar Saati» fazla rağbet gören saatlerimizden biridir.
Burada bu saat konuşmalarından «Son emrini kanile yazan Yüzbaşı» mevzulusunu veriyoruz.

Konuşan: CELÂL DİNCER

Geçen büyük harbin ikinci yılı içinde idik. O harp, bizim için sekiz cepheli olmuştu. Yüksek Anadolu yaylalarının, kışı şiddetli Trakya düzlüklerinin soğuklarına alışık Mehmetçikleri, bu iki yıl içinde Tih sahralarının Filistin ve Irak çöllerinin yakıp kavuran güneşi altında o cepheye o cepheye koşuyorlar, düşmanların her türlü bol ve üstün silâhlarının ateşlerinden başka bir de Galiçya veya Kafkas cephesinin sıfır altında 30 dereceye inen soğuğundan, Irak'ın gölgede bile sıfır üstünde 60 dereceye çıkan sıcaklarına göğüs germe zoruna düşüyorlardı. Bundan başka yol da yoktu. Şu cepheden bu cepheye koşarken günde 40-50 kilometre yaya yürüyüş yapan birlikler vardı.

Evet, Irak cephesindeki muharebeler, o yıl çok şiddetli olmuştu. Düşman zengin ve inatçı idi. Biz, silâhca, paraca onun gibi değildik. Fakat millet, her ne bahasına olursa olsun varlığını, şerefini korumak azmini damarlarındaki yiğitlik kanından, ruhundaki özgür yaşama aşkından almıştı.

Bu iki büyük duygunun yarattığı eşsiz kudretle çarpıştık. Kûtülammare'de, Selmânpâk'te neler, ne kahramanlık destanları yarattık!.

Bazen, bir yudum su bulmak için bin bir zorluğa katlanılan bu kızgın çöllerde, bir bakarsınız, on beş kişilik bir Türk mangası, karşısındaki düşmanın - mübalâğasız insan sayısı beş yüzleri çok aşan kuvvetlerinin - siperlerine bombalarla hücum eder, kendilerine veya arkadaki silâh arkadaşlarına yetecek suyu o siperlerden almak yolunu bulur... Bir bakarsınız: küçük, çelimsiz, fakat cefaya katlanır Anadolu atlarının sırtlarında - kırıla kırıla mevcutları yarıdan aza inmiş - bir süvari, önüne kattığı kuvvetli beygirli, büyük bir düşman süvari birliğini ta uzaklara kadar kovalamaktadır.

Sağa bakarsınız, üzerine kara bulutlar gibi çullanan karnı tok, sırtı pek ve silâhı üstün bir düşman tümenini, iki taburlu, erimiş, insan sayısı azalmış bir alay, saatlerce ve saatlerce yerinde saydırır, sonra da geldiği yere püskürtür.

Öteye bakarsınız: bir tek erin, dört, beş düşman askeri ile boğuştuğunu ve sonunda hepsinin hakkından geldiğini görürsünüz. Beriye bakarsınız, genç bir Asteğmen, tabiatın kavuran güneşi, düşmanın yakan, yıkan ateşleri altında ve sivri uçlu süngüler arasında erlerine zafer yolunu açarak «hedef» i göstermektedir. Irak çölleri, Türkün oralarda gösterdiği büyüklükte bir cesaret örneği görmemiştir.

***

1916 yazının ortalarındayız. Güneş ortalığı yakıp kavuruyor. Kuru otlar bile, bu kadar kızgın sıcaklığa dayanamıyor, şurada burada tutuşmağa başlıyor.

Altıncı ordumuzun birlikleri şimdi Felâhiye muharebelerini yapıyor. Bu birlikler içinde 45 inci alayımız da var. Alay düşman saldırışlarını geri püskürtüyor. Düşman, kum içerisinde kazılmış siperlerimizi, önce top ateşile saatlerce dövüyor, dövüyor... Öyle ki, artık içlerinde tek yaşar insan kalmadığına aklı yatasıya kadar .

Ondan sonra, saf saf, dalga dalga yaklaşıyor ve alayı kuşatacak gibi onun sağ kanadından hücuma kalkışıyor. Fakat, nasıl sağ kaldıklarına düşmanın da şaştığı, saldıran kuvvetlerle kıyaslanınca bir avuç denecek kadar az insan, bu hücum dalgalarını derhal süngülerile karşılıyor. Göğüs göğüse bir muharebe ki, görmeyince ve içinde yaşamayınca hayalde canlandırılması mümkün değil.

Düşman hücum dalgalarının üzerlerine atılanlar ne yanındakilerin düşüp kaldıklarını, ne biraz önceki topçu, makineli ateşlerile vurulup kanlar içinde yere serilenleri düşünebiliyorlar. Onların gözleri düşmanda. And içmişler, siper vermiyecekler, mevzilerini kaptırmıyacaklar. Bu alaym, düşman çevirmesine uğrıyan sağ kanadında, mevzilere yeni yerleşmiş, tam mevcutlu bir bölük var. Düşmana ölüm ateşleri yağdıran, siperlerimizin önüne birçok ölü ve yaralı veriren kuvvetlerimizin içinde en çok göze çarpanların biri de bu bölük.

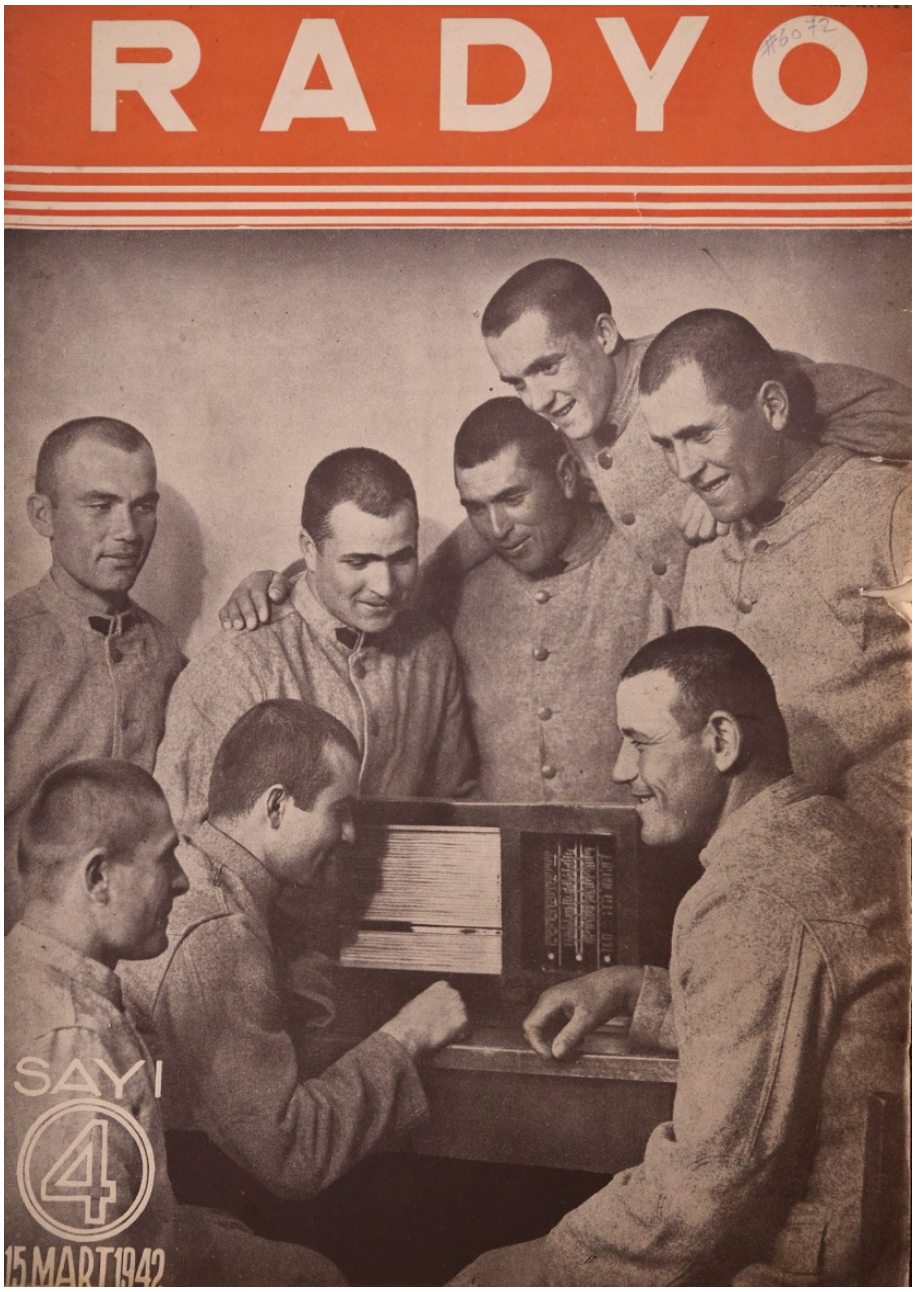
Bölüğün komutanı daha önce dokuzuncu piyade alayında bulunmuş bir yüzbaşıdır. Sevimli, nazik, şen, güler yüzlü bir yüzbaşı. Gök mavisi, parlak bakışlı gözleri, tam asker yapısı ile alımlı bir babayiğit. Şimdiye kadar hangi muharebede hangi ödevi almışsa canla başla yerine getirmiş, güçlükleri kolay yenmiş olmakla ün kazanmış. Üstlerine, akranına ve bölüğüne kendini hem sevdirmiş, hem saydırmış. İşte muharebenin en kızgın bir zamanında idi ki takım komutanlarından teğmen Şükrü, yüzbaşısının etrafı çınlatan, askerin cesaretini, gayretini her an artıran sesinin birdenbire kesildiğini sezince hemen onun yanına adam saldı. Geri gelen er şöyle diyordu:

— Komutanım yüzbaşı yaralı yatıyor. Göğsünden çok kan akmış; şimdi sıhhiyeler geldi, kaldıracaklar.

Erin getirdiği haber doğru idi. Bölüğün bir çok erleri şehit olmuş, takım komutanlarından ikisi ile bölük komutanı yüzbaşı Muzaffer yaralanmışlardı. Muzafferin yarası ağır görünüyordu. Sağ göğsünün üst tarafından giren kurşun bu imanlı çelik göğsü paralamış gibiydi.. Şimdi onu, Irak çöllerinde çok az rastlanan cılız bir ağacın gölgesine

(Arkası 36 ncı sayfada)

Görsel 7: "Kahramanlar Saati" programıyla ilgili "Radyo" dergisinin 5. Sayısında bir haber (1942: 8).



Görsel 8: Radyo dergisinin 15 Mart 1942 (İkinci Dünya Savaşı dönemi) tarihli 4. sayısının kapak fotoğrafında radyo başında askerler.

İstanbul Radyosu yıllarında bir dönem (2 Kasım 1934- 6 Eylül 1936) Türk müziği yayınlarına ara verilmiştir. Tartışmaların hâlâ sürdüğü bu kararda teknik imkânların yetersizliği, radyoda denetim ve eser seçiminin yapılamayışı, sürekli bir kadronun yer almayışı etkili olmuş olabilir. Atatürk, Türk müziği yayınlarına son verilmeden bir gün önce Meclis'te yaptığı konuşmasında: *"Bugün dinletmeye yeltenilen musiki yüz ağartacak derecede olmaktan uzaktır. Bunu açıkça bilmeliyiz. Ulusal, ince duyguları anlatan, yüksek deyişleri, söyleyişleri toplamak; onları bir gün önce genel son musiki*

kurallarına göre işlemek gerektir. Ancak bu güzeyde (sayede) Türk ulusal musıkisi yükselebilir, evrensel musıkide yerini alabilir" (Yarman, 2010) demektedir. Aynı zamanda derleme faaliyetlerinin hızlanmasını sağlayan bu söz üzerine radyo yetkilileri harekete geçerek alaturka müziğe radyoda yer vermeyi sonlandırmışlardır. Toplumun dönüşüm sürecinde olduğu bu yıllarda, radyo toplumsal dönüşümde etkin bir şekilde kullanılmak istenmiştir. Ancak yetersizlikler veya yanlış anlamalar neticesinde bu uygulamalar Batı temelli bir müzik anlayışının yerleştirilmesi yönünde olmuş, halk müziği ezgileri kısıtlı oranda radyoda yer bulmuştur.

1940'lı yıllarda radyoda müzik anlayışı ağırlıklı olarak Batı temelli bir Türk müziğinin yerleşmesini sağlamaya çalışmak olmuştur. Haftalık veya aylık yayın akışları incelendiğinde de bu durum kolaylıkla tespit edilebilir. 1946-1960 yılları arasında radyoda müzik yayını ortalama %70 civarındadır. Bu oranın da ancak %45'i Türk müziğine ayrılmıştır (Kaptan, 2002: 21). Radyo Dergisinin 15 Sonkanun 1942 sayısında müzik yayınının türlere göre aylık bazda kaç dakikayla yer aldığı ise şu şekildedir:

Operalar 320
Oratoryalar –
Senfonik Müzik 1290
Oda Müziği 180
Enstürmantal Müzik—
Saz Soloları 200
Ses Soloları 60
Hafif Müzik 2356
Dans Müziği 1768
Klasik Türk Müziği 220
Folklor Müziği 240
Hafif Yerli Müzik 2416

Batı müziği yayınlarının hâkimiyeti düşünüldüğünde halk müziğine (folklor müziği: 240 dakika) ayrılan süre çok sınırlı kalmıştır. Bu atmosferde halk kendi sanat beğenisine uygun içerikleri seçiyor, müzik ihtiyacındaki boşluğu geleneksel iletişim kanallarıyla ve dönemin kayıtlı müzik araçları olan taş plaklarla gidermeye devam ediyordu. Radyo vericilerinin yetersizliği de düşünüldüğünde halkın Arap, İran, Hint radyolarından

sözleri anlamasalar bile kendilerine daha yakın olan ezgiyi tercih ettikleri tespit edilmiştir (Demir, 2005: 29). Hem Arap radyoları hem de 1936-1948 arasında piyasaya sürülen Mısır filmleri; ayrıca Saadettin Kaynak gibi tanınmış bestekârların Arap müziğinden eserleri Türkçe sözlerle yeniden düzenlemeleri toplumun müzik belleğinde iz bırakmış, ilerleyen yıllarda epeyce popülerleşecek olan arabesk müziğin temelleri atılmıştır (Tura, 1988: 42; Kütükçü, 2012: 49-51).

PROGRAM

BİR HAFTALIK NEŞRİYAT PROGRAMI KALIBI

Mecmuamız şimdilik ayda bir çıkdığından, ancak bir haftalığını verebileceğimiz mufassal programın neşrinde büyük bir fayda göremedik. Bunun için aşağıdaki gibi, ayın her haftasında aynı neşriyatı ihtiva eden bir kalıp program neşretmeyi daha muvafık bulduk.

Aşağıdaki programın içinde geçen «A» harfleri MİLLÎ MÜZİK, «B» harfleri GARP MÜZİĞİ ve «Pl» harfleri de PLÂK neşriyatını göstermektedir.

PAZAR

8.30 Program ve Memleket saat Ayarı.
1.33 Müzik - B: Hafif program (Pl.)
7.45 Ajans Haberleri.
9.00 Müzik - B: Hafif parçalar ve marşlar (Pl.)
9.15/Evin Saati.
9.30

12.30 Program ve Memleket Saat Ayarı.
12.33 Müzik - A
12.45 Ajans Haberleri.
13.00 Müzik - A
13.30/
14.30 Müzik - Radyo Salon Orkestrası.

18.00 Program ve Memleket Saat Ayarı.
18.03 Müzik - B: Radyo Dans Orkestrası.
18.45 Konuşma (Ziraat Saati - Türk Ziraat Mühendisleri Birliği).
18.55 Müzik - A
19.45 Serbest 10 Dakika (Her ayın ilk pazarı, Çocuk Esirgeme Kurumu) (Her ayın ikinci pazarı: Yardım Sevenler Cemiyeti).
19.55 Müzik - B
20.15 Konuşma (Tabiat Ana)
20.30 Müzik - A
21.15 Temsil.
21.45 Müzik - B
22.50 Memleket Saat Ayarı ve Ajans Haberleri.
22.50 Yarınki Program ve Kapanış.

PAZARTESİ

7.30 Program ve Memleket Saat Ayarı.
7.33 Müzik - B: Hafif Program (Pl.)
7.45 Ajans Haberleri.
8.00 Müzik - B: Hafif parçalar programının devamı (Pl.)
8.15/Evin Saati.
8.30

12.30 Program ve Memleket Saat Ayarı.
12.33 Müzik - A
12.45 Ajans Haberleri.
13.00 Müzik - A
13.30

18.00 Program ve Memleket Saat Ayarı.
18.03 Müzik - B: Radyo Dans Orkestrası
18.45 Ziraat Takvimi.
18.55 Müzik - A
19.30 Memleket Saat Ayarı ve Ajans Haberleri.
19.45 Serbest 5 Dakika.
19.50 Müzik - A
20.15 Radyo Gazetesi.
20.45 Müzik A/B: Bir Halk Türküsü (Marş) Öğreniyoruz. on beşer günde bir.
21.00 Konuşma (Öğretmen Saati).
21.15 Müzik - A
21.45 Müzik - B: Radyo Senfoni Orkestrası.
22.30 Memleket Saat Ayarı, Ajans Haberleri; Borsalar.
22.45/Yarınki Pragram ve kapanış.
22.50

SALI

7.30 Program ve Memleket Saat Ayarı.
7.33 Müzik - B: Hafif program (Pl.)
7.45 Ajans Haberleri.
8.00 Müzik - B: Senfonik Parçalar (Pl.)
8.15/Evin Saati.
8.30

12.30 Program ve Memleket Saat Ayarı.
12.33 Müzik - A: Türkçe Plâklar.
12.45 Ajans Haberleri.
13.00/Müzik - A: Türkçe Plâklar Programının devamı.
13.30

18.00 Program ve Memleket Saat Ayarı.
18.03 Müzik - B: Radyo Salon Orkestrası.
18.45 Ziraat Takvimi.
18.55 Müzik - A
19.30 Memleket Saat Ayarı ve Ajans Haberleri.
19.45 Konuşma (Kitap Saati)
19.55 Müzik - A
20.15 Radyo Gazetesi.
20.45 Müzik - B
21.15 Konuşma (Türk Hukuk Kurumu Adına).
21.30 Müzik - B
21.45 Müzik - A: Klasik Türk Müziği Programı.
22.30 Memleket Saat Ayarı, Ajans Haberleri; Borsalar.
22.45/Yarınki Program ve Kapanış.
22.50

ÇARŞAMBA

7.30 Program ve Memleket Saat Ayarı.
7.33 Müzik - B: Hafif Parçalar (Pl.)
7.45 Ajans Haberleri.
8.00 Müzik - B: Hafif Parçalar Programının Devamı (Pl.)
8.15/Evin Saatei.
8.30

12.30 Program ve Memleket Saat Ayarı.
12.33 Müzik - A
12.45 Ajans Haberleri.
13.00/Müzik - A
13.30

18.00 Program ve Memleket Saat Ayarı
18.03 Müzik - B: Radyo Dans Orkestrası.
18.45 Ziraat Takvimi.
18.55 Konuşma (Dış Politika Hâdiseleri).
19.10 Müzik - A
19.30 Memleket Saat Ayarı ve Ajans Haberleri.
19.45 Serbest 5 Dakika.
19.50 Müzik - A
20.15 Radyo Gazetesi.
20.45 Müzik - A/B: Bir Halk Türküsü (Marş) Öğreniyoruz. On beşer günde bir.
21.00 Konuşma (On beşer günde bir: Güzel Türkçemiz/Sağlık Saati).
21.15 Müzik - A
21.45 Müzik - B: Riyaseticumhur Bandosu.
22.30 Memleket Saat Ayarı, Ajans Haberleri; Borsalar.
22.45 Yarınki Program ve Kapanış.
22.50

PERŞEMBE

7.30 Program ve Memleket Saat Ayarı.
7.33 Müzik - B: Hafif Program (Pl.)
7.45 Ajans Haberleri.
8.00 Müzik - B: Hafif Programın Devamı (Pl.)
8.15/Evin Saati.
8.30

12.30 Program ve Memleket Saat Ayarı.
12.33 Müzik - A
12.45 Ajans Haberleri.
13.00/Müzik - A
13.30

18.00 Program ve Memleket Saat Ayarı.
18.03 Müzik - A
18.45 Ziraat Takvimi.
18.55 Müzik - B
19.30 Memleket Saat Ayarı ve Ajans Haberleri.
19.45 Müzik - A: (On beşer günde bir: Yurttan Sesler/Halkevleri Folklor Saati).
20.15 Radyo Gazetesi.
20.45 Müzik - A
21.00 Konuşma (Derdleşme Saatei - Hukukî ve Sağlık Soruları).
21.15 Müzik - A
21.30 Konuşma (Hikâye Saati).
21.45 Müzik - B: Radyo Senfoni Orkestrası.
22.30 Memleket Saat Ayarı, Ajans Haberleri; Borsalar.
22.45/Yarınki Program ve Kapanış.
22.50

CUMA

7.30 Program ve Memleket Saat Ayarı.
7.33 Müzik - B: Hafif Parçalar (Pl.)
7.45 Ajans Haberleri.
8.00 Müzik - B: Senfonik Parçalar (Pl.)
8.15/Evin Saati.
8.30

12.30 Program ve Memleket Saat Ayarı.
12.33 Müzik - A
12.45 Ajans Haberleri.
13.00/Müzik - A
13.30

18.00 Program ve Memleket Saat Ayarı.
18.03 Müzik - A
18.45 Ziraat Takvimi.
18.55 Müzik - B
19.30 Memleket Saat Ayarı ve Ajans Haberleri.
19.45 Müzik - A: Klasik Türk Müziği Programı.
20.15 Radyo Gazetesi.
20.45 Müzik - A
21.00 Konuşma (İktisat Saati).
21.15 Temsil.
22.00 Müzik - B: Radyo Salon Orkestrası
22.30 Memleket Saat Ayarı, Ajans Haberleri; Borsalar.
22.45/Yarınki Program ve Kapanış.
22.50

CUMARTESİ

7.30 Program ve Memleket Saat Ayarı.
7.33 Müzik - B: Hafif Program (Pl.)
7.45 Ajans Haberleri.
8.00/Müzik - B: Senfonik Program (Pl.)
8.30

13.30 Program ve Memleket Saat Ayarı.
13.33 Müzik : A
13.45 Ajans Haberleri.
14.30 Müzik - B: Riyaseticumhur Bandosu.
15.30 Devlet Konservatuarı Salonlarından Naklen Konser Neşriyatı.

18.00 Program ve Memleket Saat Ayarı.
18.03 Radyo Çocuk Kulübü.
18.45 Ziraat Takvimi.
18.55 Müzik - B: Radyo Dans Orkestrası - Her Telden Programı.
19.30 Memleket Saat Ayarı ve Ajans Haberleri.
19.45 Serbest 10 Dakika.
19.55 Müzik - A: Radyo Gazetesi.
20.45 Müzik - A
21.00 Konuşma (Büyük Adamlar).
21.15 Müzik - A/B: Dinleyici İstekleri.
21.45 Konuşma (On beşer günde bir: Günün Mes'eleleri/Posta Kutusu).
22.30 Memleket Saat Ayarı. Ajans Haberleri; Borsalar.
22.45/Yarınki Program ve Kapanış.
22.0

OKURLARIMIZA

Yukardaki kalıp program her hafta aynen tatbik edilmek üzere 4 Sonkânun 1942 Pazar gününden 2 Mayıs 1942 tarihine kadar dört ay devam edecektir.

Okurlarımızın bu yeni kalıbı tetkik suretile programlarımız hakkında oldukça aydınlanacaklarını umarız.

Görsel 9: Mart 1942'ye ait Radyo yayın programı kalıbı (Radyo, 1942a).

Bu dönemde, Gaziantepli şair Zeki Savcı, radyonun yayın içeriğinde fazlasıyla yer bulan senfoni, tango, caz tarzında müzik türlerini eleştirirken, geleneksel müziğe olan açlığı satirik bir üslupla dile getirmiştir:

Elinden illallah garp müziğinin,
Radyomun başına uğramaz oldum.
Şu Necip Aşkın'ın, şu Esengin'in
Elinden evimde duramaz oldum.

Praetorius, Künçer, Halil Onayman,
Bağrımı yaktılar, yandım el aman
Canım Sarı Recep nerdesin aman,
Yurdumun sesini duyamaz oldum.

Mozart'ı, Chopin'i, Bach'ı, Wagner'i,
Üstad Beethoven'in şaheserleri,
Neylesin on milyon Türk'ün rençberi
Sakar solak söyler yaramaz oldum.

Bir yandan dilimiz Türkçeleşiyor,
Bir yandan zevkimiz Frenkleşiyor,
İçimizde şarkla garp cenkleşiyor,
Yitirdim kıblemi binamaz oldum (Yazgan, 2006: 46-47).

Müzikte yaşanan bu ikilem Ankara Radyosunda Muzaffer Sarısözen ve Mesut Cemil Bey'in çalışmalarıyla kısmen kırılmıştır. Bölge radyolarının açılmasıyla da geleneksel müzik belleğinin ve temsilcilerinin radyoda yer bulması; eserlerin arşivlenmesi, ulusal ölçeğe taşınması hızlandırılmıştır.

1.4. RADYO, GELENEKSEL MÜZİK VE ÂŞIKLIK GELENEĞİ

Radyo ve âşıklık geleneği arasındaki ilişki dört boyutta değerlendirilebilir. Birincisi geleneğin ustalarından eserlerin derlenmesi ve bu eserlerin radyo sanatçıları tarafından seslendirilmesi, ikincisi âşıkların, misafir sanatçı veya mahallî sanatçı olarak radyo programlarına katılmaları, üçüncüsü ise geleneğin önde gelen temsilcilerini ve eserlerini tanıtan belgesel tarzda hazırlanmış programlardır. Sonuncusu ise bölge radyolarında

başlayan ve özel radyolarla birlikte artan, âşıkların bizzat radyolarda program hazırlayıp sunmalarıdır.

Geleneksel müziğin radyoda ilk yer buluşu İstanbul Radyosunda profesyonellerin halk türkülerini seslendirmeleriyle başlamıştır. Ancak bu genel repertuvar içinde az sayıda örnekle gerçekleşmiştir. O dönemde İstanbul müzik piyasasında ün yapmış birçok isim radyoda da farklı statülerde yer bulmuştur. Kadrolu sanatçı olarak sadece Mesud Cemil, Ruşen Ferit Kam ve Vecihe Daryal yer alırken; akitli veya kaşeli statüde birçok tanınmış isim radyoda görev almıştır. Bu sanatçılar içinde Tanburi Cemil, Neyzen Tevfik, Refik Fersan, Ahmet Yatman, Cevdet Çağla, Sadi Yaver Ataman, İzhak Algazi, Hikmet Hanım, Nezahat Hanım, Süheyla Bedriye Hanım, Dürri Turan, Hafız Burhan, Münir Nurettin Selçuk, Müzeyyen Senar, Tahsin Karakuş, Celal Toksöz öne çıkan isimlerdir (Dinç, 2000: 72-73; Kütükçü, 2012: 39-40). Sıralanan isimler incelendiğinde listenin genel olarak Klasik Türk Müziği olarak tabir edilen gelenek içinden gelen sanatçılarla dolduğu göze çarpmaktadır. Bununla birlikte Darülelhan'da (Konservatuvar) da görev yapan Tamburacı Osman Pehlivan, sık sık radyoya davet edilmiştir. Osman Pehlivan radyonun profesyonellerine bağlamasıyla eşlik ettiği gibi kendisi de mahallî ezgileri çalmış, seslendirmiştir.

İstanbul Radyosunda, gazino ve plak piyasasında öne çıkan isimler de yer bulmuş, bu kadrodan isteyenler 1938'de Ankara'ya taşınmıştır. Ekonomik yönden İstanbul piyasasında çok yönlü gelir elde etmenin cazibesiyle kadroda öne çıkan isimler farklı şekillerde Ankara'dan ayrılıp İstanbul'a geri dönmüşlerdir. Radyo açısından bu olumsuzluğun önüne geçebilmek için sınavlarla yetenekli elemanların alınması, bir hiyerarşi içinde D, C, B, A sınıflarında yetiştirilmeleri düşünülmüştür. Ayrıca ekonomik yönden de sanatçıyı memnun etmek ve Ankara'da tutabilmek için dönemin koşulları için cazip bir oranda maaş belirlenmiştir. Tamer Kütükçü'nün (2012: 90) verdiği rakamlara göre ilk İstanbul Radyosunda sanatçı seans başına 3 ile 8 Lira arasında ücret alırken yeni kurulan Ankara Radyosu kurumsallaşma adına sanatçı kadrosuna 300 Lira maaş vermiştir. 1960'lı yıllara gelindiğinde bir kararname ile İstanbul Radyosu sanatçıları farklı bir sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Sadun Aksüt'ün verdiği bilgilere göre Neriman Tüfekçi, Nida Tüfekçi, Cüneyd Orhon, Alaeddin Yavaşça, Ali Ekber Çiçek, Nesrin Sipahi gibi isimler birinci sınıf sanatçı; Zeki Müren, Afife Ediboğlu,

Gönül Akkor, Sadi Hoşses, Ahmet Yamacı gibi isimler ikinci sınıf sanatçı; Nezahat Bayram, Behiye Aksoy, Nuri Sesigüzel, Nurettin Çamlıdağ, Mediha Demirkıran, Saniye Can gibi isimler de üçüncü sınıf sanatçı statüsünde değerlendirilmiştir. Bu sınıflandırma hangi sanatçının programlarda ayda ne kadar süre alacağını ve eline geçecek para miktarını da belirlemektedir. Buna göre birinci sınıf sanatçı ayda sekiz seans radyoya çıkıp ve seans başına 100 lira alıyorken üçüncü sınıf bir sanatçıya ayda tek seans çıkma şansı verilmiş ve eline sadece 40 Lira geçmiştir (Aksüt, 2000: 79'dan akt. Kütükçü, 2012: 154-155). Radyonun bu sistemi, aynı zamanda müzik çalışanlarının kendi meslek birliklerini kurmalarını da sağlamıştır. Ankara ve İstanbul'da ayrı ayrı kurulan iki sendika, daha sonra birleşerek Türkiye Müzisyenler Sendikası adını almıştır (Kütükçü, 2012: 158). İlk bakışta bu sistemin sanatçıyı hırslandıracağı ve daha çok çalışacağı görülse de resmî bir kurumda üst mevkide bulunan şahısların onayını alabilmek için birtakım istenmeyen hadiselerin de yaşandığı, iç çekişmelere mahal verdiği de unutulmamalıdır. Ekonomik açıdan alt kategorideki sanatçının ister istemez İstanbul'un canlı gazino ve plak piyasasında mesaisini geçirmesinin de önü alınamamıştır.

TRT dönemiyle birlikte sanatçının ekonomik açıdan kollanması ilkesine bağlı olarak ses ve saz sanatçılarıyla birlikte eğer beste eserlere programlarda yer verilmişse telif ücreti ödenmeye başlanmıştır. Ayrıca radyoda plaktan ve kasetten kaydı çalınan isimlere de ücret ödenmeye başlanmıştır (Kütükçü, 2012: 194). Bu durum az da olsa geleneksel müzik temsilcisini memnun etme ve telif bilincinin yerleşmesi açısından önemli adımdır.

Radyo, radyo sanatçıları ve ekonomi ilişkisi üzerine bu kısa değerlendirmeden sonra radyonun ilk dönemlerinde geleneksel müzik ihtiyacındaki boşluğu kapatan isimlerin başında yer alan Tamburacı Osman Pehlivan (Bkz. Görsel 10) hakkında bilgi vermek, dönemin müzik piyasasında geleneksel müziğin durumunun anlaşılması adına gerekmektedir. Osman Pehlivan, 93 Harbi'nde (1877-78) üç yaşındayken Tırnova'dan İstanbul'a gelmiştir. Bir dönem arabacılık, daha sonra iri cüssesiyle pehlivanlık yapmıştır. Ayrıca rençperlik yapmayı da bırakmamıştır. Rumeli ezgilerini tamburasıyla ince bir şekilde çalmasıyla tanınmış, Türkiye'nin birçok ilinde ve Mısır'da etkinliklere katılmıştır. 1929 yılında Vakit gazetesinde, Hakkı Süha Gezgin'le (2007: 43-46) gerçekleştirilen röportajdan edinilen bilgilere göre Osman Pehlivan, Konservatuvarda

maaşlı memur olarak görev yapmış, aynı zamanda plaklara da çalmıştır. 1928 yılında Kolombiya (Columbia) firmasından çıkan plaklarda "Vardım Baktım Demir Kapı Sürgülü, Kerem, Güvender, Anadolu Oyun Havası[9]" gibi ezgileri çaldığını ifade etmiştir. Ayrıca Rumeli havalarıyla birlikte Ankara Koşması, Bartın ve Erzurum havalarını plağa çalacağını belirtmiştir.

Görsel 10: "Radyo" dergisinin 14. Sayı Kapağı (15 İkincikânun 1943). Osman Pehlivan'ın vefatı üzerine (1942) bu sayıda derginin kapak resmi, 6. ve 7. Sayfaları sanatçıya ayrılmıştır.

[9] 1928'de piyasaya sürülen plaktaki bu eseri Afthentikos42 adlı Youtube kullanıcısı, "Anadolu Kaşık Havası" adıyla www.youtube.com sitesine 13.11.2013 tarihinde yüklemiştir.
Bkz. https://www.youtube.com/watch?v=z9tkGFNICEY (E.T.: 15.08.2014)

1936'da Hikmet Feridun Es'in Akşam gazetesi için Osman Pehlivan'la Radyoevinde gerçekleştirdiği röportajda ise halk müziğinin radyoya yeni giren bir tür olduğu belirtilmektedir. Bu röportajda gramofonlarla birlikte ve radyonun etkisiyle yaygınlaşan dönemin popüler müziklerine şiddetli bir eleştiri getirilmektedir. Osman Pehlivan'ın görüşleri şu şekildedir:

> *…Bu bir buhran gibiydi. Geldi, geçti. Dans musikisinin sanatla pek alakası yoktur. Gençlik bunu şöyle güzel bir bele dolanıp, güzel kokular içinde dönmek, dans etmek, oynamak için sever. İşte cazband musikisinin insan üzerindeki tesiri bundan ibarettir. Bence hakiki musiki, bu halk musikisidir. Nasıl ki bir gramofon, bir cazband, bir dans salgını kalmamıştır. Şimdi birçok genç tamburu ve halk sazlarını merak ediyor. Gençler arasında bunu öğrenmek için büyük bir heves ve arz başlamıştır. Ancak bunda muvaffak olmak için sadece heves ve arz kâfi değildir. Çok çalışmak, bundan başka hadsiz bir sanat aşkı lazımdır… Göreceksiniz ki yakın zamanda bu halk musikisi cazbandın pabucunu dama atacaktır (Gezgin, 2007: 47-50).*

Bu cümlelerden, gerek plak sektöründe gerekse radyoda geleneksel müziğin Âşık Veysel gibi nadir örnekler dışında pek yer bulamadığı, Osman Pehlivan'ın ustalığıyla halk müziğinin bayraktarlığını yaptığı anlaşılmaktadır. Kendisinin gençler üzerinde yarattığı etki sonraki yıllarda geleneksel müziğin, kültür endüstrilerinde yer alma oranını artırmıştır.

Osman Pehlivan dışında geleneksel müzik temsilcilerinin ilk İstanbul Radyosunda yer alması nadiren gerçekleşen bir durumdur. Bu nadir örneklerden birini Âşık Veysel gerçekleştirmiştir. Ahmet Kutsi Tecer, Sivas'ta Maarif Müdürü olduktan sonra düzenlediği Âşıklar Bayramında tanıdığı Âşık Veysel'in tüm yurtta tanınmasına vesile olmuştur. Ahmet Kutsi Tecer'in desteğiyle Âşık Veysel kırktan fazla şehirde sanatını icra etmiş, şiirleri kitaplara ve dergilere basılmış, köy enstitülerinde saz öğretmeni olarak görev almış, âşıklık geleneğinde 20. yüzyıldaki zirve isimlerinden biri olmuştur. Âşık Veysel'in sesinin, sazının, şiirlerinin geleceğe ulaşmasında ikincil kültür ortamının önemli bir payı vardır. Yukarıda bahsedilen âşıklar bayramından sonra bazı aracılarla Yedigün mecmuasına ve İstanbul Radyosu'na mektuplar yazılmış, Âşık Veysel 1934-35 yıllarında İstanbul Radyosunda mikrofon karşısına geçerek geleneği ikincil kültür ortamında da temsil etmeye başlamıştır. Deyişlerini okuduğu taş plaklarla kayıtlı müzik piyasasında âşıklık geleneğinin ilk temsilcilerinden olmuştur. 1964'te Ankara

Radyosunda katıldığı bir programda[10], dramatik hayat hikâyesini anlatırken radyoyla bu ilk tanışmasını da dile getirmiştir. Bu radyo programı sonrasında dinleyiciden gördüğü teveccüh ve çok sevdiği Atatürk ile tanışma fırsatı yakalaması, dönemin işitsel medya dinleyicisinin geleneksel müziğe olan açlığına işarettir. Yeni bağlamda gerçekleşen bu ilk tanışmalar örnek teşkil edecek; geleneğin temsilcisi âşıklar, yereldeki faaliyetlerin yanında kent merkezli kültürel ekonomik alanlarda icralarını gerçekleştireceklerdir. Bahsi geçen bu ilk radyo programını Âşık Veysel şu şekilde anlatmaktadır:

"…Mektubu verdik, açtı okudu. 'Bir çalın dinleyeyim' dedi Mesut Bey. Çaldık, dinledi. 'Akşam gelin saat sekizde' dedi. Ama kendisi anlatıyor rahmetlik. 'Baktım' diyor, 'ney bunlar, ne diyecek, ne konuşacak, ne bilecek diye düşündüm; baktım vaziyete' diyor. 'Çalınca kendimi tutamadım, gözlerimden yaş akmaya başladı' diyor. Neyse gittik akşamüzeri, dedi ki: 'İyi söyleyin' dedi. Dünyanın her tarafı dinleyecek. Ben de iyi her bir tarafa duyurmak için fazla bağırmak icabet ediyor zannettim. Hızlı hızlı söyledim, bitirdik. Dedi ki, 'Yoo hiç kendini üzme, yalnız kelimeler düzgün, açık olsun öksürüp tıksırman bu olur' dedi. 'Yoksa ne kadar hafif söylesen duyulur' dedi. Ondan sonra çaldık, söyledik. İstanbul halkından bir çiçek yürüdü masanın üstüne. E biz tabi çiçeği ne yapacağız dedik, masaya bırakıyoruz bunu. Orda da kapıda birisi bekliyormuş Arapgirli Mehmet diye birisi, Kuledibi'nde kapıcıymış bir apartmanda. Radyoda duyunca koşa koşa gelmiş. Bizi oradan çıkar çıkmaz aldı götürdü. Evine götürdü. Biz çıktıktan sonra rahmetli Atatürk, Dolmabahçe Sarayından telefon ediyor. 'Onlar kimdi? Bana gönderin' diyor. Mesut Bey de 'Çıktılar, adreslerini bilmiyorum' diyor. Polis müdüriyetine telefon ediyorlar, İstanbul'u arıyorlar on ikiye kadar, yok yok. Biz zemin katta adamın evinde çalıp çağırıp eğleniyoruz. Sabahleyin tekrar radyo evine geldik. Mesut Bey dedi: 'Yahu neredeydiniz bir fırsat kaçırdık ki' dedi. Hayrola neymiş? Mesele bundan ibaret dedi. E ne yapalım? 'Valla başka türlü bir şey yok elimizde' dedi. 'Ben bir mektup yazayım Yaver Şükrü Bey'e.' dedi. 'Alın götürün, sazı da alın gidin bakalım ne çıkar' dedi. Gittik vardık, Yaver Şükrü Bey'e mektubu verdik. Açtı, okudu. 'Ne yapayım?' dedi. 'Bu şansınız yardım etmedi. Akşam on ikiye kadar İstanbul'u alt üst ettik, bulamadık'. Ama dedi, 'şimdi, o bir keyif zamanıydı, şimdi söylemek imkân

[10] TRT'nin yeni kurulduğu bu dönemde yayımlanan 40 dakikalık bu programın deşifre edilmiş metni için bkz. Ek-1 (ŞATIROĞLU, 1964: TRT ARŞİV-SÖZ CD 2753).

değil, söyleyemem' dedi. 'Öyle bir zaman gelir hatırlarsa, sizi nerede olursanız bulurum' dedi. Ondan sonra gittik hâlâ gidiyoruz"(Şatıroğlu, 1964)…

Geleneksel müzik açısından asıl önemli gelişme Ankara Radyosunun daha donanımlı bir şekilde 1938'de yayın hayatına tekrar başlamasıyladır. İstanbul Radyosu'nun deneyimli yönetici kadrosunun Ankara'ya nakledilmesi, Ahmet Kutsi Tecer'in çabaları, Ankara Devlet Konservatuvarının derleme çalışmaları, konservatuvarla yapılan işbirliği ve konservatuvarda arşiv şefi olan Muzaffer Sarısözen'e radyoda görev verilmesiyle planlı bir şekilde programlar yapılmaya başlanmıştır. Ankara Radyosundan ve İstanbul Radyosu'ndan edinilen ilk tecrübeler daha sistemli bir şeklide hareket etmeyi gerektirmiştir. Radyo sanatçılarına müzik ve edebiyatla ilgili başlıca dersler düzenli olarak verilmiş, programda cuma günleri ise Müzeyyen Senar'ın ifadesiyle "türkü öğrenme günü" olarak belirlenmiştir (Dikici, 2005: 88). Daha sonra korolar dallara ayrılmış; ayrılan korolara yetiştirilmek üzere sınavlarla saz ve ses sanatçıları alınmıştır. Ankara Radyosu'nun bir okul mahiyetinde çalışmalarını sürdürmesi 'radyo tavrı' diye tabir edilen bir üslubu da ortaya çıkarmıştır. "Bu radyo tavrının bir tarz, ekol ya da kanon oluştururken; sanatçının şahsına münhasır özelliklerini bastırma yoluna gitmemesi, her icranın öz-duyuşlarına dayalı nüanslara ve zenginleşmelere de olanak tanıması" (Kütükçü, 2012: 79) şeklinde bu tavrın olumlanması belki yazılı gelenekten beslenen musikimiz için doğru olabilir. Ancak her icrada eserin yeniden yaratıldığı geleneksel müziği bir kalıba sokma, ilerleyen yıllarda mahallîliğin olumsuz etkilenmesinin, ayrıca tekdüzelikten sıkılan halk müziği dinleyicisinin arabesk müziğe ve özgün müzik olarak adlandırılan yeni tarzlara kaymasının nedenleri arasındadır.

1.4.1. Yurttan Sesler Korosu

1938-1940 yıları arasında Ankara Radyosunda görev yapan Sadi Yaver Ataman'ın "İzahlı Halk Müziği" programları, geleneksel müzik belleğinin düzenli olarak radyoda yer bulması için atılmış ilk adımlardandır. Sadi Yaver Ataman'ın farklı görevler nedeniyle Ankara'dan ayrılmasından sonra konservatuvarda görevli Muzaffer Sarısözen radyoya davet edilmiştir. 1899'da Sivas'ta doğan Sarısözen, Ahmet Kutsi Tecer'in yardımlarıyla 1937'de Ankara'ya gelmiş, Ankara Devlet Konservatuvarında Folklor Uygulama Öğretmenliği ve Folklor Arşivi Şefliği gibi görevleri üstlenmiş, 1937'deki

derleme faaliyetine katılmıştır. 1941'de ise konservatuvardaki görevinin yanında radyoda halk müziği öğretmeni olarak çalışmaya başlamıştır.

Konservatuvarın Folklor Arşivi Şefi Muzaffer Sarısözen daimî faaliyet içindedir.

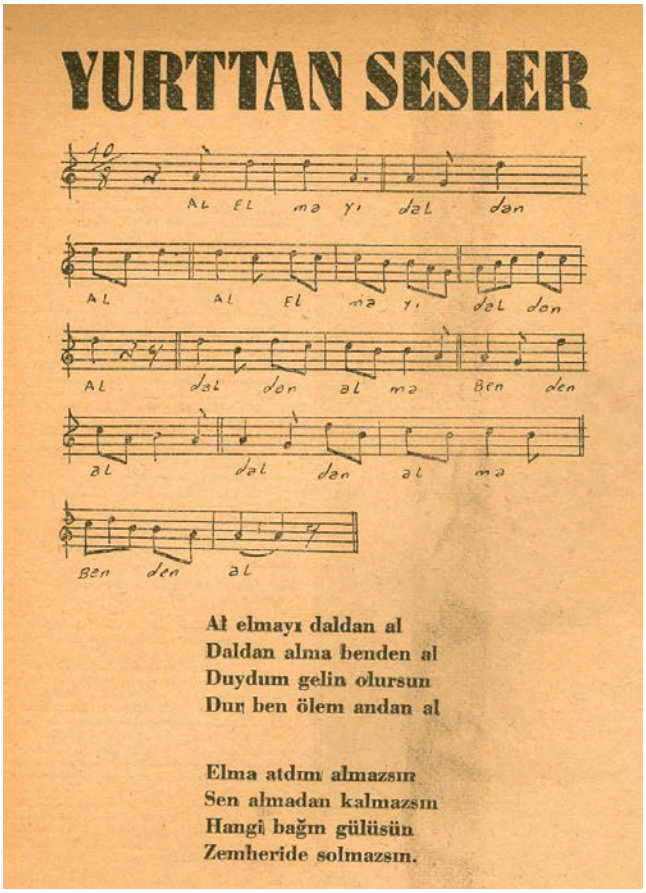
Görsel 11: Ankara Devlet Konservatuvarı Folklor Arşivi Şefi Muzaffer Sarısözen (Radyo, 1948: 11).

M. Sarısözen, 1941'de dönemin müzik yayınları şefi Mesud Cemil'in gözetiminde, Çarşamba akşamları on beş günde bir 20.45'te yayınlanan "Bir Halk Türküsü Öğreniyoruz" programlarını hazırlamış ve yönetmiş, halk müziğine yatkın olan sanatçıları belirlemiştir (Yazgan, 2006: 115-116). O dönemde koro henüz dallara ayrılmamıştır ve yukarıda Müzeyyen Senar'ın da ifade ettiği gibi geleneksel müzik belleği ders olarak cuma günleri koro sanatçılarına aktarılmaktadır. Program ise son derece kısıtlı bir sürede radyoda yer bulabilmektedir. Muzaffer Sarısözen, bu dönemde yaşadığı zorlukları 15 Haziran 1944 tarihli "Radyo" dergisine verdiği röportajda şu şekilde ifade etmektedir:

> *Radyodaki ilk halk müziği dersleri önceleri tahmin edilemeyecek kadar güç ve yorucu bir çalışma ile pek ağır yürümeye başlamıştı. Çünkü bir memleket türküsünü layıkıyla söyleyebilmek için, o memleketin içine aldığı melodilerin özelliklerini bilmek zarureti vardı. Bunu anlamak güç olduğu gibi, icra edebilmek de ayrıca çok ince ve çalışmaya bağlı bir iştir. Başka başka bölgeler arasında çok geniş üslup ayrılıkları vardır. Urfa ağzı bir parça ile Karadeniz havası, Harput ağzı bir türkü ile Kastamonu'dan bir parça ya da bir Erzurum havasıyla*

> *Muğla'dan bir zeybek, bozlak ayağından bir oyun havasıyla bir Rumeli türküsü, makam, ritim ve üslup bakımından önemli farklılıklar gösterir. Bunlar kendi karakterlerinin icabına uygun icra edilmezlerse, parça rengini kaybeder ve dinlenilemez bir hâle gelir. Bu nedenle, ilk yıllarımızda karşılaşılan güçlüklerimizden birisi de radyodaki sanatçıların sadece klasik musikimizin icabına alışmış bulunmaları idi (Yazgan, 2006:115).*

M. Sarısözen, özellikle yöresel söyleyiş konusundaki güçlükleri aşmak için yoğun bir çaba içine girmiştir. Sanatçıların bu yönünü geliştirebilmeleri için zaman zaman onlara konservatuvarda derleme kayıtlarını dinletmiş, sanatçıların türkülerde mahalli söyleyişi yakalamalarını sağlamaya çalışmıştır. Mesut Cemil ile hazırladıkları "Bir Halk Türküsü Öğreniyoruz" programı ise "Bico Nerden Geliyon, Harmanlıktan Aşağı" adlı Sivas türküleriyle başlamış ve koronun kurulması sağlanmıştır. Bu koroya 1947'de isim babalığını Vedat Nedim Tör'ün yaptığı "Yurttan Sesler Korosu" adı verilmiştir (Özdemir, 2008: 137).


YURTTAN SESLER

Al elmayı daldan al
Daldan alma benden al
Duydum gelin olursun
Dur ben ölem andan al

Elma atdım almazsın
Sen almadan kalmazsın
Hangi bağın gülüsün
Zemheride solmazsın.

Görsel 12: 'Radyo' dergisinde öğretim amaçlı yayınlanan bir türkü notası (Radyo, 1947: 11).

Ankara Radyosunda halk müziği çalışmaları başladığında radyoda görev alan Sarı Recep (Giray), "Yurttan Sesler"in de ilk bağlama sanatçısı olmuştur. Zaman zaman Muzaffer Sarısözen de bağlamasıyla Sarı Recep'e eşlik etmiştir. Sarı Recep ile birlikte ses sanatçıları Ahmet Şenses, Aziz Şenses ve Azize Tözem'den oluşan bu dar kadro her Çarşamba 19.45-20.15 arasında yayın yapmıştır. Daha sonraki yıllarda (1955) koronun yayın saatleri artmış, haftada dört gün 30'ar dakikayla dinleyiciyle buluşmuştur[11]. 1941 ile 1955 yılları arasındaki yayın oranındaki değişim (15 dk/120 dk) düşünüldüğünde girişimlerin sonuç vermeye başladığı görülmektedir. 1943'te ise açılan sınavı kazanan 17 yaşındaki Muzaffer Kıvılcım (Akgün) koroya katılmıştır. Ankara Radyosu, Perihan Altındağ'dan sonra yeni bir ismi de yıldızlaştırmaya başlamıştır (Yazgan, 2006: 118). Armağan Elçi, Muzaffer Sarısözen şefliğindeki "Yurttan Sesler Korosu"nun 1946-1947 yılında sadece halk müziği icra etmek üzere oluşturulan kadrosunu şu şekilde sıralamaktadır:

Saz sanatçıları: Sarı Recep, Osman Özdenkçi, Ahmet Yamacı, Ahmet Gazi Ayhan, Mucip Arcıman.

Ses sanatçıları: Turhan Karabulut, Alican Canlı, Nurettin Çamlıdağ (sonradan), Neriman Altındağ, Muzaffer Akgün, Sebahat Karakulak (1997: 108-109).

Yurttan Sesler Korosu"na ilerleyen yıllara yeni isimler katılmış, kadro güçlenerek yoluna devam etmiştir. Koroya 1950'li yıllarda Emin Aldemir, Adnan Şeker, Seyfettin Sığmaz, Mustafa Geceyatmaz, Cengiz Akmeriç, Orhan Subay, Kemal Karasüleymanoğlu, Necdet Nemutlu, Nida Tüfekçi, Aliye Akkılıç, Nezahat Bayram, Saniye Can, Nurettin Dadaloğlu, Nevin Akol, Muazzez Türüng, Ahmet Sezgin, Niyazi Yılmaz, Yıldız Ayhan katılmıştır. 1960'larda ise Yaşar Aydaş, Cemil Demirsipahi, Talip Özkan, Mustafa Özgül, Necla Erol, Ahmet Sezgin, Nuri Sesigüzel, Yıldıray Çınar, Selahattin Erorhan, Bedia Akartürk, Necla Erol, Yüksel Alpdoğan, Ülkü Beşgül, Aynur Gürkan gibi isimler koro kadrosunda yer almışlardır (Elçi, 1997: 109; Yazgan, 2006: 118-130; Alpyıldız, 2012: 87-88).

M. Sarısözen'in "Yurttan Sesler"le asıl amacı dinleyiciyi eğlendirmek veya türküler konusunda bilgi vermek değil bütün yurdu tek duygu hâlinde birleştirmektir. Bu

[11] Bu dönemde koronun yayınları hafta içi üç gün saat 18.30-19.00; Pazar günü 12.30-13.00 şeklinde planlanmış ve 1965 yılına kadar bu şekilde devam etmiştir (Özdemir, 2008: 138).

düşünce, radyonun millî ideolojiyi yerleştirme adına üstlendiği rolle örtüşen temel misyondur. Bu doğrultuda koronun çalışmaları sadece radyo programı ile sınırlı kalmamış; yurtiçi konserlerle, resepsiyon ve açılış programlarıyla halk radyoda dinlediği sesin kime ait olduğunu canlı bir şekilde görme fırsatı yakalamıştır.

Birkaç gün evvel ilk defa olmak üzere bir Sefarethaneye, Türk musikisine mensup bir heyetin çağırılarak, halk musikimizden çeşitli örnekler çaldırılması sağlanmıştır.

Amerikan Büyük Elçisinin eşi Mrs. Avra M. Varren Türk - Amerikan Derneği üyeleri ile Ankara Radyosu yurttan sesler sanatkârlarını bir çaya davet etmiştir. Çok neş'eli geçen bu toplantıda sanatkârlarımız davetlilere Türkiyenin muhtelif yerlerine ait müzik parçaları dinletmişlerdir. Yukarıdaki resimde yurttan sesler ekibimizi Amerikan Sefiresi ile beraber göstermektedir...

Görsel 13: Yurttan Sesler Korosunun Amerikan Büyükelçiliği resepsiyonunda verdiği konserden sonra 'Radyo Haftası' dergisinde bir haber (Radyo Haftası, 1953: 7).

Koronun faaliyetlerinden biri de geleneksel müziğin temsilcilerine programlarda yer vermek olmuştur. Muzaffer Sarısözen, derlemeler yoluyla iletişim kurduğu âşık, mahallî sanatçı gibi geleneksel müzik temsilcilerini "misafir sanatçı" statüsünde radyoya davet etmiş ve programlarda yer almalarını sağlamıştır. Yukarıda Osman Pehlivan'ın radyoda görev aldığından ve Âşık Veysel'in İstanbul Radyosuna konuk olduğundan bahsedilmişti. Ancak asıl gelişmeler "Yurttan Sesler Korosu"nun kurulmasından sonra gerçekleşmiştir. Radyodaki bu "misafir sanatçı" ve "mahallî sanatçı" uygulamaları hem kadronun, seslendirdikleri/seslendirecekleri eserin ilk ağızdan, ne şekilde okunduğunu duymasını sağlamış hem de geleneksel müzik temsilcisinin ve geleneksel ezgilerin, eserlerin dar bölgeden çıkıp ulusal ve uluslararası ölçekte tanınmasını sağlamıştır.

Gelenek, yazılı kültür ortamından sonra bu yeni icra ortamına taşınmaya başlamıştır. Radyoda çıkmak, tanınmak kent merkezli kültür ekonomisinde başka gelir kapılarını açmıştır. Radyo, âşığın kayıtlı müzik piyasasında faaliyetlerde bulunmasına aracılık etmiştir.

1954 yılında Ankara Radyosunun desteğiyle benzer korolar "Yurdun Sesi" adıyla İstanbul ve İzmir Radyolarında da kurulmuştur. Bölge radyolarında da "Yurttan Sesler Korosu"nun faaliyetleri benimsenmiş, "Doğudan Sesler" gibi adlarla bağımsız korolar oluşturularak geleneksel müzik yayınları yapılmıştır. İstanbul Radyosundaki 14 kişilik koro kadrosunun 4'ü saz, 5'i kadın, 5'i de erkek ses sanatçısından oluşmuştur. Bu kadroya 1960 ve 1966 yıllarında açılan sınavlarla Can Etili, Mehmet Özbek, Ali Gürlü, Necla Akben katılmıştır. Koroyu 1994 yılına kadar Ahmet Yamacı yönetmiştir. "Yurdun Sesi" korosu 1964 yılında canlı yayın programları gerçekleştirmeye başlamıştır. Cumhuriyet Bayramı konserleri 15 dakikalık plaklara kaydedilmiştir (Özdemir, 2008: 137-138). Koroların bayram kayıtları bölge radyolarında gecikmeli de olsa yayımlanmıştır.

M. Sarısözen'in programlarda gerçekleştirdiği bir diğer uygulama ise okunan türküler hakkında bilgi vermesidir. Sarısözen, arşivcilikte gösterdiği titizliği radyo programlarında da göstermiş eserin konusu, yöresi, kaynak kişisi, icra edecek olan sanatçı hakkında bilgi vermiştir. TRT'nin radyo kayıtlarından hareketle bir ardıl ürün olarak 2002 yılında M. Sarısözen anısına çıkardığı albümde (Sarısözen, 2002) bu radyo anonsları da yer almaktadır. Örneğin "Haydindi Kirtmenin Kızı" adlı bir iş türküsünü tanıtırken iş türkülerinin hangi icra bağlamında yakıldığını belirtmiş; dinleyicilerden "Demirciler Demiri Neyle Döverler" adlı türküyü dinlerken Kastamonu'da demirciler çarşısından geçtiklerini hayal etmelerini istemiştir (Alpyıldız, 2012: 89-90). Türkülerin takdiminde kullandığı anonslar ise radyoda ve ilerleyen yıllarda televizyonda gelenek hâline gelmiştir.

Televizyon yayınları yaygınlaştıktan sonra TRT'ye bağlı bu iki kültür endüstrisi aracı arasında deneyim ve veri paylaşımı da gerçekleşmiştir. Radyodaki programların benzerleri televizyon ekranına da yansımıştır. Üçüncü Bölümde de değerlendirilecek olan programlardan bazıları şunlardır: "Radyo Sanatçıları Konseri, Bir Dilden Bir Telden, Türkü Türkü Türkiyem, Elimizden Obamızdan, Yörelerimiz Türkülerimiz,

Türkü Sevdası, Türk Halk Müziği Çalgıları Orkestrası, Bergüzar, Dem Bu Dem, Ben Anadoluyum, Bir Türküdür Yaşamak…". "Yurttan Sesler Korosu"nun medya araçları üzerindeki etkisinin yanında Türk halk müziğinin tanıtılmasını, yaygınlaşmasını, korunmasını ve aktarılmasını sağlamak amacıyla başta konservatuvarlar, Kültür Bakanlığı koroları, halk eğitim merkezleri üzerinde repertuar, eğitim, üslup, icra, çalgı gibi noktalarda etkileri olmuştur. Radyodan TRT'ye geçen gelenek bu kurumlarda da devam ettirilmektedir.

"Yurttan Sesler Korosu"na çalgılar açısından bakıldığında başlıca çalgı olarak başlangıçta bağlama ailesi, mey, kabak kemane görülmektedir. Bağlama düzenleri içerisinde "bozuk düzen" veya "kara düzen" olarak ifade edilen alt tel "la", orta tel "re" ve üst tel" sol" şeklinde akort edilen sazlar, bozuk düzenin radyo dışına taşınmasında da etkili olmuştur (Alpyıldız, 2012: 88-89). Ayrıca Neriman Altındağ'ın da koro çalışmalarında kaşık çaldığı, Hüseyin İleri'nin ritim sazlarla eşlik ettiği kayıtlarda geçmektedir (Yazgan, 2006). 1977 tarihinde yayımlanmaya başlayan Mehmet Özbek'in sunduğu eğitici televizyon programı "Yurdun Sesi"nde tar, kaval, tulum, zurna, sipsi gibi halk çalgıları tanıtılmıştır (Özdemir, 2008: 139).

Mehmet Özbek, 1966 yılında girdiği TRT'de farklı idari görevlerin yanında programlar da yapmıştır. Sanatçı, radyo için hazırladığı "Âşıklık Geleneği", Türküler Ne Der?", "Türk Halk Çalgıları" ve televizyon için hazırladığı "Yurdun Sesi" programı dışında "Kervan", "Elimizden Obamızdan" gibi programlarla geleneksel müziğinin kitlelere tanıtılmasına büyük çaba harcamıştır. Japonya'da 1980 yılında Arif Sağ ve Ümit Tokcan ile verdikleri konserler geleneksel müziğin yerelden evrensele taşınmasına örnek teşkil edecek niteliktedir. Bu konserlerden bir bölümü Sony firması tarafından plak olarak yayımlanmıştır. Aynı zamanda halk edebiyatı doktoru olan Mehmet Özbek, müzik edebiyatı gibi bir ara alandaki akademik yayın boşluğunu yazdığı kitaplarla doldurmaya çalışmış; Anadolu'dan ve Türk dünyasından derlediği ve kendi arşivinde bulunan 10.000 civarındaki ezginin işlenmesi için çaba sarf etmektedir. Geleneksel müziği, farklı örneklerle medya bağlamında işleyen Mehmet Özbek, müzik üzerine ideallerini farklı bağlamlarda gerçekleştirmek için bir müddet sonra TRT'den ayrılmış, Kültür Bakanlığı'nda görev yapmaya başlamıştır:

...Müzik adına düşündüğüm çok şeyler vardı, çok yükseklerde kaldı onlar. İmkân isteyen şeylerdi, ama elimizden geldiğince. Yani o güne kadar olmamış şeyleri yapmaya çalıştık. Mesela biz bir koro düzeninin dışında konserler vermeye başladık, yani türküleri dramatize ederek tiyatral sergilemeyi de göz önünde bulundurarak konulu konserler verdik. Bunlar çok önemli, çünkü halk müziğinde alışılagelmiş düzen var. İşte önde sazlar oturuyor, arkada efendim tek sesli çalıp söyleniyor. Biz programlarımızda teknik olmamak kaydıyla, zaman zaman çok seslendirilmiş türkülerimizi koyduk. Halkımıza çok sesli müziği ancak bu şekilde halk türkülerinden giderek, hem de kendi müziğinden giderek, kendi müzik ortamından, kendi çalgılarından giderek sevdirebiliriz. Bunların bir kısmını gerçekleştirebildik, ama benim idealim operet yazmaktı. Onu gerçekleştirmedim. Hâlen malzemelerim duruyor, ama bırakmadım işin peşini, yine de yazıyorum. Devam ettireceğim, ama artık kendi korom yok. Onu artık devlet korolarından birine belki de devlet operasına vereceğim. Bizim halk çalgıları orkestrasını ben seneler önce 1977'de televizyonda "Yurdun Sesi" programında vurgulamaya çalıştım. Halk çalgılarından disiplinli bir orkestra kurulabilir. Bunlarla çok sesli müzikler de yapabilir. 35 sene ediyor. 35 sene önce biz bunları örnekledik. Devlet korosuyla biz bunu çok yaptık, ama tabi bunları gerçekleştirmek için imkân lazım, büyük destek olacak, sponsor olacak, devlet bunu yapacak. Ben TRT'de çok iyi bir yerde görevliydim. Müzik Dairesi Başkanlığında, bütün radyoların halk müziği bana bağlıydı. Sanatçılar alıyorduk, sanatçılar yetiştiriyorduk. Kültür Bakanlığı bünyesinde çok daha güzel şeyler yapabilirim diyerek TRT'den ayrıldım. Kültür Bakanlığı Devlet Korosunu kurdum. Ama maalesef orda da istediğimiz imkânlara kavuşamadık... (Özbek, 2013).

Geleneksel müzik belleğinin farklı arayışlarla işlenerek farklı bağlamlarda daha fazla dinleyiciye ulaştırılması cumhuriyet döneminin temel müzik politikalarıyla da örtüşmektedir. Ancak özellikle çoksesli müzik arayışları konusunda gelinen noktada bu çalışmaların amaca ulaşmadığı görülmektedir. Geleneksel müzik dinleyicisi medya bağlamında kendinden olanı bulamayınca daha yakın gördüğü farklı popüler müzik tarzlarının dinleyicisi hâline gelmiştir. Mehmet Özbek'in yukarıda bahsedilen müzikal anlamdaki arayışları aslında bu karma müzik tarzlarına karşı bir önlem niteliğindedir. Onun gibi geleneğe eklemlenen küçük çaplı yeniliklerde başarılı bir diğer sanatçı Arif Sağ'dır. Arif Sağ, medyayla birlikte kayıtlı müzik sektöründe de halk müziğini etkin

bir şekilde temsil etmiştir. Bağlama konusunda geleneksel eğitim metodu olan usta-çırak ilişkisini kentin sanat atölyelerine taşımış, yetiştirdiği öğrencilerle geleneğin canlılığına katkıda bulunmuştur. 1966 yılında İstanbul Radyosunun açtığı sınavı kazanarak radyoda da çalışan Arif Sağ, üç yıl sonra buradan ayrılmış, sanat yaşamına konservatuvarda ve farklı bağlamlardaki özel çalışmalarında sürdürmüştür. Arif Sağ halk müziğinde kalıplaşmalara karşıdır, geleneğin aslına uygun bir şekilde aktarılmasını savunur. Özellikle Bektaşî deyişlerinin çalınmasında "bağlama düzeni"nin genç kuşaklara aktarılmasında etkilidir. Radyodaki çalışmalarının kısa sürede sona ermesinde de bunun etkisi vardır. Kalıplaşma konusunda getirdiği eleştirilerden biri şu şekildedir:

"Bazı parçalarda ritimler yazılmıştır. Doğru mu yazılmış, yanlış mı yazılmış? Sen 5/8'lik olarak duyduğun bir şeyi, başkaları başka türlü duymuş olabilir. İşte sen bugüne kadar hep 4/4'lük duymuş olduğun Kırşehir'deki halayları ben öyle duymuyorum. Siz "Allı Turnam"ı 4/4'lük duyarsınız. İşte "Bugün Ayın Işığı" türküsünü 4/4'lük duyarsın. Niye? Çünkü öyle yazılmış, öyle şartlanmışsındır. Ben öyle duymuyorum. Niye öyle duymuyorum? Davulcuları dinlediğim zaman onlar öyle çalmıyorlar, onlar 4/4'lük çalmıyorlar, onlar 12 zamanlı çalıyorlar. Sen yine dinlediğinde 4/4'lük gibi duyarsın. Neden? Çünkü benim baktığım yerden bakmak aklına gelmez. Kafanda hep 4/4'lük var. Bir de o notanın başında "C" harfi var. Diyorsun ki bu 4/4'lük, bitti"(Sağ, 2015).

Bununla birlikte icrada ağız ve hançere özelliklerinin göz ardı edilmesi, radyo tavrı olarak adlandırılan çalış ve söyleyişteki tekdüzelik, ideolojik nedenlerle bazı türkülerin repertuara alınmaması, maaşlı sanatçılığın sanatın özerkliğiyle çeliştiği ve yaratıcılığın kısıtlandığı (Alpyıldız, 2012: 92) gibi hususlarda koro ve halk müziği çalışmaları eleştirilmektedir. Kültürel alanlarda yapılan çalışmalarda kültürün canlılık ve değişim ilkelerinin göz ardı edilmeleri bu tip tartışmaları doğurmuştur. Sorunlar ancak akademiye geç giren Türk müziği üzerine bilimsel çalışmaların artması, çalışmalarda evrensel ilkelerin temele alınması, aşırı sahiplenmenin terk edilmesiyle giderilebilir. Tüm tartışmalara rağmen Sarısözen'in derlemecilik, arşivcilik, öğretmenlik, program yapımcılığı, yöneticilik gibi noktalarda Türk halk müziğine katkıları yadsınamaz. Özellikle sözlü kültür ortamı canlılığı korurken kayıt altına alınan ezgiler ve

oluşturulan arşivler halkbilimi, filoloji, müzikoloji, çalgıbilimi, sosyoloji gibi alanlara veri sunmaktadır.

1.4.2. Arşivcilik, TRT Türk Halk Müziği Repertuvarı ve Âşıklık Geleneği

Türkiye'de 20. yüzyılın başlarında azınlık gruplarının kendi halk ezgilerini derleme faaliyetleri sayılmazsa, derleme ve arşivcilik konusunda asıl gelişmeler Fuad Köprülü, Ziya Gökalp, Rıza Tevfik gibi isimlerle başlayan folklor hareketinden sonra yaşanmıştır. Ulus devletin kurulma aşamasında halk ezgilerinin bulunup işlenmesi, yaygınlaştırılması devletin müzik politikaları arasındadır. İlk planlı derlemeler Maarif Vekâletinin desteğiyle Batı Anadolu'da Seyfettin ve Sezai Asaf kardeşlerin kâğıda yazma usulüyle gerçekleştirilmiştir. Asıl kapsamlı derlemeler ise ses kayıt teknolojileri kullanılarak Darülelhan (İstanbul Belediye Konservatuvarı) ve Ankara Devlet Konservatuvarı tarafından gerçekleştirilmiştir. Darülelhan çatısı altında 1926, 1927, 1928 ve 1929 yıllarında gerçekleştirilen dört derleme gezisiyle Anadolu'nun farklı yörelerinden 1.000 ezgi fonografla derlenmiştir[12]. Bir müddet ara verilen derleme faaliyetleri Ankara Halkevinin daveti üzerine Türkiye'ye gelen Macar müzikolog Bela Bartok ve konservatuvar kurulmasına yardımcı olması amacıyla davet edilen Alman Paul Hindemith'in yazdığı raporlar sonucunda tekrar canlanmıştır. 1930'lu yıllarda Bela Bartok Güney Anadolu'da derlemeler yapmış, topladığı ezgiler incelenerek kitaplaştırılmıştır[13]. Ardından da Ankara Devlet Konservatuvarı kapsamında yirmi yıla yakın sürecek olan derleme faaliyetleri başlatılmıştır. Konservatuvar kapsamında yapılan derleme gezilerinin hepsinde Muzaffer Sarısözen ve Halil Bedii Yönetken bulunmuş; bu isimlere Mahmut Ragıp Gazimihal, Mithat Fenmen, Nurullah Taşkıran, Ulvi Cemal Erkin, Tahsin Banguoğlu, Ferit Anlar, Necil Kazım Akses, Cevat Memduh Atlar, teknisyenler Arif Etikan ve Rıza Yetişen de eşlik etmiştir. 1937-1957 yılları arasında 19 derleme gezisi (İkisi Ankara Konservatuvarı adına, tek başına gerçekleştirdiği derleme gezisi, biri İstanbul'da Altay Türklerinden 55 ezgi derlemesi) düzenleyerek derlenen 10.000 civarında halk ezgisini tele, muma ve taş plaklara

[12] Darülelhan ve Ankara Devlet Konservatuvarı bünyesinde gerçekleştirilen derlemeler konusunda bilgi için bkz. Okan, 2015.

[13] Bugün Bartok'un derlemeleri öğrencisi müzikolog Janos Sipos'tadır. Hem Bartok'un hem de Sipos'un kendi derlemeleri Türkiye'de bir ses arşivine kazandırılmayı beklemektedir. Türkiye'de folklor ve müzikoloji araştırmaları için kullanışlı, kapsamlı bir dijital ses arşivinin oluşturulması gerekmektedir. Bu konuda bazı araştırmacıların girişimlerinin olduğunu, ama bu çabaların henüz sonuçlanmadığı bilgileri de tarafımıza ulaşmıştır.

kaydetmiştir. Kaydedilenler arasında "kolbastısı, oyun havası, horon havası, halay havası, maya, hoyrat, bar havası, koşma, ağıt, güzelleme, kadın oyun havası, kavalla çalınan dağ ve köy havası, Avşar ağıtı, bozlak, gurbet türküsü, zeybek oyun havası, karşılama, imece havası, sohbet havası, sürmeli, misket vb." türünden ürünlerle "Pir Sultan Abdal, Karacaoğlan, Ruhsati"ye ait deyişler de bulunmaktadır. Sarısözen daha sonra bunları, Ankara Devlet Konservatuvarının arşivine düzenli olarak yerleştirmiş, bir kısmını da notaya almıştır[14]. M. Sarısözen ezgilerden hareketle yazdığı kitaplarla, gezilerde topladığı giyim-kuşam, halk oyunu görselleri, halk çalgılarıyla, Türk sözlü kültürünün müzik, edebiyat ve dans gelenekleri üzerindeki derleme, araştırma ve yayın çalışmalarıyla Türk radyo ve televizyon yayıncılığı için de gerekli olan alt yapıyı hazırlamıştır (Özdemir, 2008: 139-140).

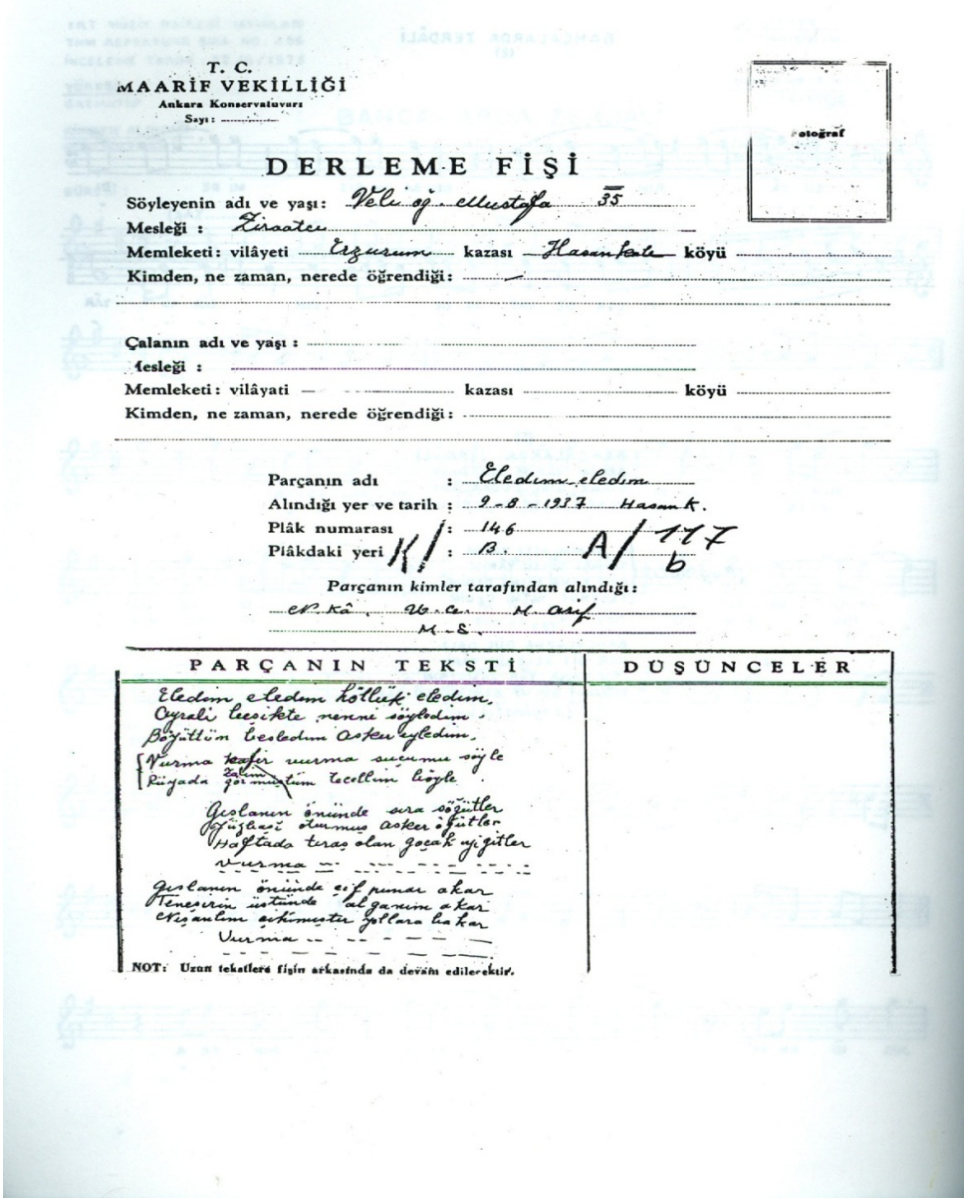
Darülelhan ve Ankara Devlet Konservatuvarının derleme faaliyetlerinden sonra 1961 yılında Ankara Radyosu tarafından da derleme gezisi düzenlemiş, Doğu Anadolu'dan 800 ezgi kayıt altına alınmıştır. TRT döneminde ise 1967 ve 1971 yıllarında farklı yöreleri kapsayan iki büyük derleme gezi yapılmış, 2000 civarında ezgi arşivlenmiştir. Ayrıca stüdyoda gerçekleştirilen mahalli sanatçı kayıtları da arşive aktarılmıştır. Kültür Bakanlığı bünyesinde de MİFAD ve HAGEM'in gerçekleştirdiği derlemelerle 4000 ezgi arşivlenmiştir.

Dönemin ses kayıt teknolojileriyle çoğu tele ve mum plaklara kaydedilen bu ezgilerin kalıcı hâle gelebilmesi için çağın teknolojilerine aktarılması gerekmektedir. Bu konuda ilk girişimleri TRT adına Yücel Paşmakçı yapmıştır. Bu konuda anlattıkları Sarısözen'in çalışmalardaki titizliğini göstermesi adına da kayda değerdir:

"Benden önce Müzik Dairesi Halk Müziği Müdürü Nida Tüfekçi idi. O İstanbul'a geldi, onun yerine ben gittim. Nida Bey yirmi iki vilayeti çekmiş ve vermiyorlardı. Derken rahmetli oldu. Ercivan Saydam diye bir müzisyen, bizim müzik dairemizde de sözleşmeli olarak çalışıyordu. O, Ankara Konservatuvarı müdürü oldu ve gitti. Ben de ona gittim, daireden tanışıyoruz zaten. Dedim ki bantları bizden olmak şartıyla bir kopya size, bir kopya bize alalım. Bu cihaz yere düşse 10.000 eser gitti demektir. Hiçbir kıymeti kalmaz, dedim. Rıza gösterdi neticede. TRT Ankara Müzik Dairesi Halk Müziği Müdürlüğü arşivine buradan mâl ettik hepsini. Bu 10.000 ezginin her biri için bir

[14] Geniş bilgi için bkz. Elçi, 1997; Özdemir, 2008; Okan, 2015.

derleme fişi doldurmuş Muzaffer Sarısözen. Bu akıllara durgunluk veren bir şey aslında. O derleme fişi söz gelimi A4 bir kâğıt ve iki tarafı da doldurulmuş. Bir yüzü mahallî sanatçının kimliğine dair: ana adı, baba adı, nereden geldiği, kimden öğrendiği, ne çaldığı gibi. Aşağıda bir hane var, okuduğu parçanın açıkça sözleri, bu sözlerin içinde mahallî ve bilinmeyen bir söz varsa onların açıklaması, çaldığı sazı çizmiş eliyle, perde aralıklarını ve akort sistemini falan böyle bir bilgi. Bu 10.000 ezginin her biri için ayrı ayrı bir kâğıt doldurulmuş. Bu türkünün çıkmasını sağlayan bir hikâye varsa onu da yazdırmış. Ama Muzaffer Sarısözen'in katılamadığı bazı seyahatler olmuş. Onların kâğıtları boş. Sadece Ahmet oğlu Mehmet gibi isim yazmışlar. Yani Muzaffer Bey'in buradaki titiz çalışmasını ifade etmek istiyorum. Bu böyle. Ondan sonra konservatuvar arşivine radyodaki sanatçıları götürerek onların seslerine hangi uzun hava, hangi kırık hava yakışıyorsa oradan öğrenmelerini sağlıyor. Notasını onlara yazdırıyor. Dolayısıyla çok güzel bir repertuvar çalışması oluyordu" (Paşmakçı, 2015).



T. C.
MAARİF VEKİLLİĞİ
Ankara Konservatuvarı
Sayı: .....

fotoğraf

DERLEME FİŞİ

Söyleyenin adı ve yaşı: Veli oğ. Mustafa 35
Mesleği : Ziraatçi
Memleketi: vilâyeti Erzurum kazası Hasankale köyü
Kimden, ne zaman, nerede öğrendiği: —

Çalanın adı ve yaşı : .....
Mesleği : .....
Memleketi: vilâyati — kazası ..... köyü .....
Kimden, ne zaman, nerede öğrendiği: .....

Parçanın adı : Eledim eledim
Alındığı yer ve tarih : 9-8-1937 Hasan K.
Plâk numarası : 146
Plâkdaki yeri K/ : B. A/ 117 b

Parçanın kimler tarafından alındığı:
M. Kâ., Vb. Ce., M. Asif
M. S.

PARÇANIN TEKSTİ	DÜŞÜNCELER
Eledim eledim köllük eledim, Oyalı tesirke nenni söyledim, Büyüklüm besledim asker eyledim, Vurma tefer vurma sucumu söyle Rigada görmüşlüm tecellim büyle. Gıslanın önünde sıra söğütler Söğüdü olmuş asker oğulları Haftada tıraş olan gocak yiğitler Vurma — — — — — — — Gıslanın önünde çift pınar akar Pınarın üstünde alganım akar Ciğerlem ateşimden yollara bakar Vurma — — — — — — — NOT: Uzun tekatlere fişin arkasında da devam edilecektir.	

Görsel 14: Muzaffer Sarısözen'in 1937 yılında derlediği "Eledim Eledim" türküsüne ait derleme fişi (Elçi, 1997: 102).

Derlemeler dışında arşivleri besleyen bir diğer kaynak ise program kayıtlarıdır. 1945'ten sonra yaygınlaşan alüminyum tabaklı plaklarla seçkin örnekleri kaydetme fikri ortaya çıkmıştır. 1950'li yıllara gelindiğinde daha nitelikli programları dinleyiciyle buluşturmak adına plak teknolojisinden yararlanılmış, daha önceden hazırlanan plaklar program saati geldiğinde çalınmaya başlanmıştır. 1960'larda ise bant yayınları gündeme gelecek; bu yayınlar, canlı neşriyat ve plak çalımının çok ötesinde bir oranda radyoda ağırlık elde edecektir (Kütükçü, 2012: 118-119). Cemal Ünlü (2004: 304-307), İstanbul Radyosu'nun diskoteğinde farklı tarzlarda ve türlerde eserlerin yer aldığı 13.000

civarında plağın olduğunu ve bu sayının diğer Avrupa radyolarıyla karşılaştırıldığında önemli bir sayıda olduğu belirtmiştir. Kaydedilen bu programlar ve eserler bölge radyolarıyla da paylaşılmış, özellikle millî bayramlarda merkezde hazırlanan programlar il radyolarına gönderilmiştir. Farklı bir amaçla atılan bu adım TRT için önemli bir hazine hâline gelmiştir. Çünkü önceki dönemin ticarî mantığıyla, şirketler ürettikleri plakların birer örneğini bile saklamamışlardır ve el değiştirme yaşandığında depolar boşaltılmıştır. Bu durum kaset sektörü için de geçerlidir. Az sayıda koleksiyoncu dışında dönemin müzik arşivini görmek mümkün değildir. Milli Kütüphanede bile taş plak sayısı son derece kısıtlıdır. Özellikle cumhuriyetin ilk yıllarını incelemek için kütüphanelere girebilmiş veya sahaflarda dolaşan plak-kaset katalogları ana kaynak durumuna gelmiştir. Bu yüzden radyoda başlatılan bu yenilik ilerleyen yıllara tamamıyla taşınamasa bile[15] ses arşivlerine malzeme sunmuştur. Programların yanında radyoyla iletişime geçen âşık ve mahallî sanatçıların söyledikleri eserler daha sonra değerlendirilmek üzere stüdyolarda kayıt altına alınmıştır. Stüdyo ortamında derleme sürecini ve radyoyla geleneksel müzik temsilcilerinin ilişkisini Yücel Paşmakçı şu şekilde ifade etmektedir:

"Hem idarecilik yaptığım safhada, şube müdürlüğü yaptığım safhada hem de "Yurttan Sesler"i yönettiğim sıralarda onlar radyoya müracaat ederlerdi. İçlerinde tanıdıklarımız vardı, bir de tanımadıklarımız vardı. Hem mahallî sanatçı vasfında, hem de âşık ve halk ozanı vasfında. Bunlara gayet yakınlık göstermek suretiyle arşive çok şey kazandırdım onların sayesinde. Hem halk müziği repertuvarına mahallî ezgileri almaya çalışıyordum. Onları da repertuvara kazandırdık. Hem kendi seslerinden yayınladık hem de bizim repertuvarımıza alarak bizim sanatçılarımız tarafından okunmasını sağladık"(Paşmakçı, 2015).

Bu kayıtlarda mahallî sanatçıların ad ve soyadları, özellikleri (kemençeci, amatör ses, araştırmalar, davul-zurna, kaval, tulum, enstrümantal, mey, def, tırnak-kemane), yöreleri

[15] Daha sonraki yıllarda bölge radyolarıyla birlikte İstanbul Radyosu arşivindeki eserlerin de birer kopyasının Ankara Radyosuna gönderilmesi ve burada merkezî bir arşiv oluşturma düşüncesi gündeme gelmiştir. Bu düşünce gerçekleşmiş, ancak arşivin akıbeti belirsizdir (Kütükçü, 2012:142). Bu konudaki tartışmalar sürmektedir. Bir netlik kazanmadığı için görüş beyan etmek kişileri ve kurumları zan altında bırakmak olacaktır. Ancak 2013-2014 yıllarında yaptığım saha çalışmalarında Ankara Radyosunda ve Or-An'daki TRT arşivinde araştırma yapmanın bürokratik engellere takıldığını; ancak kişisel girişimler sonucu idarecilerin eğer olursa izin ve desteğiyle bu arşivlerden örneklerin incelenebildiğini, öncelikli amaç olmadığı için araştırmalar için kurumsal bir sistem oluşmadığını, hatta ardıl ürün oluşturma adına kültürtel belleğin yüksek ticarî değerle sunulduğunu belirtmek gerekir.

ve band numaraları (THM A 95, THM B 277 vb.) belirtilmiştir. Âşık Veysel, Âşık Davut Sularî, Âşık Yaşar Reyhanî, Âşık Daimî, Âşık Ali İzzet Özkan, Muhlis Akarsu, Âşık İsmail Daimî, Âşık Mustafa Ruhanî, Âşık Nuri Çırağî, Murat Çobanoğlu, Şeref Taşlıova, Muharrem Ertaş, Neşet Ertaş, Hacı Taşan, Şemsi Yastıman, Mahzunî Şerif, Sürmeli Can, Hasan Erdoğan, İsmail Kaya, Müslüm Sünbül, Rüstem Alyansoğlu gibi geleneğinin ustalarına ait çeşitli band kayıtları, TRT'nin radyo yayınlarında sözlü kültür ve edebiyat geleneğine verdiği önemin kanıtlarıdır. Bazıları, TRT'nin bu duyarlılığını, kamusal yayıncılığın bir gereği olarak yorumlamaktadır. Diğer bir ifadeyle TRT, görevini yapmaktadır. TRT Ankara Radyosu Türk Halk Müziği Arşivinde 505 band kaydına rastlanmıştır. Bunların bir kısmı aynı sanatçıya ait olduğundan yaklaşık 300'ü aşkın mahallî sanatçının radyonun band kayıtlarında da katıldığını ortaya koymaktadır (Özdemir, 2008: 140). Bu kayıtlarda genellikle usta malı eserler, serbest deyişler, türküler yer almakla birlikte gelenekte önemli bir yer tutan âşık karşılaşmaları da yer almaktadır. Âşık Veysel'den 1970 yılında "Anlatamam Derdimi Dertsiz İnsana, "Güzelliğin On Para Etmez", "Eğer Benimle Gitmek Dilersen", "Mecnunum Leylamı Gördüm" gibi eserler kaydedilmiştir. Mahzunî Şerif'ten 1977 yılında "Bu Dünyada Nice Yüzler Güldürdüm", "Kanadım Değdi Sevdaya"; Reyhanî'den 1979 yılında "Bir Güzelin Âşığıyım", "Can Arıya", "Canım Sizi Çok Özledim", "Daha On Dört Yaşındayım", "Gönül Arzu Eyledi Yâri", "İnsanoğlu", "Yâr Aşkıyla Âşık Vatana"; Murat Çobanoğlu'ndan 1980 yılında "Sen Ağlarsın", "Öğleyinen", "Mevlayı Seversen Güzel", "Boşuna Dünyayı Gezip Dolanma"; Şeref Taşlıova'dan 1980 yılında "Dedim Dilber", Yıllar Hastasıyım", Sunam Neden Meyil Verdin", "Kendi Kıymetini Bilmeyen" gibi eserler ses arşivine alınmıştır. Şeref Taşlıova ve Murat Çobanoğlu'na ait başka bir kayıtta ise önce kendilerini tanıtıp ardından okuyacakları eser hakkında makam bilgisini, yöresini, kime ait olduğunu ifade ettikten sonra geleneksel bellekten 17 eseri sırayla okumuşlardır. *"Ben halk ozanı Şeref Taşlıova. Nasihat şeklinde, söz Çıldırlı Âşık Şenlik'in 'İster ihtiyar ol, ister nevcivan/ Bu dünyada bâkî kalan öğünsün'. Makam: Karaçi."* *veya "Ben Murat Çobanoğlu, söyleyeceğim yedekli derbeder Âşık Gülistan'dan alınma"* gibi takdimlerle ikincil kültür ortamına geçişte eser sahibinin unutulmamasını sağlamaya çalışıp âşıklık geleneği mahsullerinin müzikal tanıtımını yapmışlardır. Murat Çobanoğlu ve Şeref Taşlıova, âşıklık geleneğini kent merkezli kültürel bağlamlara taşıyan iki önemli isimdir. Onlar faaliyetlerinde titiz bir şeklide

davranmışlar, sadece serbest deyişleri değil, icra töresini bütün mahsulleriyle yeni bağlamlara aktarmışlardır. Ankara Radyosu'ndaki kayıtlardan birinde de gelenekte en çok dikkat çeken icra türlerinden âşık karşılaşması (âşıklama/atışma/deyişme) örneklenmiştir. 1980 yılına ait bu kayıtta Murat Çobanoğlu, Şeref Taşlıova ve Rüstem Alyansoğlu üçlü karşılaşmaya örnek vermişlerdir. Çobanoğlu'nun verdiği "yaralı" ayağıyla başlayan karşılaşma yine Çobanoğlu'nun verdiği "ağır ağır" ayağıyla devam eder. Üçüncü kısım ise Şeref Taşlıova'nın "Gargayı ki bağban eylesen bağa/Ötmesi ayrıdır gülden anlamaz" dizeleriyle açtığı ayakla devam eder. Karşılaşmanın kapanışı ise geleneksel icrada olduğu gibi destani makamında bir koçaklamayladır (Karadağ'da Düşman Topu Patlıyor). Bu üçlü karşılaşmanın sözel metni şu şekildedir:

"M. ÇOBANOĞLU: Of hele, gönlümün bağında yaprak döküldü,
Ötmez oldu bülbül, güller yaralı.
Hele garip yolcu ne çekersin kervanı,
Gelen yok, giden yok yollar yaralı.

Ş. TAŞLIOVA: Ya, gönül bülbül gibi feryat edersin,
Güllerin mi solmuş diller yaralı?
Sevda bağlarına bir fidan diktim,
Yapraklar döküldü, dallar yaralı.

R. ALYANSOĞLU: Ah, bana vatanımın dağları bak dumanlı,
Buzlar paramparça, göller yaralı.
Âşığın sazını çaldığına bakma,
Eller oynar, ama teller yaralı.

M. ÇOBANOĞLU: Of hele, gözümün yaşları sanki bir derya,
Ömür geldi geçti, sanki bir rüya.
Mecnun ağlar ama göçmüştür Leyla,
Daha buraya gelme çöller yaralı.

Ş. TAŞLIOVA: Ya, gözlerim büründü naşı yaş ile neme,
Böyle gelir geçer dünyayı deme.
Dedim sevdiğime yazam bir nâme,
Tutmadı kalemim eller yaralı.

R. ALYANSOĞLU: Ah, keşki gelmiyeydim fanı cihana,
Bu âşıklık bize m'oldu bahane.
Zalim darbasını vurmuş insana,
Felegin elinden kullar yaralı.

M. ÇOBANOĞLU: Of, belanı açma sinemi ezelden dağlı,
Dost olan dostuna mutlaka bağlı,
Dertli diyarında bu Çobanoğlu,
Bir ben değil belki eller yaralı.

Ş. TAŞLIOVA: Ya, Şeref dert elinden olmuş divana,
Başım alıp gidim bilmem ne yana,
Haramiyi koyar isen kovana,
Arı feryat eder ballar yaralı.

R. ALYANSOĞLU: Ah, palanlar yansa olun aşkın oduna yanmaz,
Çeker bu dertleri nazlım usanmaz,
Uzatsam elimi bugün uzanmaz,
Vücut hasta düşmüş kollar yaralı.

M. ÇOBANOĞLU: Dediler buraya bahar gelmiştir,
Yağar bizim ele kar ağır ağır.
Sen mi dertli ben mi dertli azizim?
N'olur bu hâlimi sor ağır ağır, sor ağır ağır.

Ş. TAŞLIOVA: Yavru, n'olur insaf eyle sevdiğim güzel,
Merhamet eyle de dur ağır ağır.
Seni bana Tabip Lokman dediler,
Derdime bir merhem sür ağır ağır.

R. ALYANSOĞLU: Her gece hülyamda seninle bileyim,
Benim bu rüyamı yor ağır ağır.
Sen vurdun hançeri, yardın kalbimi oy oy,
Getir ilacını, sar ağır ağır sevdiğim oy oy.

M. ÇOBANOĞLU: Hele, kimi bulsam derdi derde katarım,

Yoruldu kervanım, getmez katarım,
Hasta düştüm bir yastıkta yatarım,
Dökülür vücuttan ter ağır ağır.

Ş. TAŞLIOVA: Yavrum ömür gelir geçer, hep olur zarar,
Âşık olan her an maşukunu arar, aman of!
Sana bir nâmem var esen rüzigar,
Götür bizim ele ver ağır ağır, aman aman!

R ALYANSOĞLU: Dertlinin yüregi evvelden taştır,
Anlatmaz derdini gözleri yaştır oy oy!
Mademki dünyanın encemi boştur,
Basacak bağrına yer ağır ağır.

M. ÇOBANOĞLU: Dertli Çobanoğlu ne gün gülecek?
Kimler gelip gözyaşımı silecek?
Söz vermişti yârım hemen gelecek?
Kervancı kervanı sür ağır ağır, sür ağır ağır.

Ş. TAŞLIOVA: Şeref der ki kan bürümüş sinemi,
Cerrah bile eyletemez sinemi,
Ok kipriğin zay eyledi sinemi,
Vurdu hançerini yâr ağır ağır, aman aman aman!

R. ALYANSOĞLU: Alyansoğlu dertten eder el-aman,
Asla sevdiğinden çeker mi güman oy!
Yârın huzuruna vardığın zaman,
Otur da boynunu vur ağır ağır.

Ş. TAŞLIOVA: Ammanın, gargayı ki bağban eylesen bağa,
Ötmesi ayrıdır, gülden anlamaz.
Ağustos böceği girse kovana,
Çünkü arı değil baldan anlamaz.

R. ALYANSOĞLU: Ammanın, naşı bağban bakın girse bu bağa,
Anlamaz yaprağı, gülden anlamaz.

Kovalar bülbülü, kovalar dalı,
Budar ağaçları daldan anlamaz.

M. ÇOBANOĞLU: Amman of, cahil bir adema açma sırrını,
Yârenden anlamaz, elden anlamaz.
Ehli dile sen açma bu sırrını,
Perdeden anlamaz, telden anlamaz.

Ş. TAŞLIOVA: Ammanın, garip bülbül terk eylermiş yurdunu,
Sever isen sev yiğidin merdini,
Dert bilmeze açarısan derdini,
Yüz söylesen asla hâldan anlamaz.

R. ALYANSOĞLU: Yâr yâr, bazı kişi dertlerini artırır,
Bazı kişi var dertlerini yatırır,
Naşı kaptan gemisini batırır,
Dümenden anlamaz, gölden anlamaz.

M. ÇOBANOĞLU: Ammanın of, açma bu sinemi doludur yara,
Sen var iken gidem hangi diyara,
Sevda çekmeyenler benzer himara,
Mecnun'dan anlamaz, çölden anlamaz.

Ş. TAŞLIOVA: Şeref der böyledir yâr yâr yar yâr âşıkta erkân,
Erkânı bilmeyen neylemez imkân.
Kendini bilmeyen asılsız insan,
Elifden anlamaz, daldan anlamaz.

R. ALYANSOĞLU: Ah Alyansoğlu yâr yâr yâr yâr yâr, vay canan âşık olmuştur sana,
Sevdiğim kirpiğin belenmiş kana,
Ne diyeyim aklı noksan insana,
Kavaldan anlamaz, dilden anlamaz.

M. ÇOBANOĞLU: Amman of, Çobanoğlu aşma çarkı bu zaman,
Sende mi kalacak bu devi devran,
Kimi yahşi olur, kimisi yaman,

Kendini bilmeyen dilden anlamaz.

Ş. TAŞLIOVA: Yâr, akşamdan yalan söyleyen,
Sabah yüzü kara çıkar.
Âşığın figanı boş mu?
Günü âh u zâra çıkar.

R. ALYANSOĞLU: Ah, kör tavuk ondan bellidir,
Her akşam bah tara çıkar vay.
Yorgun at hâlinden belli,
Her haftada tura çıkar.

M. ÇOBANOĞLU: Of, Çobanoğlu tembel oğlan,
Yatar yatar sonra çıkar.
Kız gelin toplanır her gün,
Yaz ayında kıra çıkar.

Toplanır gelinler kızlar,
Kız yaz ayında kıra çıkar,
Kıra çıkar, kıra çıkar, vakti gelen kıra çıkar,
Bu arzunuz nere çıkar?

Ş. TAŞLIOVA: Karadağ'da düşman topu patlıyor,
Asker hücum etmiş Kars'ı atlıyor,
Hırsından Marzmanof iti çatlıyor.

BİRLİKTE: Vurun evlatlarım Allah aşkına,
Şehit olanınız Cennet köşküne,
Atın aslanlarım Allah aşkına,
Şehit olanınız Cennet köşküne.

Ş. TAŞLIOVA: Kars'ın kalesinde, Yahni çölünde,
Asker ilerliyor Gümrü yolunda,
Halit Paşa önde, tüfek elinde.

BİRLİKTE: Vurun evlatlarım Allah aşkına,

Şehit olanınız Cennet köşküne,
Atın aslanlarım Allah aşkına.
Şehit olanınız cennet köşküne.

Ş. TAŞLIOVA: Halit Paşa der ki durmayın atın,
Ermeni'nin kökü gelsin büsbütün,
Antranik Tiflis'e kaçıyor tutun.

BİRLİKTE: Varın evlatlarım Allah aşkına,
Şehit olanınız Cennet köşküne,
Atın aslanlarım Allah aşkına,
Şehit olanınız Cennet köşküne."

Her ne kadar bu radyo icrası, eserlerin kayıt altına alınması amacıyla kısa tutulmuş ve hikâye, fıkra, efsane gibi anlatmaya dayalı örnekler verilmemiş olsa da sözlü kültür ortamındaki yaygın kapanış şekliyle sonlandırılmıştır. Doğu Anadolu kahvehane icralarının kapanış bölümünde genellikle koçaklama türünde bir eser sunulur. D. Düzgün, Erzurum'da kahvehanedeki icranın kapanışını şu şekilde belirtmektedir:

> Programın sonuna doğru genellikle karşılaşma için kürsüye çıkmış bulunan birden fazla âşık bulunur ve koçaklamalar da bu âşıklar tarafından koro halinde söylenir. Köroğlu'na veya bir başka aşığa ait koçaklama ile program bitirilir. Özellikle Köroğlu'nun 'Mert dayanır, namert kaçar' dizesiyle başlayan şiiri çok söylenir. Erzurum âşık kahvelerinde en çok söylenen koçaklama türündeki şiirlerden biri de Bardızlı Nihanî'nin 'Atın aslanlarım Allah aşkına/ Şehit olanınız cennet köşküne' biçimindeki nakarat dizeleriyle sunulmuş olan şiirdir (Düzgün, 1998: 224).

Türküleşen bu koçaklamanın, incelenen radyo kayıtlarından daha önce notaya alınıp repertuvara eklendiği görülmektedir (TRT-THM Rpt. No: 1142). Şeref Taşlıova ve Murat Çobanoğlu'ndan Nida Tüfekçi tarafından derlenen türkünün ezgisi ve sözleri "Vurun Evlatlarım/Kars'ın Kurtuluş Türküsü" adıyla şu şekilde kaydedilmiştir:

Eserin bir diğer derlemesi ve "Karadağ'da Düşman Topu Patlıyor" adıyla notaya aktarımı ise A. Elçi (2015: 26) tarafından yapılmıştır. Radyo kaydı ile diğer iki nota incelendiğinde metinler arasında bazı farklılıklar dikkat çekmektedir. Bu durum âşıkların farklı icralarda türküyü farklı okumuş olma ihtimalini düşündürdüğü gibi sözlü kültür ortamından alınan bir eserin kültür endüstrileri aracılığıyla yaygınlaşma ve ulusallaşma serüveninde eleştirilere maruz kalmaması için bir önlem olarak da

değiştirilmiş olma ihtimalini düşündürmektedir. Bu iki ihtimalden ikincisi ağır basmaktadır. Çünkü türkü çalışmalarında metnin çeşitli nedenlerle müdahalelere maruz kaldığı bilinmektedir. Karacaoğlan'ın kitaplarda basılan şiirleri ile repertuvara girmiş metinleri arasındaki farklılıklar bu duruma bariz örnekleri teşkil etmektedir. M. Özbek, türkü sözlerinin öykünme yoluyla, yanlış anlaşılır endişesiyle, ahlâkî değerlere aykırı bulunarak değişikliğe uğradığından bahsetmektedir (2009: 39-40). Bahsedilen koçaklama örneğinde ise uluslararası ilişkileri olumsuz etkileme ihtimaline karşı böyle bir önlem alınmış olabilir. Bu durum, bilimsel ilkelere göre farklı açılardan değerlendirilmeyi beklemektedir.

Arşivcilik konusuna gelindiğinde bu konuda bütüncül bir çalışmanın TRT'ye ait olduğu görülmektedir. Yukarıda bahsedilen Ankara Radyosunun stüdyo kayıtları, Ankara Devlet Konservatuvarındaki ezgiler, TRT kapsamında araştırmacı ve sanatçıların yaptığı derlemeler, plak ve bantlardan alınan eserlerle TRT-Türk Halk Müziği Repertuvarını ortaya çıkarmıştır. Henüz notalama işlemleri tamamlanmayan bu repertuvar, 2015 yılı itibariyle 4989 kırık hava, 1068 uzun hava, 682 oyun havası olmak üzere toplam 6.739 geleneksel müzik belleğinden alınan eserin notalanarak kaydedilmesiyle oluşmuştur. Bu bellek, radyo ve televizyondaki halk müziği programlarının da repertuvarını oluşturmaktadır. Ayrıca zaman zaman yörelere, konulara, ezgilere göre repertuvar bünyesindeki eserler başta TRT olmak üzere, çeşitli kurum ve şahıslar tarafından kitap ve CD olarak basılmış, bu ardıl ürünler kültürel ekonomik alanda değerlendirilmiştir. Anonimlik, kaynak kişi, telif, sözel dokuyla oynanma gibi farklı tartışmaları da başlatan bu repertuvar, bütün eleştirilere rağmen folklor, edebiyat, dil, müzikoloji gibi alanlara kaynaklık etmektedir. Repertuvarın ana kaynağı durumunda âşıklar ve mahallî sanatçılar yer almaktadır. 2015 yılı incelemelerine göre örneklem gruptaki âşıklardan alınarak repertuvara aktarılan kendi deyişleri, usta malı deyişler, yöre türküleri şu şeklide sıralanabilir:

Âşık Veysel: "Yiğitler Silkinip Ata Binince (Rpt. No: 205)", "Keklik İdim Vurdular (Rpt. No: 224)", "Mecnunum Leylamı Gördüm (Rpt. No: 269)", "Çiğdem Der ki Ben Elâyım (Rpt. No: 297)", "Dost Dost Diye Hayalına Yeldiğim (Rpt. No: 440)", "Şu Karşıki Karlı Dağlar (Rpt. No: 449)", "Havalanma Telli Turnam (Rpt. No: 450)", "Dedim Dilber Didelerin Islanmış (Rpt. No: 568)", "Ne Ötersin Dertli Dertli (Rpt. No:

784)", "Seherde Ağlayan Bülbül (Rpt. No: 826)", "Karşıdan Karşıya Herg İden Komşu (Rpt. No: 856)", "Ekini Biçer Oldum (Rpt. No: 1020)", "Kul Olayım Kalem Tutan Ellere (Rpt. No: 1735)", "Bahçelerde Hıyar (Rpt. No: 2652) ", "Sen Bir Ceylan Olsan Ben de Bir Avcı (Rpt. No: 2961)", "Uzun İnce Bir Yoldayım (Rpt. No: 2973)", "Anlatmam Derdimi Dertsiz İnsana (Rpt. No: 3061)", "Bir Ulu Ağaçtan Bir Yaprak Düşse (Rpt. No: 3062)", "Bir Küçük Dünyam Var İçimde (Rpt. No: 3063)", "Beni Hor Görme Gardaşım (Rpt. No: 3064)", "Ben Gidersem Sazım Sen Kal Dünyada (Rpt. No: 3065)", "Dünyada Tükenmez Murat Var İmiş (Rpt. No: 3066)", "Dost Dost Diye Nicesine Sarıldım (Rpt. No: 3067)", "Derdimi Dökersem Derin Dereye (Rpt. No: 3068)", "Esti Bahar Yeli Karlar Eridi (Rpt. No: 3069)", "Güzelliğin On Par'etmez (Rpt. No: 3070)", "Kulak Ver Sesime Dinle Vatandaş (Rpt. No: 3710)", "Allah Birdir Peygamber Hak (Rpt. No: 3742)"

Âşık Reyhanî: "Bugün Sabah ile Visali Yardan/ İnceden İnce (Rpt. No: 159)", "Kömür Gözlüm Ateşine Düşeli (Rpt. No: 4051)"

Âşık Murat Çobanoğlu: "Bir Hışmınanan Geldi Geçti/ Kiziroğlu (Rpt. No: 390)", "Karadağda Düşman Topu Patlıyor (Rpt. No: 1142)", "Akşamdı Ezan Vakdı (Rpt. No: 1360) "

Âşık Şeref Taşlıova: "Karadağda Düşman Topu Patlıyor (Rpt. No: 1142)", "Akşamdı Ezan Vakdı (Rpt. No: 1360)", "Gelin Gelir Karşıya (Rpt. No: 1593)", "Kağızmanda Tuz Dağı (Rpt. No: 3913)", "İsabali Dinle Benim Sözümü (Rpt. No: 4001)"

Âşık Mahzunî Şerif: "Kanadım Deydi Sevdaya (Rpt. No: 2855)", "Körpe İken Kırdın Felek Dalımı (Rpt. No: 3665)", "İşte Gidiyorum Çeşm-i Siyahım (Rpt. No: 3999)", "Bugün Ben Şahımı Gördüm (Rpt. No: 4198)", "Tükenmek Bilmiyor Kara Günlerim (Rpt. No: 4161)"

Neşet Ertaş: "Zülüf Dökülmüş Yüze (Rpt. No: 50)", "Dane Dane Benleri Var Yüzünde (Rpt. No: 113)", "Seher Vakti Çaldım Yarin Kapısın (Rpt. No: 132)", "Suda Balık Oynuyor (Rpt. No: 574)", "Bahçada Gül Ağacı (Rpt. No: 1273)", "Sevda Gitmiyor Serde (Rpt. No: 1660)", "Sevda Olmasaydı/ Nar Danesi (Rpt. No: 1749)", "Gar mı Yağmış Yüce Dağlar Başına (Rpt. No: 1824)", "Gızılırmak Can İncitme Sen Bugün (Rpt. No: 1852)", "Al Yanak Allanıyor (Rpt. No: 1985)", Gova Gova İndirdiler Yazıya

(Rpt. No: 2099)", "Ahu Gözlerini Sevdiğim Dilber (Rpt. No: 2251)", "Anam Ağlar Başucumda Oturur (Rpt. No: 2454)", "Köprüden Geçti Gelin (Rpt. No: 3251)", "Küstürdüm Gönülü Güldüremedim (Rpt. No: 3516)", "Ey Erenler Hak Aşkına (Rpt. No: 3534)", "Ayva Turunç Narım Var (Rpt. No: 3542)", "O Şirin Sözlerine (Rpt. No: 3611)", "Ne Güzel Yaratmış Seni Yaradan (Rpt. No: 3613)", "Aman Dünya Ne Dar İmiş (Rpt. No: 3620)", "Gönül Dağı Yağmur Boran Olunca (Rpt. No: 3717)", "Dağlar Dağladı Beni (Rpt. No: 3731)", "Yanarım Senin Aşkına (Rpt. No: 3766)", "Yörü Bire Yalan Dünya (Rpt. No: 4047)", "Kurusa Fidanım Güllerim Solsa (Rpt. No: 4082)", "Nolur Gelin Nolur (Rpt. No: 4132)", "Kesik Çayır Biçilir mi (Rpt. No: 4141)", "Açma Zülüflerin Yellere Karşı (Rpt. No: 4167)", "Kibar Kızın Saçları Sallanıyor (Rpt. No: 4169)", "Şu Garip Halimden Bilen İşveli Nazlım (Rpt. No: 4170)", "Bağışla Sevdiğim Hakkı Seversen (Rpt. No: 4201)", "Aşkın Beni Deleyledi (Rpt. No: 4259)", "Dağlar Başı Karlı Olur (Rpt. No: 4441)"

Özay Gönlüm: "Evlerinin Önü Bulgur Kazanı (Rpt. No: 1806)", "Zobalarında Guru Meşe Yanıyor (Rpt. No: 2261)", "Uzadım Gamış Oldum (Rpt. No: 3418)", "Et Aldım Elim Yağlı (Rpt. No: 3419)", "Kara Üzüm Salkımı/ Azizem (Rpt. No: 3422)", "Tellidir Yavrum Aman Tellidir (Rpt. No: 3424)", "Yaveş Yaveş Esen Seher Yeli Mi (Rpt. No: 3433) "

Özay Gönlüm, kaynak kişisi olduğu bu eserlerin yanında, radyodaki görevinden dolayı Batı Anadolu'dan birçok türküyü derleyerek repertuvara kazandırmıştır. Bu türküler şunlardır:

"Aydın Meşeleri Dalları Yerde", "Dam Ardına Doleşdim", "Elindedir Bağlama", "Feracem de Dört Duvarda", "Şu Dağlar Tepe Tepe", "Kekliği Vurdum Geldim", "Mercan Köşkünü Yaptırdılar", "Suya Tası Daldırdım", "Yaslanaydım Gabardıcın Pürüne", "Aşağıdan Geliyor Neslihan", "Hasılhas Başında Benim Mezarım", "Herekenin Alt Yanı da Çeşmeli", "Moymulun Altından Gelir Geçersin", "Tarlada Bostan Olur mu", "Salih de Ata Biner Güçcük Bey Gibi", "Tepsi de Tepsi Fındıklar", "Fatma Gıza Su Yolunda Kavuştum", "Desti İçinde Bekmez", "Osmanımın Mendili Saman Sarısı", "Beyler Bahçesinde Gandiller Yanar", "Gara Gabak Kökeni", "Evlerinin Önünde Bulgur Dibeği", "Çatal Çama Kurşun Attım", "Sıyırdılar Serpoşumu Başımdan", "Çek Deveci Develeri", "Yağmur Yağar Dereleri Sel Alır", "Eyübümün

Gezdiği Dağlar Meşeli", "Ayşe Dedim Adına", "Evrenköyün Alt Yanında Bostanı", "Dumanı da Vardır Şu Dağların Başında", "Nazoğlunun Biber Gibi Benleri Var", "Bahçenizde Güren Var", "Dam Başında Durursun", "Cemilenin Gezdiği Dağlar Meşeli", "Bir Yayla İsterim Yörük Gonmadık".

Sonuç olarak yukarıda sıralanan kurumların ellerindeki arşivler, aynı zamanda Türkiye'de 20. yüzyılın geleneksel müzik belleğini oluşturmaktadır. Bu bellek müzik sektörünün profesyonellerine kaynaklık ettiği gibi bilimsel araştırmaların da temel veri bankası konumundadır. Ancak bürokratik engeller arşivlerin sağlıklı işlemesini engellemektedir. Sorunların giderilmesi kayıtların kopyalarının toplanacağı, tasnif edilip araştırmacıların hizmetine sunulacağı bir geleneksel müzik dijital ses arşiviyle mümkün olabilir.

1.4.3. Âşıkların Radyo Bağlamındaki Faaliyetleri

20. yüzyılın ikinci yarısındaki köylerden kent merkezine, büyükşehirlere ve yurt dışına doğru gerçekleşen demografik akış, yereldeki âşıkların da kent merkezli kültürel ekonomik faaliyetlere katılmasının önünü açmıştır. Âşığın dinleyici kitlesi yerelden ayrılınca âşık da sanatını icra edecek yeni zeminler bulma ihtiyacı hissetmiştir. Plak sektörü ve radyo, saz evleri, gazinolar, halk konserleri gibi alanlar âşığın geçimini sağladığı, geleneğin geniş kitlelere duyurulduğu bağlamlar hâline gelmiştir. İlk dönemde Osman Pehlivan ve Âşık Veysel gibi isimlerin öncül faaliyetleri, 1950 sonrasında giderek artmıştır. Yukarıda bahsedilen "Yurttan Sesler" programlarına mahallî sanatçı veya misafir sanatçı olarak katılan geleneğin temsilcileri, yerel kültürel belleğin ulusala ve ilerleyen yıllarda uluslararası boyuta taşınmasını sağlamışlardır. Radyo programlarıyla Âşık Veysel, Dursun Cevlanî, Bardızlı Nihanî, Davut Sularî, Yaşar Reyhanî, Daimî, Ali İzzet Özkan, Mustafa Ruhanî, Mevlüt İhsanî, Nuri Çırağî, Murat Çobanoğlu, Şeref Taşlıova, Rüstem Alyansoğlu, İlhami Demir, Mahzunî Şerif gibi âşıklar ve Osman Pehlivan, Mucip Arcıman, Sarı Recep, Faruk Kaleli, Muharrem Ertaş, Neşet Ertaş, Hacı Taşan, Şemsi Yastıman, Çekiç Ali, Muhlis Akarsu Müslüm Sümbül, Turan Engin, Hasan Erdoğan, İsmail Kaya, Sürmeli Can gibi birçok geleneksel müzik temsilcisi ulusal ölçekte tanınmışlar; geleneğin ikincil kültür ortamındaki temsilcileri olmuşlardır.

M. Sarısözen'in, önceki başlık altında bahsedildiği üzere, programlarına geleneksel müzik temsilcilerini davet etmesi, âşıklar için yeni bir icra bağlamının kapılarını açmıştır. İlerleyen yıllarda kent merkezli kültürel ekonomik faaliyetlerde rol almak isteyen âşıklar büyükşehirlere gittiklerinde radyonun kapısını da çalmışlardır. Radyoda çıkmak, kayıtlı müzik sektörüne girebilmek/sektörde yer edinebilmek için bir artı değer olarak görülmektedir. Eğer âşık, aracılar vesilesiyle kayıtlı müzik sektörüne girebilmişse radyo bu kez reklam aracı işlevi görmektedir. Ayrıca ekonomik açıdan da radyonun âşığa doğrudan katkısı olmaktadır. İstanbul ve Ankara Radyolarında görev yapmış olan Yücel Paşmakçı, radyo ile geleneksel müzik temsilcileri arasındaki ilişkiyi şu şekilde anlatmaktadır:

"…Ben çoğuyla bayağı dostluklar kurdum ve çok da verimli oldu bizim açımızdan. Çok sağlıklı neticeler aldık. Hem repertuvarımıza bir şeyler kazandırdık, hem de arşive kazandırdık. Bunlar arasında mahallî sanatçı vasfı olanlar da vardı. Mesela Karadenizli Hasan Tunç vardı. Hüseyin Dilaver vardı. Bunlar gelirlerdi. Keskinli Hacı Taşhan, Muharrem Ertaş... Hiç tanımadığım birisi elinde sazıyla gelir tabi vasfını bilemiyorum, ona söz vermek yanlış olur. Ben orada kendi kendime bir usul bulmuştum. Eğer beğenmezsem yüzüne karşı bunu söylemek zor. Derdim ki stüdyolar dolu, ama bir dinleyelim şöyle bakalım falan, hakikaten bir de bakarsınız umulmadık bir şey çıkar çok güzel. O zaman gider stüdyoları dolaşır içeriye sokar, ne alacaksak alırdık. Ama dediğim gibi bir de böyle aradığımız vasfı bulamayınca stüdyolar dolu deyip kırmadan geri çevirirdik. (…) Önce plak yapmaya geliyorlardı İstanbul'a. O sırada bize de uğruyorlardı. Ama yani birbirlerine de söylüyorlardı ki herhâlde bizden hüsnü kabul gördükleri için illa ki ziyaret ediyorlardı. Şimdi bakıyorum hiç gelmiyor. (...) Şöyle bir kitapçık vardır, onun içinde tarife vardır. Orada yazılan bir miktar vardır. Söz gelimi 150-200 Lira gibi bir defaya mahsus olmak üzere bir ücret ödenirdi. Birkaç defa da çıkmış olsalar bu ücret bir kereye mahsus ödenirdi"(Paşmakçı, 2015).

O dönemde radyonun kapısını çalan geleneksel müzik temsilcilerinden biri de Neşet Ertaş'tır. Radyoyla sesini duyurma fırsatı yakalayan Hacı Taşan'la birlikte Muharrem Ertaş, Çekiç Ali, gibi isimler bozlak tarzı türkü söyleme geleneğinin ulusal boyutta tanınmasına aracı olmuşlardır. Bu faaliyetler Neşet Ertaş gibi yörenin diğer sanatçıları için heyecan uyandırmış, radyoya çıkmanın yolları aranmıştır.

Neşet Ertaş, ilk gençlik yıllarında gurbet deneyimini İstanbul'da yaşamış, plak ve gazino sektöründeki faaliyetlerle kent merkezli kültürel ekonomik alanla tanışmış, ancak İstanbul'a alışamamıştır. Bir arada yaşama, birlikte sanat icra etme gibi geleneksel bir çevrede (Abdallık geleneği) yetişmiş olan sanatçı hissettiği yalnızlık karşısında tekrar memleketine dönmüş, yerel ekonomik kültürel faaliyetlerle geçimini sağlamaya devam etmiştir. Kısa bir süre sonra radyoda Hacı Taşan'ın sesini duyması, onda farklı bir heyecan uyandırmıştır. Bu heyecanla yolu tekrar gurbete düşmüş, Ankara Radyosu'nun kapısını çalmıştır. Bu durumu Neşet Ertaş şu şekilde anlatmaktadır:

> *Baktım bir gün radyoda Hacı Emmim türkü söylüyor. Babam Muharrem Usta'dan bellediği bir bozlak bu... Öyle bir heyecanlandım ki yerimde duramadım. 'Ben de gidip radyoya çıkacağım' dedim. 'Madem Hacı Emmimin söyledikleri radyoda çalınacak kadar kıymetli, o zaman benim okuyacaklarımı da yayınlarlar' diyerek elimde saz, Ankara'ya, Sarısözen'in yanına geldim (Tokel, 2004; Özdemir, 2013: 700).*

Radyo'da Emin Aldemir'in desteğiyle Muzaffer Sarısözen'le tanışmış, önce "misafir sanatçı", birkaç yıl sonra da açılan sınavı kazanarak "mahallî sanatçı" olarak radyoda görev almıştır. Radyoyla yirmi üç yıl süren bu ilişki mikrofonla tanışan geleneğin popülerleşmesi olarak da değerlendirilebilir (Özdemir, 2013: 700). Ayda iki kez, on beşer dakikalık programlarla önce yöre türkülerini ve babasından öğrendiği eserleri, daha sonra da kendi türkülerini seslendirmiştir. Buna karşılık radyodan program başı cüzi bir oranda ücret almıştır. Mülakatlarında bu paranın çok ehemmiyeti olmadığını, ancak yol giderlerini karşıladığını ifade etmiştir. Öte yandan radyoyla başlayan bu ilişki, Neşet Ertaş'ın televizyon, plak- kaset sektörü, konser, turne, fuar, saz evi, pavyon, kent düğünleri gibi kent merkezli kültürel ekonomik bağlamda uzun yıllar faaliyet göstermesinin de önünü açmıştır.

Göç dalgalarıyla birlikte boşalmaya başlayan yerelde, geleneksel müzik aktörleri de dinleyici kitlelerinin peşine kente gitme ihtiyacı hissetmişlerdir. Kent kültür piyasasında tutunanlar geçimlerini sağlamaya devam etmiş, tutunamayanlar başka sektörlerde işler aramışlardır. "Yerelde gelenek ön plandayken birey merkezli kentte geleneğin ustaları ön plana çıkmıştır" (Özdemir, 2013: 702). Bu durum da medya araçlarıyla sağlanmıştır. Kente gelen âşık, dönemin en etkin medya aracı olan radyoyla sesini ulusal ve uluslararası alana duyurabilmiştir. Radyo popülerleşmenin, müzik piyasasında yer edinebilmenin bir basamağı olmuştur. Ancak kentli profesyonellerin bakışıyla âşık

yerel, mahallî, otantik olarak görülmüştür. Mahallî sanatçı, misafir sanatçı gibi adlandırmalar bunun en büyük örneğidir (Bkz. Özdemir, 2013). Programların kuralları, akışı profesyoneller tarafından belirlenmiştir. Geleneğin icra töresi, icra süresi, icra yönetimi, serbestlik medya tarafından kısıtlanmıştır. Bu açıdan bakıldığında gelenek ve geleneğin temsilcisi, medyanın tekdüzeliğe düşmemek için, programları renklendirmek için zaman zaman başvurduğu bir kaynak olmuştur. İlişki ancak nadir örneklerde profesyonel düzeye erişebilmiştir.

Kayıtlı müzik sektörünün yöneticilerinin 'yöresel/geleneksel tavrın/tarzın/söyleyişin kültürel ekonomik açıdan önemli bir çekicilik kaynağı olduğunun farkındadırlar (Özdemir, 2013: 704). Ancak zamanla radyoda görülmeye başlayan "radyo tavrı"yla geleneksel müziğin temel dinamiklerinden olan çeşitlenme olumsuz etkilenmiştir. Neşet Ertaş da uzun yıllar görev aldığı radyodan icrada serbest bırakılmaması, kendini kıskaca alınmış gibi hissetmesi, sazlarda bir perde fazla basılamaması, evir çevir birkaç türküyü söylemek zorunda kalması gibi nedenlerle ayrılmak zorunda kalmıştır (Özcan, 2001: 90-91, 127; Özdemir: 2013: 703).

Neşet Ertaş açısından bakıldığında radyoyla başlayan bu ikinci gurbete çıkma serüveninin, onun kent merkezli kültür ekonomisi içerisinde faaliyetlerde bulunmasını, farklı yörelerden beslenerek repertuvarını genişletmesini ve ulusal sanatçı olmasını sağlamıştır (Özdemir, 2013: 702). Ondaki müzikal yetenek, icra ve havalandırma gücü ve okuduğu her türküye damgasını vurması, okuduğu eserlerin Neşet Ertaş türküsü olarak adlandırılmasına neden olmuştur (Bekki, 2012: 13). Bu durum Neşet Ertaş repertuvarında bazı belirsizliklere yol açmasına rağmen türkülerin tanınmasını, tekrar hayat bulmasını, geleceğe aktarılmasını sağlamıştır[16]. Tarzıyla özellikle Orta Anadolu'da takipçileri, taklitleri çıkmıştır. Toplumda gösterilen ilgi farklı müzik tarzlarından sanatçıların da onun eserlerini okumalarını sağlamıştır. Neşet Ertaş tarzı ve türkü belleği müzik piyasasını besleyen bir yapıya bürünmüştür.

Neşet Ertaş gibi radyoya misafir sanatçı olarak adım atan ve ömrünün sonuna kadar geleneksel müziğin farklı bağlamlardaki temsilcisi olan bir sanatçı da Özay

[16] 2013 yılında Ahi Evran Üniversitesi'nde düzenlenen " Uluslararası Bozkırın Tezenesi Neşet Ertaş Sempozyumu"nda sunulan bildirilerde Neşet Ertaş'ın söylediği türkülerin kaynakları farklı bakış açılarıyla değerlendirilmiştir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Artun, 2013; Bekki, 2013; Öcalan, 2013; Şengül, 2013.

Gönlüm'dür[17]. Özay Gönlüm, 1940 yılında babası Ahmet Gönlüm'ün işi nedeniyle Erzincan'da dünyaya gelmiş, kısa bir süre sonra da ailesiyle Denizli'ye taşınmışlardır. Önce ağız armonikası, ardından mandolin çalan sanatçı, bağlamayla lise yıllarında tanışmıştır. N. Özdemir'in (2008: 145-159) anlatımıyla Özay Gönlüm'ün sanatçı kişiliğinin ortaya çıkmasında, aynı zamanda derlemelerine kaynak kişi olarak destek vermiş olan Ahmet Gönlüm'ün etkisi büyüktür. Denizli Erkek Sanat Enstitüsü'nde bağlama çalmaya başlayan sanatçı, 16 yaşında gittiği İstanbul'da sanat yaşamını farklı bir kulvara sokmuştur. Elwis Presley akımının tüm dünyayı etkilediği bir dönemde Özay Gönlüm, ustalığını göstermek adına bağlamasıyla İngilizce şarkı bile söylemiştir (Yaşar, 2000a; Yaşar, 2000b; Gönlüm, 2004). 1956'da kent merkezli kültürel ekonomik ortamlara atılan ilk adımla birlikte açık hava konserlerine başlamış, ardından da Muzaffer Sarısözen'le tanışma fırsatını yakalamıştır. Aynı yıl misafir sanatçı olarak başladığı radyoya, 10 yıl sonra açılan sınavda gösterdiği başarıyla "yetişmiş saz sanatçısı" olarak girmiştir. Bu adımla çoklu kent kültür ekonomisinde uzun yıllar boy göstermiştir. Radyo, televizyon, plak, kaset, açık hava konserleri, fuar konserleri, moral geceleri gibi farklı bağlamlardaki icrasıyla Ege yöresi türkülerinin yurt çapında tanınmasını, sevilmesini, yaygınlaşmasını sağlamıştır. Aynı zamanda araştırmacı kimliğiyle de çalışmalar yapan Özay Gönlüm, TRT ve HAGEM'de repertuvar kurulu üyeliğiyle, derleyip repertuvara aktardığı 35 civarındaki türküyle, kaynak kişisi olduğu türkülerle ve özel arşiviyle Batı Anadolu havalarının geleceğe aktarılmasına katkı sağlamıştır.

Radyoya "yetişmiş saz sanatçısı" olarak alınmasına rağmen, daima halk müziği örneklerini solo olarak çalıp söyleyen bir sanatçı olmuştur. Yurttan Sesler gibi topluluk hâlinde icra yapılan bir ortamda o kendisini göstererek saz ve söz ustası olarak kabul edilmiştir (Özdemir, 2008: 148). İlerleyen yıllarda İTÜ'de çalgı bilimci Cafer Açın'a yaptırdığı sazıyla geleneğin yeniliğe açık yüzüne bir kez daha vurgu yapmıştır. Geleneksel müzik çalgılarından cura, tambura ve çöğürü birleştirerek "yaren" adını verdiği bu saz Özay Gönlüm'le özdeşleşmiştir.

[17] Özay Gönlüm'ün ulusal boyutta tanınmasını sağlayan asıl etmen radyodur. İlerleyen yıllarda televizyonu da etkin bir şekilde kullanan sanatçı, birikimini kayıtlı müzik sektörüne de taşımış, gösterim ve anlatımdaki ustalığını sergilediği çalışmaları piyasaya sürülmüştür. Özay Gönlüm'ün geleneksel müzik, hikâye anlatımı ve gösterimi gibi alanlardaki çalışmalarını inceleyen araştırmalar için bkz. Yaşar, 2000a; Yaşar, 2000b; Özdemir, 2002; Özdemir, 2008.

Özay Gönlüm konusunda asıl vurgulanması gereken nokta ise onun anlatım ve gösterimdeki ustalığıdır. Anlattığı türkü hikâyeleri, Ninenin Mektupları, fıkralar, anlatımda atasözü ve deyimlere, dua ve beddualara, secili ifadelere yer verişi, yöre ağızlarını etkili kullanımı, taklit kabiliyeti, mizah anlayışı Gönlüm'ün geleneksel Türk anlatım ve gösterim sanatlarından ustalıkla yararlandığını gösterir. Her şeyin süreyle belirlendiği radyo gibi bir bağlamda sözlü kültürdeki halk hikâyesi, meddah hikâyesi kadar uzun olmayan, ama onların yapı özelliklerinden esinlenilmiş, özgünlük katılmış sunumlar, Gönlüm'ü 20. yüzyılda radyonun hikâye anlatıcısı hâline getirmiştir. Türküleri de bir olaya bağlayarak anlatan Özay Gönlüm, bu tarzıyla tek bir türkü icrasında birden fazla işlevi kullanabilmiştir[18]. Özay Gönlüm'ün tüm bu faaliyetleri genç kuşak medyacılara ilham kaynağı olmuştur. 20. yüzyılın sonlarına doğru, mizah konusunda Türk medyasında aranan isimler olan 'stand-up'çılarda, hikâyeleri şiirselleştirerek okuyan son dönem radyoculardaki bu etki görülmektedir.

Âşıklık geleneği ve radyo ilişkisi konusunda değinilmesi gereken bir diğer husus da bölge radyolarıdır. 1960'larda faaliyete geçen bölge radyolarının geleneksel müzik belleğinin yayınlanmasına, tanıtım ve aktarımına, derleme çalışmalarıyla ulusal repertuvara kaydedilmesine katkıları olmuştur. Erzurum ve Kars radyolarında, bölgede zaten canlılığını koruyan âşıklık geleneği ile ilgili programlar yapılmış, bazı âşıklar radyoda görev almış, çoğu da programlara davet edilmiştir. Gelenek üzerinde dikkatlerin yoğunlaşmasında Atatürk Üniversitesine bağlı Türkoloji bölümünün de katkısı çoktur. Fikret Türkmen, Turgut Günay, Saim Sakaoğlu, Mustafa İsen gibi akademisyenler Erzurum Radyosunda program yapmışlardır (Özarslan, 2001: 305). Bu radyo programlarına Âşık Yaşar Reyhanî, Âşık Şeref Taşlıova, Âşık Murat Çobanoğlu başta olmak üzere, bölgenin yaşayan âşıkları davet edilmiştir. Bu noktada Şeref Taşlıova'ya ayrıca değinmek gerekmektedir. Radyoyla ilk tanışması askerlik dönüşü komutanının daveti üzerine İstanbul Radyosuyla olan Taşlıova, daha sonra Kars

[18]Antropoloji alanında başlayan ve daha sonra folklor çalışmalarında önemli bir konuma gelen işlev, S.F. Nadel'in tanımıyla "Bir sosyal yapıdaki çeşitli öğelerin, o yapının tümünün çalışmasına katkısı" olarak tanımlamaktadır (Başgöz 1996: 1). W. Bascom folklorun işlevlerini temelde dört ana başlıkta toplamış (Çobanoğlu 2002b: 235-236), A. P. Merriam ise müzikte dokuz işlevin olduğunu vurgulamıştır (Başgöz 2008: 143). G. Mirzaoğlu ise W. Bascom ve A. P. Merriam'dan, aynı zamanda etnomüzikologlarca yapılan çalışmalardan hareketle zeybek türküleri üzerine yaptığı çalışmada, alt işlevleri de göz önünde bulundurarak on iki maddeyle işlevsel yorumlamada bulunmuştur (Mirzaoğlu, 2001).

Radyosunun açtığı sınavı kazanarak "mahallî sanatçı" statüsünde radyoda âşıklık geleneğini temsil etmeye başlamıştır. M. Taşlıova'nın (2010: 30-31) verdiği bilgilere göre çağdaşı âşıklar Murat Çobanoğlu, İlhami Demir, Rüstem Alyansoğlu ve genç kuşaktan Nuri Çırağî ile "Âşıklar Topluluğu"nu kurmuşlar, birlikte radyo programlarını yürütmüşlerdir. Genç âşıkların tanıtılması, kültürel aktarımın sağlanması gibi işlevlerle hareket edilen bu programların sorumluluğu Taşlıova'ya verilmiştir. Âşık Şeref Taşlıova, radyo ve televizyon programlarında, yurt içi ve yurt dışı belgesellerde de program yapımcılığı, danışmanlık, takdim gibi görevler üstlenerek geleneğin ikincil kültür ortamındaki önemli temsilcilerinden biri olmuştur.

Şeref Taşlıova, TRT ve Kültür Bakanlığı kapsamındaki çalışmaları dışında Türkiye'de özel radyo yayıncılığının başlamasıyla farklı ulusal, bölgesel, yerel radyolarda da âşıklık geleneği bağlamında programlar hazırlayıp sunmuştur. Ankara'dan Orta Anadolu'ya, FM 101,4 frekansından bölgesel yayın yapan Radyo Birlik'te, 1994–1997 yılları arasında, ara vermeksizin hazırlayıp sunduğu "Âşıklar Divanı" adlı programla halka ulaşmıştır. Öncelikle Ankara ve İstanbul'da yayın yapan özel radyolara "konuk" olarak katılmasının sürmesiyle birlikte; ulusal ölçekte yayın ağı bulunan, FM 98,8 frekansıyla Sizin Radyo'nuzda 2004-2006 yılları arasında "Şeref Taşlıova'nın Âşıklar Meclisi" adıyla programlar hazırlayıp sunmuştur (M. Taşlıova, 2010: 31). Şeref Taşlıova, arkadaşı Murat Çobanoğlu'yla birlikte Türkiye'deki faaliyetlerin yanında geleneği uluslararası bağlamda farklı toplantı, temsil ve programlarda tanıtmışlardır. Bunlardan biri de 1989'da İngiltere'de düzenlenen "The Third International Storytelling Festival"e katılmak üzere Londra'ya gittiklerinde BBC Radyosunda katıldıkları programdır. Bu programda gelenek üzerine bilgiler verdikten sonra kısa bir atışma örneği sergilemişlerdir. BBC Türkçe Servisi'nin Youtube ağında da yer alan bu radyo programının metni şu şekildedir:

"Ş. TAŞLIOVA: Ben Âşık Şeref Taşlıova. 1938, Kars doğumluyum. Âşıklığa 1952 yılında başladım, saz çaldım. Bir ustadan dersimi aldım ve günümüze kadar Türkiye'de bulunan Âşıklar Bayramında, İstanbul Festivalinde, Yunus Emre Şenliklerinde, Karacaoğlan Şenliklerinde ve Türkiye'de âşıklıkla, halk şiiriyle ilgili birçok yerlere katıldım. Avrupa'nın da birçok devletinde Almanya, Hollanda, Belçika, Fransa, İsviçre, Avusturya gibi dost devletlerimizde de sanatımı icra ettim.

M. ÇOBANOĞLU: Ben Murat Çobanoğlu. 1940 yılında Kars'ta doğdum. 1952-53'ler de âşıklığa başladık. Fakat benim saz üstadım babam Âşık Gülistan'dır. Sözü irticalen kendimden okurum. Aynı arkadaşım gibi yirmi beş yıl Konya Âşıklar Bayramına katıldık ve jüri olduk. Derken işte arkadaşımla beraber Avrupaları dolaştık. Son kısmet Londra'ya çekti ve bu anda Londra'da bulunuyoruz.

SUNUCU: Şimdi âşıklığa başladım diyorsunuz ikiniz de. Âşıklık geleneğinden söz ediyoruz. Tabi bu yüzyıllar yüzyıllar gerisine uzanan bir gelenek ve bu geleneği sizler sürdürmezseniz yok olup gidecek, ama şöyle diyeyim: Nedir âşık?

M. ÇOBANOĞLU: Efendim, birkaç türlü âşık vardır. Bir ilhamlı âşık vardır, bir yazar âşık vardır, bir usta malı öğrenen âşık vardır. Üç türlü âşık vardır. Âşıklık geleneğimizi, töremizi kaybettirmeyen, devam ettiren bir nesildir. Son zamanlarda âşıklığın da son nesli kesilmek üzere.

SUNUCU: Peki orada şöyle bir şey sormak istiyorum. Niçin ölmeye yüz tutuyor bu gelenek?

M. ÇOBANOĞLU: Şunu izah edeyim ki malumunuz âşık sade sazı ile iaşesini temin eden kişilerdir ve son zamanlarda biliyorsunuz türlü türlü müzikler çıktı. Âşıklara biraz yer verilmedi ve hiçbir âşığın sosyal güvence hakkı yoktur. Yani sazını çalmasa, türküsünü söylemese iaşesini temin edemiyor.

SUNUCU: Peki âşık başka iş yapmıyor mu?

M. ÇOBANOĞLU: Hiç başka bir işi yok âşığın.

SUNUCU: Sanıyorum sizler en azından bu geleneği sürdürmek için günün koşullarına uyduruyorsunuz kendinizi. Mesela kaset dolduruyorsunuz değil mi?

M. ÇOBANOĞLU: Fakat kaset şöyle bir şey. Diyelim ki iki tane âşığın, üç tane âşığın sesi var. Eğer güzel sesi varsa o âşık muvaffak oluyor, bir kaset gidip dolduruyor. Az bir ücretle o kasetçi alıyor onu, fazlalaştırıyor ve satıyor. Eee geri kalan âşıklar olabilir ya sesi olmayabilir, ama içinde bir cevher vardır. Bu cevheri de kasetlerle iletemiyor, karşıdakine anlatamıyor. Ancak ki onu dinleyen kitleler bulduğu zaman kahvelerde, köylerde sanatını icra edip iaşesini temin ediyor.

SUNUCU: Âşık geleneğinin belki en güzel örneklerini atışmalar veriyor ve sizler de atışmalarıyla ünlü iki sanatçısınız bildiğim kadarıyla. Dünya müziğinde, dünya halk müziğinde neredeyse eşsiz denebilecek bu tür nasıl doğmuş, nasıl gelişmiş?

Ş. TAŞLIOVA: Âşıklık geleneğinin kökeni Dede Korkut ile var olur. Ondan sonra âşıklık çoğaldığı zaman iki tane âşığın birisi diyelim ki çok uzak bir yerdedir, birisi diğer bir yerdedir. Birbirlerinin gücünü kuvvetini, dilini, sazını, sözünü, gönül hazinesini ölçebilmeleri için karşılıklı geldikleri zaman, birbirinin aynen pehlivanların kol kuvvetini ölçüp birbirini mindere, meydana çağırdığı gibi bunlar da dil kuvvetlerini, söz dağarcıklarının gücünü ölçmek için ortaya koyarlar.

SUNUCU: Peki efendim, o zaman sizden bunun bir örneğini rica etsek konusu ne olabilir acaba?

M. ÇOBANOĞLU: Efendim gurbette olduğumuz için yani Londra da:

Dinle beni Âşık Şeref, Londralı Âşık Şeref,
Hâllerimi nasıl gördün?
Temiz midir, kirli midir?
Yollarımı nasıl gördün?

Sanma Çobanoğlu bilmez,
Kim demiş ağlayan gülmez,
Dedim değişiklik olmaz,
Dillerini nasıl gördün?

Ş. TAŞLIOVA: Şeref der ki gülen için,
İnsanlığı bulan için,
Dillerini bilen için,
Dillerde değişik olmaz.

Söyleyenle bilen için,
Dillerde değişik olmaz.
Olmaz olmaz, canım olmaz,
Dillerde değişik olmaz.”

20. yüzyılın ikinci yarısında yurtdışı faktörü âşıklık geleneği açısından önem arz etmektedir. Kayıtlı müzik piyasasının yurtdışıyla ve gelenekle çok yönlü ilişkisi bağımsız araştırmalara konu olacak mahiyettedir. Radyo açısından bakıldığında da müzik sektöründekine benzer ve onu destekleyen bir ilişki görülmektedir. Özellikle Almanya'da yaşayan Türkler, dar bölgede yayınlar yapan kendi radyolarını kurmuşlardır. Bununla birlikte Köln Radyosu olarak bilinen WDR'de göçmenler için programlar yapılmıştır. 1964'ten itibaren Türkçe programlar da bu radyoda yer bulmuştur. Âşıkların yolları gurbete düştükçe bu radyolarda ağırlanmışlar; yapılan programlarla gurbetçilerin anavatanla, yerelle iletişimleri güçlendirilmiştir. Yurtdışında radyo programlarına katılan âşıklardan biri de Mahzunî Şerif'tir. Türkiye'de siyasî nedenlerle medyada yer alması sık sık yasaklanan, kasetleri toplatılan Mahzunî Şerif farklı bağlamlarda sesini duyurmanın fırsatlarını bulmuştur. 1975 yılında Köln'de bulunduğu günlerde Türkçe yayın yapan radyoya davet edilmiş, bu kanalla hemşehrilerine sesini duyurmuştur. Aile arşivinden alınan bu programın deşifre metni şu şekildedir:

"Â. MAHZUNÎ: Dostum bizim elden haber sorarsan,
Her köşede bin bir çeşit yalan var.
Hayat bir lafımı, peynir gemimi,
Akşehir gölüne yoğurt çalan var.

SUNUCU: Sevgili dinleyiciler, sazından sesinden ve sözünden tanıdınız herhalde. Bugün stüdyomuzda bir konuğumuz var. Âşık Mahzunî Şerif, daha doğrusu Berçenekli Âşık Mahzunî Şerif. Doğru değil mi?

Â. MAHZUNÎ: Evet efendim.

SUNUCU: Önce hoş geldiniz.

Â. MAHZUNÎ: Hoş bulduk, hoş bulduk.

SUNUCU: Sonra hemen sorayım, bize yeni parçalarınızdan bir şeyler getirdiniz mi?

Â. MAHZUNÎ: Evet, zaten şimdi okuyacaklarım hemen hemen iki günlük eserdir.

SUNUCU: Zira son zamanlarda dinleyicilerimizden birçok mektuplar alıyoruz. Hep sizin eski parçalarınızı çaldığımızı söylüyorlar ve yenilerinden çalmadığımızdan şikâyet ediyorlar. Hatta bazıları daha da ileri giderek acaba "Korkuyor musunuz, zülfü yâre dokunur diye Âşık Mahzuni'nin parçaları, onun için mi çalmıyorsunuz?" diyorlar. Biz Türkçe yayın yapan bir Alman radyosu olduğumuz için bizim bağlı bulunduğumuz Alman Radyo Televizyon Yasalarının çerçevesinde her sanatçının, her âşığın eserlerini çalabiliriz. Ve sizin dolayısıyla başka radyolar, başta Türkiye radyoları olmak üzere diğer radyolar gibi bizim bu tür bir korkumuz, çekinmemiz gereken bir durum yok.

Â. MAHZUNİ: Vallahi daha doğrusu eserlerim zülfü yâre dokunmaz da, zaten yâr olan hiç kimseye âşığın eseri dokunmaz. Yâr olmayan kişilere dokunur. Yârin zülfüne dokunmayan eser de eser sayılmaz aslında.

SUNUCU: Doğru değil mi?

Â. MAHZUNÎ: Doğru.

SUNUCU: Peki Türkiye'den yeni geldiniz?

Â. MAHZUNÎ: Evet.

SUNUCU: Burada konserleriniz falan olacak.

Â. MAHZUNÎ: Evet, konserlerim olacak. Hem de hemşehrilerimi son defa bir ziyaret edeyim dedim.

SUNUCU: Niye hayrola, bir daha gelmeyecek misiniz?

Â. MAHZUNÎ: Zannederim bu yolculuğum benim biraz yani bu gelişim uzun sürelere kalacaktır. Yedi yıl kadar gelmeyişim olacaktır. Sebep şu oluyor. Artık genç neslin ozanları bizim terk ettiğimiz yeri aldılar, sağ olsunlar çok umut var onlarda. Ben artık meseleyi biraz da kaleme vereceğim. Zannederim biraz yazı işleriyle uğraşacağım. Yedi yıl kadar sahnelerden ayrılmak istiyorum.

SUNUCU: Peki, Türkiye'den geliyorsunuz…

Â. MAHZUNÎ: Evet.

SUNUCU: Türkiye'den bize vereceğiniz haberler nasıl? Türkiye'de neler olup bitiyor?

Â. MAHZUNÎ: Efendim, sazdan söyleyeyim bunu. Daha iyi olacaktır müsaade ederseniz.

SUNUCU: Hay hay!

Â. MAHZUNÎ: Ben gelirken beyaz karlar yağmıştı,
Rahat olanlara güneş doğmuştu,
Düz ovayı kara duman boğmuştu,
Hasret ile iki gözü dolan var, dolan var.
(Hasret ile iki gözü dolan var, dost dolan var.)

Çok azaldı Kızılırmak, Ceyhanlar,
Kokmaz oldu lale, sümbül, reyhanlar.
Birbirini sevmez oldu insanlar,
Ne yazık ki öldüren var, ölen var.
(Her gün her gün öldüren var, ölen var dost.)

Mahzunî'yim, alın teri yemedim,
Ömrümde haksıza haklı demedim,
Benim Türkiyelim, benim Memedim,
Bizim memleketten size selam var,
(Türkiye'den dolu dolu selam var, dost selam var.)

SUNUCU: Çok güzel, inanın ben çok beğendim. İnşallah dinleyicilerimiz de beğenirler.

Â. MAHZUNÎ: Teveccühünüz.

SUNUCU: Gerçekten maalesef sizin de belirttiğiniz gibi Türkiye'de hiç de iyi değil, ama umarız bundan sonra düzelir.

SUNUCU: Peki, bu tür eserleriniz Türkiye Radyolarında yayınlanmıyor mu?

Â. MAHZUNÎ: Şimdilik mümkün değil.

SUNUCU: Neden?

Â. MAHZUNÎ: Nedenini daha evvel siz söylediniz. Türkiye'de zülfü yâre dokunuyor, tabir ediyorlar bunu. Oysaki bir halk çocuğu olarak halkın güncel sorunlarını dile getirmek zorundayız biz. Mesela şimdi sordunuz, ben aynı yapıt üzerinde size karşılık verdim. Haberi bir ozan, her hâlde bir radyo spikerinden daha değişik anlatır. Sazıyla anlatırdı.

SUNUCU: Tabi ben daha önce TRT'de çalıştığım için TRT'nin genel yayın ünitelerini de biliyorum. Orada birtakım kısıtlamalar vardır. Ama hiçbir zaman gerçekleri yansıtan bir eser yahut bir sanatçının eseri yayınlanmaz diye bir ilke yok. Dolayısıyla bunun yayınlanmaması benim için anlaşılmıyor, anlaşılması güç bir durum. Neyse başka yeni eserleriniz hangileri?

Â. MAHZUNÎ: Yeni eserim yine okuyacağım bir tane, yalnız deminki aynı noktada buluşamadığımız taraf şu: Türkiye'de aslında yasal olan eserler bir hükümet kararıyla iptal ediliyor mesela. Türkiye'de Âşık Mahzunî Şerif çalamaz diye bir ne kanun vardır, ne de benim hakkımda bir şifre verilmiştir. Ancak mevcut hükümetler halktan yana sözleri zannederim biraz yadırgıyor. Şart oluyor illa hükümetten yana olmak, oysaki ben özgürlüğü tercih eden bir adamım.

SUNUCU: Esasen âşıklığın nüvesi de odur. Peki, bize birçok izleyicimiz yahut birçok kişi müracaat ediyor. Sazını eline alıp geliyor kapımıza ben âşığım, ben halk ozanıyım diyor. Sizce halk ozanı ya da âşık nedir, kimdir?

Â. MAHZUNÎ: Aslında iki tabir de doğrudur, halk ozanıyla âşık aynı sözcüklerdir. Fakat birisinin Arapça olması, âşık "uşaka" kelimesinden oluşmuştur. Hani bir sevginin kulluğu, bir saygının kulluğunu yapan kişidir. Daha doğrusu Türkler, İslam olduğu zamanlarda dilde de esinlenmişler Araplardan. "Uşaka" kelimesinden âşıklığı kaparak da Selçuklulara kadar, zaten Selçuklulardan sonra almışlar. Aslında bizim sazımızın adı kopuzdur ve Türkçe asıl ismimiz de ozandır. Ozan zaten halk sorunlarıyla haşır neşir olan kafa yapısının adamıdır. Ozanın tarifi şu tabir benim kanımca: Ozan, halk dertlerini kısa ve öz sözlerle tele vuran halk sanatçısıdır.

SUNUCU: Duyduğum kadarıyla siz bir ara içeriye de girdiniz.

Â. MAHZUNÎ: Evet dört yıl kadar. Sağ olsun hükümet baba beni çok sever. Ara sıra abonesiyimdir. İşte o 71'den 76'ya kadar, 75'e kadar gelen dönemlerde türkülerimin cezasını çektim biraz. Fakat o ceza benim için şereftir tabi. Hırsızlık etmeden girdim. Zaten bizim suçumuz şerefimizdir. Umut ederim ki inandığım kuvvet bana hırsızlığı ve namussuzluğu vermesin ve yapıtlarım üzerinde bütün cezaya ben razıyım.

SUNUCU: Folklor dalında eserler dışında şarkı ve aranjman türleri de var. Bunlardan hangisini daha çok beğeniyorsunuz?

Â. MAHZUNÎ: Ben Türk sanat müziğini severim, şarkıyı severim. Aranjman mı nedir, ben onu hiç bilmem babam. Hiç sevmiyorum da, yani eserlerimizi batırdı bu aranjmanlar. Halk geleneklerinden yoğrulmuş bir halk eserini getiriyorlar, baterilerle, orkestralarla. Hoş ben müziklere karşı değilim, bütün memleketlerin müziğine saygım şüphesiz vardır. Fakat Türkiye halkının yapısı malumdur. Onun türküsünü tutup bir Arap müziğine, bir Fransız, bir İngiliz müziğine çevirmeleri benim tarafımdan pek takdir görmüyor.

SUNUCU: Ama arada başarılı olanlarda var. Örneğin Cem Karaca, Barış Manço.

Â. MAHZUNÎ: Şüphesiz tabi. Halk türünde, halk tipinde okunan aranjmanlar, yani halkın geleneklerinden soyutlamadan okuyorsan eseri. Şüphesiz ki müziğin milliyeti yoktur.

SUNUCU: Peki sevdiğiniz şarkılardan bir tanesini söyler misiniz?

Â. MAHZUNÎ: Ben en çok kime ait olduğunu bilmiyorum fakat "Kapıldım Gidiyorum Bahtımın Rüzgârına" diye şarkıyı çok çok severim. Belki de ömrümle alakası olduğu içindir.

SUNUCU: Şimdi birlikte dinleyelim öyleyse.

(Banttan bu şarkı çalınır.)

Â. MAHZUNÎ: Çok çok teşekkür ederim bunu bana dinlettiğiniz için. Ta yıllarımın ve hayatımda sakladığım günlerimin şarkısıdır bu. Hayatımda çok özleyeceğim günlere tekabül eden bir şarkıdır bu. Onu ömrüm boyunca da unutmayacağım. Şimdiki bulunduğum hayatımla ilgili daha doğrusu.

SUNUCU: Âşıksınız galiba, seni biraz üzdük galiba?

Â. MAHZUNÎ: Canım fazla da açma sen de.

SUNUCU: Neşeli bir parça daha çalar mısınız?

Â. MAHZUNÎ: Pek neşeli değil, bir ağıdımsı parça. Ama bizim memleket uzun havayı sever biliyorsunuz. Ben hemşerilerime bir uzun hava daha ikram edip mikrofondan ayrılayım:

Üç günlük dünyada bir adım ömür,
Altın olsa el kapısı toz olur.
Mazlumun kanını yiyip içenler,
Gün gelir ki sürünür de köz olur, köz olur, köz olur…

Birleşen arılar, yılanı boğar,
Balın peteğinden akrebi kovar.
Anadan bir yiğit bir defa doğar,
Her yiğidin özü sözü bir olur, bir olur, bir olur…

Mahzunî, bir şahin uçtu kolundan,
Geçti gitti Elbistan'ın solundan,
İnsan sevgisinden Hakk'ın yolundan,
Bundan geri dönmek bize kir olur, kir olur, kir olur…

Â. MAHZUNÎ: İşte böyle sevgili hemşerilerim.

SUNUCU: Çok teşekkür ederiz.

Â. MAHZUNÎ: Estağfurullah.

SUNUCU: Benim çok beğendiğim şiirlerinden birisi de "Uyan Halkım Uyan". Şunu bir okusan?

Â. MAHZUNÎ: Bu uykuda böyle bir ses,
Duy, uyan uyan.
Uyku bir can olsa bile,
Kıy uyan, etme uyan, yapma uyan, dost uyan.

Rüyanın kazancı nedir?
Rüya olmaz bir hiledir.
Aç gözünü hayat nedir?
Duy uyan, gör uyan, dost uyan…

Rüyanın kazancı olmaz,
Olsa da bir vefa gelmez,
Bir defa Mahzunî gelmez,
Duy uyan, dost uyan, say uyan.

SUNUCU: Çok teşekkür ederiz.

Â. MAHZUNÎ: Estağfurullah efendim.

SUNUCU: Konserlerinizde de başarılar dileriz.

Â. MAHZUNÎ: Çok teşekkür ederim. Ben artık, bir daha, belki hitap etmek fırsatı bulamam. Bana bu fırsatı verdiğiniz için çok çok teşekkür ederim. Hemşerilerime de kucak dolusu saygılar, sevgiler olsun efendim."

1.5. 1990 SONRASI TÜRKİYE'DE ÖZEL RADYO YAYINCILIĞI, TÜRKÜ RADYOLARI VE ÂŞIKLIK GELENEĞİ

1946'da İstanbul Teknik Üniversitesi, 1950'de İstanbul Teknik Okul, 1951'de İstanbul Üniversitesi, 1954'te Ankara Polis, 1960'da Ankara Ordu Radyoları yayın yapmaya başlamışlardır (Kaptan, 2002: 23). Bu radyolar da kamusal yayıncılık anlayışıyla dar bölgede yayın yapan radyolardır. PTT'nin 1988'de Ankara'da kablolu yayına başlaması, ardından radyo ve televizyon vericilerinin TRT'den PTT'ye devredilmesi Türk yayıncılık tarihinde son derece hızlı gelişmelere yol açmıştır. PTT kablo televizyon ağını genişletmiş, yurtdışı yayınları abonelerine sunmuştur. Yasal altyapıdaki boşluğu değerlendirmek isteyen Rumeli Holding, dönemin cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın söylemlerinden de hareketle 1989'da Liechtenstein Prensliği'nde "Magic Box Incorporated" şirketini kurmuş, kısa süre sonra da Eutelsat'tan iki kanal kiralayarak kablo-tv ve uydu aracılığıyla Türkiye'ye yayın yapmaya başlamıştır. Yasal düzenlemenin ancak 1994'te yapılacağı ve ülke gündemini epeyce meşgul eden bu girişim, Türkiye'de özel yayıncılığı başlatmıştır. Radyo alanında da FM bandı

üzerinden ticarî radyolar yayın hayatına başlamış, kısa sürede Genç Radyo, Kent FM, Power FM, Energie FM, İstanbul FM, Number One, Süper FM, Best FM, Show Radyo gibi kuruluşlar dinleyiciyle buluşmuştur. Televizyona göre yayın maliyetinin düşüklüğü yerel işletmeleri hareketlendirmiş, birkaç yıl içinde Türkiye'de ulusal ve yerel ölçekte yayın yapan radyo sayısı 1400'ü bulmuştur.

Radyo, yaygın olarak devlet destekli kamu hizmeti yayıncılığı anlayışıyla şekillenmiş, doğal olarak bilgilendirme ve eğitim işlevlerini ön plana çıkarmıştır. Türkiye'de de radyo ilk döneminde şirket bünyesinde açılmış olsa da devletin ona teşvik ve desteği açıktır. Bir müddet sonra karma yayın anlayışına dönülmüştür, ancak reklam boyutu haricinde yine kamu hizmeti yayıncılığı yapılmıştır. TRT döneminde ve öncesinde farklı kamu birimleri kontrolündeki radyonun temel felsefesi, kamusal yayıncılık yoluyla modernleşmenin tüm toplumda yerleşmesidir. Bu doğrultuda yapılan yayınlarda denetim mekanizması titizlikle işletilmiştir. Bu konuda radyonun sorumluluğunu G. Dinçmen şu şekilde değerlendirmektedir:

> Yayınlar toplumların geçmişinden geleceğine doğru uzatılmış köprülerdir; sağlam ve dayanıklı olmaları beklenir; geniş biçimde sürekli ve uzun vadede etkileme olgusu olağanüstü bir güç oluşturur; bu güç ancak yayıncılık sorumluluğunu özümsemiş kişilere emanet edilebilir; ister kamu kurumu ister ticarî bir kuruluş olsun, salt kâr amacı güdülerek yayıncılık yapılamaz (Dinçmen, 2007: 136; Özdemir, 2008: 130).

Ancak 1990'lı yıllarda birbiri ardına açılan özel radyolarla radyo sahibinin benimsediği ideolojinin propagandası ve daha fazla reklam geliri elde etme adına bu anlayış terk edilmiştir. RTÜK'ün biçimsel denetimine karşı, özel radyolar farklı çıkış yolları bulmuşlardır. TRT ise bu çok rakipli piyasada birikimi ve sahip olduğu altyapı sayesinde rekabet etmeyi başarmış, farklı bir yayın formatıyla TRT-FM'i devrede tutmuştur. 1998 yılında yapılan "Radyo Televizyon Yayınları İzlenme Durumu Kamuoyu Araştırması"na göre başı TRT-FM (% 19.6) çekmektedir. İkinci sırayı ise % 12.4'lük bir oranla özel yerel radyolar almıştır (Mete, 1999: 21). Burada TRT'nin radyoculuk alanındaki etkisi, altyapı avantajları, TRT-FM ile karma yayın anlayışını benimsemesi ana etmenler olarak görülebilir. Bunun dışında özel yerel radyoların kısa sürede toplumsal yaşamda edindiği yeri göstermesi açısından bu oranlar önemlidir.

Bir yandan görüntü ve sesi aynı anda ileten televizyonun yeni platformlarda giderek yaygınlaşması, bir yandan da yüzlerce rakip radyo istasyonuyla mücadele edebilmek

için bu dönemde radyoların yayın anlayışlarını değiştirdikleri görülür. Amerika'daki gibi radyolar hedef kitlelerini küçültüp farklı zevklerdeki dinleyicilere uygun parçalara bölünmüş bir programcılığa yönelmişlerdir. Bir nevi ihtisas radyosu kimliğindeki bu yayıncılık anlayışı, TRT'nin küçük çaplı denemeleri haricinde, Türkiye'de özel radyolarla yerleşmiştir (Eryılmaz, 2005: 96-97). Dinleyici kitlesine göre ağırlıklı olarak müzik yayını yapan radyoların yanında az da olsa haber yayıncılığı yapan, dinî konuların işlendiği radyolar, spor radyoları, ekonomi radyoları ortaya çıkmıştır. Diğer taraftan radyonun müzik kutusuna dönüştüğü yönünde görüşler de ortaya çıkmıştır. Yapılan araştırmaların sonuçları bu görüşü destekler niteliktedir.[19] Vivian'a göre bu durum radyonun ortaya çıkışından itibaren kendini ekonominin özel sektör alanı olarak tanımlamasına ve bilgi ile eğitimden çok eğlencenin ön plana çıkmasına neden olmuştur (Vivian, 1999: 172).

Özel teşebbüs radyolar için temel amaç daha çok dinleyiciye ulaşabilmek, bu doğrultuda daha çok reklam alabilmek ve dolaylı yoldan da ideolojinin aktarımını sağlamaktır. İ. Kutluk'un aktarımıyla Todd Storz[20], 1947'de Top 40 üzerine yazdığı bir makalede dinlenilen bir radyo olmak için belli başlı ilkelere uyulması gerektiğini sıralamıştır:

1. Dinleyici favori parçasını tekrar tekrar dinlemek ister.
2. Program hazırlanışı ve akışı halkın beğenisine göre düzenlenmelidir. Halk aniden Çin müziği dinleme gibi bir eğilim gösterirse buna uyulmalıdır.
3. DJ halkı temsil etmez. Çünkü hem düşünsel anlamda he de ekonomik açıdan halkın düzeyinden daha yukarıdadır. Bu yüzden DJ'in tercihi tehlikeli olabilir (Bocock, 1997: 65).

T. Storz'un belirttiği ilkeler doğrultusunda radyolar belirli bir müzik tarzı belirleyip yayın formatlarını o doğrultuda düzenlemişlerdir. Bu anlayış kısa zamanda yerleşmiş ve başta popüler müzik tarzları olmak üzere tasavvuf, arabesk, özgün müzik, sadece halk müziği yayını yaptığını belirten, alt başlıkta da değerlendirilecek olan türkü radyolar da ortaya çıkmıştır. Burada asıl vurgulanması gereken husus âşıklıkların ve geleneksel müziğin yer bulduğu radyoların yerel ölçekte olmasıdır. Özellikle 1990-2000 yılları arasında il radyoları, sistemin henüz net bir şekilde oturmaması, program doldurmak için ellerinde arşiv olmaması, kaset ve CD üzerinden yapılan yayınlardaki telif sorunları gibi nedenlerden dolayı âşıkları ve mahallî sanatçıları sık sık radyoya davet etmişler,

[19] İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin yaptığı araştırmaya göre dinleyicilerin %68.5'i radyoyu müzik dinlemek amacıyla tercih ettiklerini belirtmişlerdir (Radyo 2000: 268).
[20] Konuyla ilgili olarak bkz. Fatherley R. W. and D. T. Farland , 2013.

hatta âşıklara program hazırlama ve sunma görevi de vermişlerdir. Bu tablo 2000'li yıllarla birlikte değişmeye başlamış, mikrofon yine profesyonellere bırakılmış, canlı halk müziği yayınları azalmaya başlamış, yayınlar bilgisayar üzerinden eserlerin tıklanmasıyla gerçekleştirilmiştir. Bu durumu sağlayan etmenlerden biri de MESAM ve MÜYAP gibi meslek birliklerinin telif hakları anlayışının yerleşmesi için il ve ilçe radyoları için cüzi oranlarda lisanslama ücreti belirlemeleridir.

1990'lı yıllarda özel radyo furyası başladığında Türkiye'de ulusal, bölgesel, yerel düzeyde yayın yapan radyo istasyonu 1500'e yaklaşmışken, zamanla bu sayıda düşüş olduğu gözlemlenmektedir. 2011'e gelindiğinde istasyon sayısı 1058'e inmiştir. Bu durum 1990 öncesiyle karşılaştırıldığında yayın süresi açısından son derece üst düzeyde fırsat sağlamıştır. Artık büyükşehirlere yerleşen, kayıtlı müzik sektöründeki işleyişe hâkim olan, radyo ve televizyondan usta âşıkları dinleyerek kendilerini geliştiren âşıkların seslerini radyodan duyurabilmeleri için de bir fırsat sağlamıştır. 1990'lı yıllarda bu fırsatı değerlendirerek Ankara'da yerel seviyede yayın yapan radyolarda programlar gözlenmiştir. M. Özarslan'ın incelediği "Âşıklar Saati, Âşıktan Âşıklara, Âşıkların Gönül Sohbeti Duyguların Dili" gibi programlarda nadiren icra töresine uygun örnekler sergilenmiş[21]; ağırlıklı olarak telefon bağlantıları, dinleyici istekleri, gelenekte öne çıkan eserlerin seslendirilmesiyle programlar doldurulmuştur. Yaklaşık yirmi yılı geçkin bir süredir yerel medyada âşıklık geleneğini temsil eden ve medya profesyonelleri arasında sayılabilecek olan son dönem âşıklardan Mustafa Aydın, Metin Özarslan (2001) ile yaptığı görüşmede âşıkların medya bağlamındaki faaliyetlerinin de artık gelenekte yer aldığını ifade etmektedir. Bir noktada geleneğin kendini yenileme, değişime açıklığı gibi özelliklerine vurgu yapmaktadır:

> *Âşıkların radyo ve televizyonlarda program yapması geleneğin içinde yer alıyor. Geleneğin tamamen yaşatılması için bir çabadır bu ve bunun yanı sıra âşıklık geleneğimizin iletişim araçları ile halka nasıl ulaşacağı, bu bir araç yani… İcabında görsel yayınlarla daha çok yerlere, kitlelere ulaşacağımız inancındayız. Ama radyoda yine de, hiç olmazsa çalışan insanlarımız veya her zaman televizyon izleyemeyen insanlarımız, işte duymak istedikleri şeyleri duyabiliyorlarsa bu da bir hizmet. Âşıklık geleneği bitti diyenler kendisinin yavaş yavaş bittiğini düşünüyor. Onlar bitiyor, kültür bitmiyor. Kültür yerinde saydığı*

[21] Ankara'da yerel seviye FM 104.4 frekansından yayın yapan Arifan Radyo'daki Âşık Kul Nuri'nin "Âşıktan Âşıklara" adlı programın 09.12.1997 tarihindeki bölümü Metin Özarslan tarafından kaydedilmiş ve deşifre edilen metni kitaba (Özarslan, 2001: 313-326) aktarılmıştır. Bu programın benzer tarzdaki diğer âşık programlarından farkı, dinleyici kitlesi arasında halkbilimi araştırmacılarının da olduğunu bilen âşığın icra töresiyle örtüşen bir yapıda program sunmasıdır.

> *için biter. Yani teknolojiden yararlanarak insanlara hizmet götürmeyi ilke edinirse bir âşık, daha iyi yerlere gelebileceğine inanıyorum. Daha seviyeli olur en azından… Allah mı emretmiş siz sadece klasik bir saz sanatıyla kahvede çalacaksınız. Hiç gelişmeyeceğiz diye bir kaide yoktur. Ben buna katılmıyorum, bu tabuyu yıkanlardan biri de benim (Özarslan, 2001: 300-301).*

Geleneğin doğal icra bağlamından yapay bağlama aktarılması, sorunları da beraberinde getirmiştir. Âşıklar, kahvehanede aşina oldukları bir dinleyici kitlesine, belirli bir icra töresi içerisinde gösterimi aktarmaktaki doğallığı kitle iletişim araçlarında gösterememişlerdir. Dinleyici kitlesinin homojenden heterojen yapıya dönüşmesi, stüdyo ortamındaki aksaklıklar gösterimi de etkilemiştir. Âşık Mustafa Aydın, bu aksaklıkları kısmen de olsa giderebilmek, dinleyici kitlesinden aldığı dönüte göre programı yürütmek istemiştir. Aslında radyo profesyonellerinden de etkilenerek programlarında telefon bağlantısına yer vererek dinleyici "istek"lerine göre programı yönlendirmek istemiştir:

> *...Son olarak 1994'ten beri Ankara'da ve son iki yıldır yapımcılığını yapıyorum. 'Âşıkların Gönül Sohbeti Duyguların Dili' şu anda gireceğim program. Tamamen irticalen, yani gelen canlı telefona cevap vererek onları dinleyerek arzularını o an yerine getiriyoruz. Yani bugün günümüz âşıklık geleneğine yenilik, katkı yani âşığın ruhunu diriltmek demektir bence. Çünkü âşıklar irtical evvelden hazırlıksız yakalayıp hani vatandaşa anında cevap verelim diye yapmak zorunda, bunun için de yetenekli olmak lazım (Özarslan, 2001:311).*

Aslında sözlü kültür ortamındaki benzer bir iletişim şekli, radyonun ortaya çıkmasından beri arzulanan bir durumdu. Önce okuyucu mektuplarıyla başlayan bu süreç, daha sonra faks metinlerine ve telefon bağlantılarına dönüşmüş, elektronik postalarla, kısa mesajlarla, sosyal ağ mesajlarıyla medyacıların dinleyici kitlesine yakınlık kurma arayışları devam etmiştir. B. Brecht daha radyonun kurumsallaşma döneminde insanlarla arasında kurabileceği bağa dikkat çekmiştir. Ona göre "Radyo bir iletim aracı olmaktan çıkıp iletişim aracı hâline gelmeli. Eğer sadece mesaj göndermeye değil, konuşmalarına imkân verseydi ve onları birbirinden yalıtmak yerine ilişkiye sokabilseydi; radyo, kamusal hayatta hayal edilebilir en harika bağı oluşturabilirdi insanlar arasında. Ancak teknolojik gelişmelerin beraberinde getirdiği doğal imkân yok. Buna karşılık eğer bir uygulanabilseler, başka bir diğerinin biçimlenip yeşermesine yardım edebilirler" (Alankuş, 2005: 36). Günümüz âşıkları da kahvehanedeki iletişime yakın bir iletişim ortamı sağlayabilmek için bu arayışları denemişlerdir. Ancak geleneğin temel dinamiklerinden olan doğaçlama söylemeyi radyo ortamına aktaramamışlardır. Tarzı, türü farklı parçalar veya âşığın aşina olmadığı bir yöreye ait

türkü, başka bir âşığa ait bir eser istendiğinde, bu istediği yerine getiremedikleri görülmüştür. Bu istekleri eğer ellerinde varsa kayıtlardan çalmışlardır. Dolayısıyla bu tip programların çoğunda âşıklar, radyonun profesyonelleri gibi davranmışlar, yeni bir yaratım icrasından ziyade daha önce hazırladıkları metni ve kayıtları aktarmışlardır (Özarslan, 2001: 311-312).

Âşıklar özel radyolar aracılığıyla geniş kitlelere olmasa da yerel ölçekte, geleneksel yapıyla yetişen, memleket özlemi çeken dinleyici kitlesine seslerini duyurmuşlardır. Aynı zamanda radyo bağlamında tanınmaları açılış, festival, şenlik gibi günümüz yerel kültürel ekonomik alanlarda yer almaları için bir araç olmuştur. 2000'li yıllardan sonra ise âşıkların yaptığı programlar azalmış, radyo geleneksel müzik yine radyonun profesyonellerine kalmıştır. Onlar ise ancak âşıkların popülerleşmiş ezgilerine ve halk türkülerine yer vererek programlarını doldurmaktadırlar. Bu tip yayınlar ise daha çok "türkü radyo" olarak adlandırılan, yayın içeriği ağırlıklı olarak halk müziği ezgileriyle şekillenen radyolardır. Bunun yanında arabesk, özgün müzik veya "Sincan sound"[22] olarak tabir edilebilecek, Orta Anadolu kırık havalarının ritmi üzerine yeni, güncel, argo sözler yazılmasıyla ortaya çıkan parçalar çalan radyolar da halk müziği yayını yaptıklarını belirtmektedirler.

1.5.1. Türkü Radyosu Kavramı

1990'lı yıllarla birlikte radyo-televizyon alanında yasal düzlemin hazır olmamasına rağmen özel teşebbüs radyolar peş peşe yayın hayatına başlamıştır. Bu radyolar Amerikanvarî bir yayın formatı izleyerek müziğin ön planda tutulduğu, belirli hedef kitlesine göre yayın akışının düzenlendiği tarzdadır. Yayın formatına göre de sınıflandırılmaktadır. Sistemlerini düzenleyerek günümüze kadar ulaşan radyolardan bir bölümü, kendilerini bu şekilde tanımlamasalar da "türkü radyo" olarak adlandırılabilir. Türkü radyo, yayın içeriğini geleneksel müzik belleğinden yararlanarak oluşturan, çoğu yerel ölçekte, az sayıda ulusal ölçekte yayın yapan radyolardır.

"Türkü radyo" kavramı müzik alanında yapılan araştırmalara konu olmuş, farklı bakış açılarıyla tespit edilen sorunlar irdelenmiştir. Bu çalışmalardan ilkinde (Varlı, 2006) benzer tarzda radyoların Türk halk müziğine etkilerini değerlendirilmiş, ikincisinde ise

[22] Bu tabir Nebi Özdemir'e aittir.

(Çetinkök, 2009) "türkü radyo" kavramı "uyanış kuramı" doğrultusunda açıklanmıştır. Ancak bu kuram doğrultusunda bitmiş bir geleneğin tekrar canlandırılması olarak düşünüldüğünde türkü radyolar bu anlayışa uymamaktadır. Türk halk müziği geleneği farklı bağlamlarda Cumhuriyet döneminde de canlığını sürdürmüştür. 1990'lı yılların medya atmosferi içerisinde etnisiteye, mezhebe veya ideolojiye göre yayın yapan radyolar zaten türküden, deyişten ziyade popüler ideolojik parçalarla yayınlarını doldurmaktadır. Bir eserde bağlama kullanılıyor olması onun türkü veya halk müziği olmasını sağlamaz. Bu sadece gelenekten yararlanmaya işarettir.

Genel çizgide türkü yayını, geleneksel müzik yayını, halk müziği yayını yapılıyormuş gibi bir algı oluşsa da türkü radyoların yayınlarının çoğu özgün müzik, protest müzik gibi gelenekten beslenen yeni arayışlarla ortaya çıkmış popüler kültür ürünleridir. TRT de 2009'da "TRT-Türkü" adıyla yeni bir radyo açarak bu kulvara girmiştir. TRT-Türkü'nün yayınları tecrübesinden, arşivinden, disiplininden, kamusal yayın anlayışından dolayı özel türkü radyolara göre büyük farklılıklar göstermekte, halk müziği içerikli yayın anlayışının dışına çıkmamaktadır.

Kasım 2014 itibariyle Türkiye genelinde yayın yapan radyolardan türkü radyo olarak konumlandırılanların başlıcaları şunlardır: TRT-Türkü, Radyo 7 Türkü, Cem Radyo, Yön Radyo, Vizyon Türk, Medya FM, Radyo Ekin, Karadeniz FM (bölgesel), Radyo Seymen. Bu radyolar hedef kitlelerine göre içeriklerini belirlemektedirler. Alevî-Bektaşî kesime göre yayın yapan Cem Radyo'da daha çok Bektaşî deyişleri yer alırken, ideolojiyi ön plana çıkaran Yön Radyo'da özgün müzik daha ağır basmaktadır. "Türkiye'yi Oynatan Radyo/Oynamayan Kalmasın" gibi sloganlarla yayın yapan Radyo Seymen ise sürekli ritmi yüksek kırık havalarla yayın içeriğini doldurmaktadır. Genellikle Orta Anadolu ana müzik kalıplarının üzerine güncel ve argo sözlerin yazılmasıyla oluşturulan yeni içerikler sunulmaktadır. Bu alanda Radyo 7 Türkü, TRT'nin çizgisinde gitmekle birlikte, başlıkla uyumlu içerikler bir asra yaklaşan birikim ve tecrübenin katkısıyla TRT-Türkü'de görülmektedir. Bu kanal 2009'da açılışından itibaren özel bir dinleyici kitlesi edinmiştir. Edindiği bu kitleyle istekler, mesajlar, küçük çaplı bilgi yarışmalarıyla sürekli iletişim hâlinde olmaya çalışmaktadır.

Programın Adı	Başlangıç Saati
Uyan Türkiye	07:30
Müzik	09:00
Dostane - Aynur Karabaş	10:00
Hakan Göze ile Düşlerde Yaşayanlar	12:00
Muzik	12:15
Haber	13:00
Özgür Çocuk	13:30
Bülent'in Mikrofonu - Bülent Çoban	15:00
Arif Kızılyalın'la Spor Saati	16:00
Türkü Harmanı - Yeliz Altınsoy	17:00
Ana Haber	18:30
Türkü Bahçesi - Ali Abbas Aslantürk	20:00
Seyir Defteri - Arslan Güven	22:00
Hakan Göze ile Düşlerde Yaşayanlar (T)	00:00

Tablo 1: Cem Radyo'nun 12.12.2014 tarihli yayın akışı[23]

Radyo araştırmaları incelendiğinde ülke genelinde yayın yapan Seymen ve bölgesel radyo Karadeniz FM'in listeye girebildiği görülmektedir. Dinleme oranlarında uzun yıllardır ilk sıraları Kral FM ve TRT-FM almaktadır[24]. Karma yayın anlayışı yapan TRT-FM, içeriklerinde türkülere de fazlasıyla yer vermektedir. İlk açıldığı dönemlerden beri altyapı ağını iyi kullanarak özel bir dinleyici kitlesi oluşturmuştur. Daha çok arabesk müziğin güncel versiyonlarıyla içeriğini dolduran Kral FM'in radyoculuk alanındaki bu başarısı farklı disiplinlerin bakış açılarıyla araştırılmayı beklemektedir.

Tekrar, Nielsen'in hane bazlı ölçüm sonuçlarına bakıldığında; Karadeniz FM (bölgesel), Medya FM (bölgesel) gibi yöre ve etnisite vurgusuyla oluşturulan içerikler ve Can Radyo Kayseri (yerel) gibi daha çok Radyo Seymen'in formatını yerelde uygulayan radyolar görülmektedir[25]. Her ne kadar yerel radyolar, reklam aldıkları firmaların da etkisiyle, yerel ölçekte olsalar da yeni medyalarla her yerden dinlenilebilmektedir. Radyoların yayınları kendi internet siteleri, radyo dinleme siteleri, cep telefonu uygulamalarından takip edilebilmektedir. Bu durum yerelin küresele taşınmasında dikkat çekici bir örnektir. Basılı içeriklerin CD ve internet dönemiyle birlikte ekonomik faaliyet olmaktan çıkmasıyla âşıkların ve mahallî sanatçıların seslerini duyurabilmeleri için yerel radyolar bir fırsat olmuştur.

Küreselleşme "kamusal zamanın her geçen gün mekân boyunca daha türdeş ve evrensel" (Harvey, 1996: 300) olma durumudur. Dünyada var olan her varlık, düşünce,

[23] http://www.cemradyo.com/yayinakisi.asp (E.T.: 12.12.2014)
[24] Hane bazlı radyo ölçüm sonuçları için bkz. uryad.org.tr
[25] Kasım 2014'te yapılan taramalarda tespit edilen radyo listesi için bkz. Ek-5.

kavram zıddıyla birlikte ortaya çıkmıştır. Küreselleşme de yerelleşme kavramıyla bir arada düşünülmeye başlanmıştır. Yerelleşme, "evrensel kılınana karşı özgül deneyimlerin/kimliklerin bir karşı koyuşu" olarak da düşünülmektedir. "Küreselleşme orada, uzak diyarlarda olanı yakına ve tanıdık hâle getiren bir süreç ise, yerelleşme burada, hemen yanımızda olanın gün yüzüne çıkmasıdır" (Timisi-Nalçaoğlu: 2005: 64). Küreselleşmeye paralel giden bir süreç olan yerelleşme, hem küreselleşmenin dinamiklerinin bir sonucu hem de ona karşı bir dirençtir (Timisi-Nalçaoğlu: 2005: 64-66). Bu direnç küreselleşmenin dayattığı tektürleşmeye karşı daha çok etnik, dinî, kültürel kimlikler, ekonomik sınıflar üzerinden kültürel kimliklerin ifadesinde kendini bulmuştur.

N. Timisi-Nalçaoğlu (2005: 79-83) bir kültür endüstrisi aracı olan radyoyu birçok boyutuyla yerel olarak değerlendirmektedir. Medyada küreselleşmenin koşulları küresel içerik, küresel alımlama, küresel mülkiyet sahipliği, küresel pazar olarak sıralanabilir. Televizyonda üretimde maliyetin yüksek oranda olması, şirketleri küresel düzleme çekmektedir. Yayın akışını doldurmak için veya ideolojik nedenlerle çok sayıda yabancı yayın alınmaktadır. Radyoda ise üretim maliyeti düşüktür. Ayrıca reklam girdisinden dolayı ürünlerin pazardaki payı düşüktür. Televizyon ve sinemadaki Amerikan kültür ürünlerinin radyodaki yer alışı kısıtlıdır. Bu anlamda radyodaki küreselleşme içerikten ziyade şirketlerde ve tekelleşmede görülmektedir. Pazar yönelimli küresel ekonomi şirketleri yine ucuz maliyetli, kitle eğilimli müziğe ve dinleyici katılımlı programlara yöneltmektedir. Küresel endüstrinin bir parçası olan radyoda, küresellik işletmede görülürken içerik yerel kalmaktadır. Aynı şekilde internet yayıncılığı gibi teknolojik gelişmelerle radyo küresel görünse de, reklam gelirleri, dinleyici ile olan ilişkiler, üretim koşulları, ürün boyutunda yerel bir iletişim aracıdır.

1.6. RADYO DERGİLERİNDE GELENEKSEL MÜZİK

1941 sonlarından itibaren her ayın on beşinde çıkarılmaya başlanan "Radyo" dergisiyle yazılı ve işitsel medya organları arasındaki bağ güçlendirilmeye, birbirinden faydalandırılmaya, tecrübe paylaşımı ve birliktelikle ileride ortaya çıkacak medya şirketlerine öncülük edilmeye başlanılmıştır. Bu alanda ilk derginin Matbuat Umum Müdürlüğüne bağlı olarak çıkarılması her ne kadar resmî bir havanın olmasını sağlamışsa da bu durum daha sonraki dergilere rehberlik etmesine engel teşkil

etmemiştir. “Kısa süre içinde yazılı medya alanında, tıpkı daha sonra ortaya çıkan televizyon gibi, radyo yayınları ile ilgili radyo dergileri ve sayfaları yayımlanmıştır. Bu tür yayınlar, radyo ve televizyonu yaygınlaştırırken, yazılı medyanın toplumsal konum kaybını önlemiştir. Örneğin magazin gazeteciliği önce radyo, daha sonra da televizyonun etkisiyle yeni alanlar ve unsurlarla zenginleşerek gelişmesini sürdürmüştür” (Özdemir, 2008: 132). “Radyo” dergisinden esinlenerek ilerleyen yıllarda “Radyo Haftası, Radyodan Seçmeler, Radyo Köşesi, TRT Radyoları Program Dergisi, Resimli Radyo Dünyası, Radyo Televizyon Elektronik Dergisi, Radyo Dünyası, Radyo Vizyon, Radyonun Sesi, Ses, TRT Radyo-Televizyon, Yeni Radyo Sezon Dergisi, Radyo Kültür Yayınları Dergisi, Radyo Magazin, Bir Dünya Müzik…” gibi dergiler çıkarılmıştır.

“Radyo” mecmuasının öncelikli yayın amacı olarak radyo teknik bilgisinden bahsederek radyonun yurt çapında yaygınlaşmasını sağlamak, ayrıca yayın içerikleri ve haftalık programlar, radyo sanatçıları hakkında bilgi vermek yayın amaçlarındandır. Bunun dışında modern bir toplum tesis etmek için gerçekleştirilen devrimler, toplumsal hizmetler, hükümetlerin faaliyetleri, moda, giyim, eğitim faaliyetleri ve güncel yaşam gibi konulardan “Radyo” dergisinin genel içerikleri oluşturulmuştur. Radyo sanatçılarının günlük yaşamlarından kesitlerle Türkiye’de medya magazinciliğinin öncülüğü bu dergiyle yapılmıştır. 1940’lı yılarda zengin içerikle hazırlanan “Radyo” mecmuaları, 1950’li yıllarda basılı radyo magazinciliğini özel yayıncılığa bırakmıştır. Dergi, özellikle II. Dünya Savaşında sosyal psikoloji adına etkin bir şekilde kullanılmıştır. Asker fotoğrafları, tatbikatlar, silahlarla, hem topluma hem de neredeyse dört yıl süren askerlik görevini yerine getiren gençlere dönük motivasyon hedeflenmiştir. Benzer bir yayın anlayışı sonraki dönemde özel dergilerle Kore Savaşı doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Bunun dışında radyo teknolojisi konusunda bilgilendirme, radyo reklamları, radyo sanatçılarının etkinlikleri, sesiyle yurt çapında tanınmış, yıldızlaşmış sanatçının evdeki hâli, günlük yaşamından kesitler gibi dönemin magazin haberleri, yazılı medya, görsel medya ve işitsel medya birlikteliğine örnek olacak şekilde sinema haberleri Radyo mecmuasıyla yerleşen bir tarzda dönemin radyo basınında yer bulmuştur. Radyo sanatçısı Cemil Cankat aynı zamanda filmlerde de rol almıştır. Film setinden alınan fotoğraflarla yapılan haber şu şekildedir:

☆ Cemil Cankat Köroğlu filminde. Alt-ta: Kendisi gibi sahne artisti olan karı-sını yine Köroğlu filminde aldığı bir rolde görüyorsunuz...
(Foto - R. Radyo Dünyası)

Görsel 15: Resimli Radyo Dünyasında Cemil Cankat ve oynadığı "Köroğlu" filmi ile ilgili bir haber (Resimli Radyo Dünyası, 1951: 9).

1950'li yılların dergileri tarandığında gelenksel müzik alanında Şemsi Yastıman ve Zehra Bilir'in popülerleştiği görülmektedir. Dergilerde bu isimlerle ilgili sık sık haber yapılmakta, hatta kapak resimleri geleneğin temsilcilerine ayrılmaktadır.

★ Radyo-Magazin objektifi ile tesbit ettiği muhtelif enstantaneler

Görsel 16: Radyo Magazin Dergisinin 22. sayısında Şemsi Yastıman'ın günlük yaşamından fotoğraflarla anıları, saz çalmaya başlaması, eserlerinden örnekler işlenmiştir (Radyo Magazin, 1951: 7-10).

Türk sazını yapılırken gördüm!

O gün, bunaltıcı bir sıcak vardı. Beşiktaştan geçerken Şemsi Yastımana uğramış tım. Onun dükkânı bir hayli serindir. Ca ketinj çıkarmış, divan sazını eline almış, yanık bir Anadolu türküsü söylüyordu. Beni görünce sazı elinden bırakacakmış gibi bir hareket yaptı. Elimle, devam etmesini işaret ettim.

Temiz Anadolunun burcu burcu toprak kokan bu türküsünü nasıl yarıda bıraktırırdım.

Kar mı yağmış karşı dağın başına
Yeni girdim onüç ondört yaşına
Kahpe felek düşmüş benim peşime
Bırakmadı ben de murad alayım

Türküsünü bitirir bitirmez yerinden kalktı:

— Hoş geldin ağa, dedi, safalar getirdin.

— Hoş bulduk. Ne o, canın mı sıkıldı?..

— Ne yaparsın! Yalnızlık!..

— Yalnız kaldığın zamanlar türkü mü çağırırsın?..

— Sılayı hatırladığım zaman. Biz gurbette sayılırız. Anamızdan babamızdan uzaktayız. Hele bir yol aşağı inelim de, yarım bir saz kaldı, onu tamamlıyayım. Hem sen de atölyeyi görürsün..

Dar merdivenlerden aşağı beraber ce indik. Şemsi Yastıman, sapını ye ni taktığı bir bağlamayı rendelemeğe başladı. Biraz sonra da cilâsını vurdu:

— Tellerini, yukarıda takarız, dedi. Hele püskülünü de konduralım da...

Ben atölyede kaldım. O sazı alıp yukarı çıktı. Aşağıda neler yok ki... Yeni doğramacıdan gelmiş dut ağaçları, çam saplıklar, bunları saza çevirmek için türlü âletler. Atölye âdetâ bir ev. İçinde; mutfağından tutun da tuvaletine kadar her şey var.

Şemsi Yastıman gelinceye kadar, ben de âletleri karıştırdım. Biraz sonra Şemsi, bir türkü mırıldanarak merdivenlerden aşağı indi.

Fırattan seslenme aşkın ruhbanı
Yoluna fedadır başiyle canı
Gezdiğim İstanbul Erzurum Vanı
Bunlardan güzelsin şirinsin Pertek

Aşağıya inince beni yeni yapılmağa başlanan bir sazı tedkik ederken görüp:

— Ne o, dedi, sen de mi sazcı olacaksın?

— Yooo; söyle bir bakayım dedim.

— Dur, ben sana izah edeyim. Sazın göğüs dediğimiz kısmı, çamdan yapılır. Yanına da dut eklenir. Bunlar, o kadar iyi alıştırılır ki, âdetâ ikisi aynı tahta gibi gözükür. Karın kısmı duttan yapılır. Tabii, sazın içi boşcur. Eğer isterse, usta göğüsü sedeflerle süsler.

Sap, çamdan yapılır ki, sıcaktan soğuktan müteessir olmasın diye... Bütün bunlar bittikten sonra, cilası vurulur. Düzenini yukarıda ben yaparım...

Eeee; yeter bu kadar izahat... Sonra zanaatını öğrenirsin. Haydi yukarı çıkalım...

Şemsi Yastıman o gün bana bir hayli türkü söyledi. Her seferinde:

— Söyle kardeşim, hangisini arzularsan onu okuyayım. Bak bu türkü nasıl?..

24

25

Görsel 17: Şemsi Yastıman ile ilgili bir başka haber. Radyo Haftası dergisinin 213. sayısında kendi atölyesindeki saz imalatı konu edilmiştir (Radyo Haftası, 1954: 24-25).

Sonuç olarak radyo, 1940'lardan sonra âşıklık geleneğini dönüştüren temel dış dinamiklerden biri olmuştur. Radyonun şekil, içerik, icra töresi, işlev gibi alanlarda gelenek üzerine etkileri görülmektedir. Öncelikle âşığın görevlerinden biri olan bilgi verme, haber verme radyonun eline geçmiştir. Radyo güvenilir bir haber alma aracı hâline gelmiştir. Haber verme işlevini radyoya devreden âşık da bu haber alma aracından yararlanmıştır. "1940'lara kadar yerel bellek ve gündemle yetinen âşıklar, ulusal ve uluslararası olay ve kişilerle ilgili deyişler de söylemeye başlamışlardır" (Özdemir, 2008: 104). İcra edilen türlerin bir kısmı medya endüstrileri bağlamında terk edilmiş, daha çok serbest deyişmeler söylenir olmuştur. Gelenekteki en uzun şiir mahsullerinden olan destanlar[26] kısalmış ve türküleşmeye başlamıştır. Gönülsüz bir şekilde gerçekleştirilen işlev devri sonrasında âşığın da radyodan beslenmesi ve işlediği konuları genişletmesi durumu ortaya çıkmıştır. Bir diğer etki "kültürel yaratım, aktarım ve tüketim eylemlerindeki eşzamanlılığın ortadan kalkmasıyla" (Özdemir, 2008: 140) görülmektedir. Sözlü kültür ortamında gerçekleşen yüz yüze, doğal iletişimdeki ürünler, araya elektronik araçların girmesiyle, Ö. Çobanoğlu'nun (2000) tabiri ile

[26] Âşıklık geleneğinin en uzun mahsullerinden olan destanlar, "Âşık Tarzı Kültür Geleneği ve Destan Türü" adlı çalışmada bağlamsal yöntemle sözlü, yazılı, elektronik kültür ortamlarına göre ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Bkz. Çobanoğlu, 2000a.

paketlenmiş ürünlere (mediated performance) dönüşmüştür. Âşıklık geleneğinde verilen ayağa göre hazırlıksız şiir söyleme (doğaçlama) yerine yeni bağlamlarda önceden hazırlanmış deyişlerin sunulması ortaya çıkmıştır. Yeni bağlamda âşığın icazeti, ustalığı, bir nevi kutsanması olan rüya motifine/ rüyada bade içmeye[27] gerek kalmamış, bunun yerine prestij, plak-kaset doldurmada ve radyoya çıkmada aranmıştır. Ayrıca rüyada görülen sevgiliyi aramak için "gurbete çıkma", yerel kültürel ekonomik faaliyetlerin yetersizliğinde kent merkezli kültürel ekonomik faaliyetlere katılmak amacıyla gerçekleşir hâle gelmiştir.

Radyo ile âşıklık geleneği ilişkisinin bir diğer sonucu da yerel kültürel belleğin ulusala taşınmasıdır. Mahallî âşık havası taşıyan ezgiler radyo yoluyla ve çoğu kez hiçbir ekonomik külfete girilmeksizin yurdun dört bir yanında yaygınlaşmıştır (Özarslan, 2001: 299). Aynı zamanda dinleyici-takipçi kitlenin de hemşehrilikten çıkarak yerel boyuttan ulusal boyutta bir profile geçtiği görülür. Ancak bu durum gelenekteki çeşitlenmeyi de engellemiştir. Ezgi, ağız, çalış gibi konularda öne çıkan ustalar benimsenmiş; onların kayıtları veya eser notaları genç kuşak gelenek takipçilerine rehberlik etmiştir. Bu durum bir yandan da 'radyo tavrı'nı ortaya çıkarmış, folklorun doğasına ters bir şekilde eserler dondurulmuş, kalıba sokulmuş ürünler hâline gelmiştir. Diğer taraftan âşıklık geleneği ürünlerinin farklı müzik akımlarının içinde değerlendirilerek yeni çeşitlenmeleri sağladığı da görülmektedir. "Ancak bu çeşitlenme epikten liriğe doğrudur" (Özdemir, 2013: 703).

Toplumsal hayata "yeni" sıfatıyla girenler eskinin üzerine inşa edilir. N. Özdemir "Yeninin abartılarak etkinleştirilmesinde ve yaşamın yeni temelinde, yeniden kurgulanmasında eskiye ihtiyaç vardır" (2008: 141) der. Âşıklık geleneği de bir noktada dışlanmış, medyanın yeni aktörleri âşığın yerini almıştır. Ancak program saatlerin doldurulmasında; halka, halka ait olanı sunmada; daha fazla dinleyici/izleyiciye ulaşmada âşıklardan, mahsullerinden, halk türkülerinden fazlasıyla yararlanılmıştır. Bir ayağı geleneğe basan postmodern yaşam tarzının kodlandığı içinde bulunulan dönemde de bu yararlanmanın artarak devam edeceği öngörülebilir. Artık elektronik kültür ortamı ve araçlarını kullanabilen âşık geleceğe taşınabilmektedir. Gelenek ise dönüşüm süreci içerisinde devamlılığını sağlayabilmektedir.

[27] Âşıklık geleneğinde rüya motifi konusunda ayrıntılı bilgi için bkz. Günay, 1999: 78-153.

İKİNCİ BÖLÜM: SİNEMA

2.1. TÜRKİYE'DE SİNEMANIN GELİŞİM SÜRECİ

Sinema, kitle iletişim araçlarından (mass media) farklı yapısıyla toplumsal hayata ve kültüre etki etmiş; diğer kültürel üretim-aktarım alanlarıyla işbirliği içinde, ama plak-kaset sektöründe olduğu gibi tüketim açısından bağımsız bir kültür endüstrisi olarak gelişmiştir. Sinema, çeşitli yönlerden gelenekten beslenenmiş, medya araçlarından televizyonu içeriklerin yanı sıra, teknik ve işlev paylaşımları ile desteklemiştir. Bu nedenlerle bu kültür endüstrisi de çalışmaya dâhil edilmiştir. Bağımsız bir çalışma alanı olan sinema, sözlü kültürle, edebiyat gelenekleriyle, müzik tarzlarıyla yakından ilgilidir. Müstakil çalışmalarla sinema-folklor, sinema-edebiyat, sinema-giyim, sinema-geleneksel müzik, sinema-âşıklık geleneği gibi konular yeni bakış açılarıyla çalışılmayı beklemektedir. Bu çalışmanın kapsamı gereği sinema-âşıklık geleneği konusu ana hatlarıyla değerlendirilecektir.

19. yüzyılın sonlarına doğru görüntü üzerine yapılan çalışmalar sonuç vermeye başlamış, hemen hemen aynı dönemde ilk hareketli görüntüler kaydedilip yeniden izlenebilmiştir. Sinema tarihi üzerine yapılan çalışmalarda[28] aynı dönemde Almanya ve Amerika'da da hareketli görüntü elde etme çalışmalarının yanında sinematografın icadının 1895'te Fransız Lumiére Kardeşler tarafından gerçekleştirdiği kaydedilmiştir. Kısa bir süre sonra bu icatla Osmanlı şehirlerinden görüntüler alındığından, sarayda bir gösterim yapıldığından bahsedilse de Türkiye'de halka açık ilk sinema gösterimi, daha sonra Pathé firmasının İstanbul temsilcisi olacak olan Sigmund Weinberg tarafından Beyoğlu'nda Sponek Birahanesinde, Luımiére Kardeşlerin çektiği 'Trenin İstasyona Girişi' adlı kayıtla 1896'da gerçekleştirmiştir (Scognamillo, 2014: 15-17). Bu tarihten sonra İstanbul, İzmir gibi büyük şehirlerde çoğunluğunu gayrimüslimlerin işlettiği birçok sinema salonu açılmış, bu salonlarda farklı şehirlerden manzaralar halka sunulmuştur. Türk sinemasının başlangıcı ise 14 Kasım 1914'te ilk Türk filmi olarak kabul edilen "Ayestafanos'ta Bir Rus Abidesinin Yıkılışı" adlı belge eserin çekilmesi olarak kabul edilmektedir. Filmin kayıp olmasından dolayı bu tarihle ilgili kuşkular ortaya çıksa da (Evren, 1984), Kırım Savaşı sonrasında Rusların ulaştıkları en uç noktayı belgelemek amacıyla diktikleri bu anıtın, I. Dünya Savaşı başladığında güç

[28] Bkz. Özön, 1962, 2013; Özgüç, 1993; Onaran, 1994; Kuyucak Esen, 2002; Özuyar, 2008; Coşkun, 2009; Scognamillo, 2014.

gösterisi olarak yıkılmasını belgeleyen bu tarih Türk Sineması için başlangıç kabul edilmiştir. Fuat Uzkınay[29], filme olan merakını S. Weinberg ile çalışarak gidermiş, ondan gerekli teknikî eğitimi almış ve film çalışmalarına başlamış, İstanbul Lisesinde görevliyken savaş başlayınca orduya katılmış, Enver Paşa tarafından orduya bağlı olarak açılan Merkez Ordu Sinema Dairesinde görev yapmıştır. Weinberg'le başladıkları Leblebici Horhor (1916) ve Himmet Ağa'nın İzdivacı (1916-1918) filmlerini tamamlayan Uzkınay, "İzmir Zaferi-İstiklal" adıyla Millî Mücadele yıllarını da belgelendirmiştir (Scognamillo, 2014: 23-25).

Görsel 18: İlk Türk filmi olarak kabul edilen "Ayestefanos'ta Bir Rus Abidesinin Yıkılışı" adlı filme konu olan abidenin yıkılış fotoğrafı.

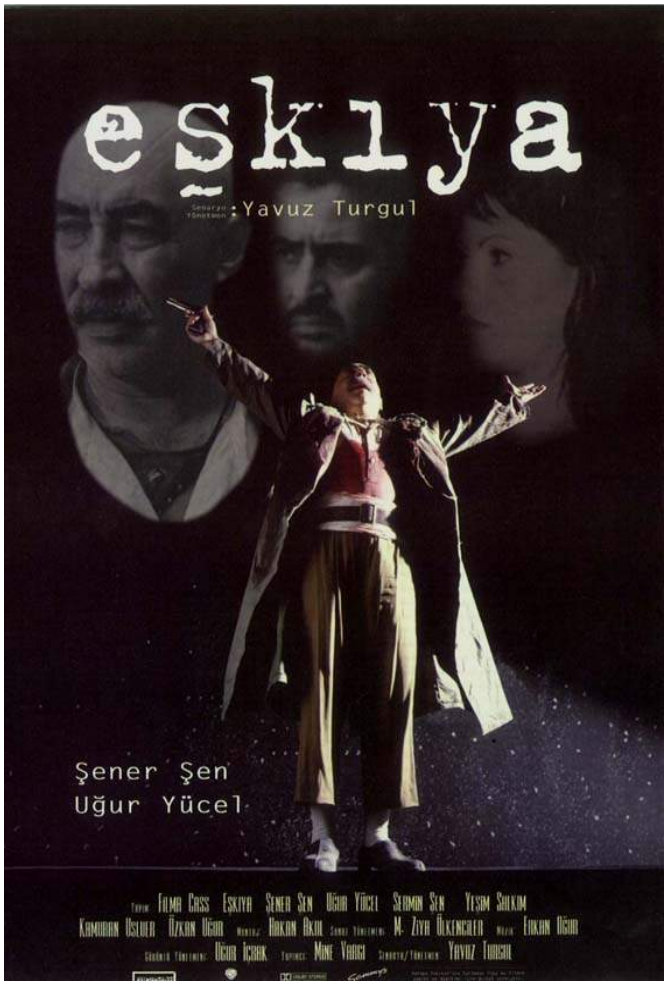
1914'te başlatılan Türk Sineması genel olarak Nijat Özön'ün tasnifine göre dönemlere ayrılarak değerlendirilmektedir (Özön, 2013). Bu tasnife göre:

Başlangıç Yılları (1914-1922)
Tiyatrocular Dönemi (1922-1939)
Geçiş Dönemi (1939-1950)
Sinemacılar Dönemi (1950-1970)
1970'ler Karşıtlıklar Dönemi (1970-1980)

[29] Fuat Uzkınay ile ilgili olarak Bkz. Özön, 1970.

1980 Sonrası Darbe Dönemi (1980-)

Bu tasnife ilaveten günümüz Türk Sinemasının 1980 döneminden çoğu noktada farklılaştığını belirterek 1996'dan itibaren yenileşme dönemine girdiğini belirtmek gerekir. Teknik özellikler dışında geleneksel müzik öğelerinin de ön planda olduğu ve film müziklerinin de piyasaya sürüldüğü "Eşkıya" filmiyle başlayan bu döneme "Yeni Türk Sineması" adı verilebilir.



Görsel 19: "Eşkıya" (1996) filmi afişi.

"Başlangıç Dönemi" sessiz film dönemidir ve teknik açıdan ve sinema sanatı açısından zayıftır. Ordu eliyle yürütülen çalışmaların yanında, "Mürebbiye" gibi roman ve tiyatro kaynaklı, dönemin nabzını tutan ve topluma bilinç aşılamaya çalışan filmler de çekilmiştir. Buna rağmen, filmlerin anlatı yapısının günümüz popüler sinemasının prototipini oluşturduğu görülmektedir (Kuyucak Esen, 2010: 18). Türkiye Cumhuriyetinin kuruluş yıllarına denk gelen bu dönem Muhsin Ertuğrul dönemi diye de

anılır. Ş. Kuyucak Esen (2010)'e göre bu dönemler ilkleriyle ön plana çıkmaktadır. Gayrimüslimler dışında ilk Türk kadın oyuncular Neyyire Neyir ve Bedia Muhavvit 1923'te "Ateşten Gömlek"te rol almışlar, ilk sesli film 1931'de "İstanbul Sokaklarında" adıyla çekilmiştir. Muhsin Ertuğrul tarafından bu dönemin devamında 1953'te ilk renkli film "Halıcı Kız" çekilmiş ve "Bir Millet Uyanıyor"da gerçek savaş görüntüleri kullanılmıştır. "Aysel Bataklı Damın Kızı"yla 1935'te Cahide Sonku starlaşmış ve filmdeki eşarbının reklamlaştırılarak satışa sunulması sinemanın ardıl ürün yaratmasının başlangıcı olmuştur.

1939'da Faruk Kenç'in çektiği "Taş Parçası" filmi ile sinemada Muhsin Ertuğrul dönemi kapanmış; sinema, tiyatro gölgesinden çıkmaya başlamıştır. Ancak II. Dünya Savaşının etkisi, çok partili hayata geçiş süreci, toplumsal ve ekonomik problemler sinemayı da doğrudan etkilemiştir. Bir yandan da gişede Mısır filmlerinin ağırlığı hissedilmiştir. Buna rağmen bir sonraki dönemi yürütecek teknik altyapı bu dönemde hazırlanmış, birçok sinemacı yetişmiştir. Türkiye'de toplumsal dönüşümün yaşandığı bir dönem olan 1950-1970 arası Sinemacılar Dönemi'nde Türk sineması tarihi açısından da başarılı isimler, ortaya önemli yapıtlar koymuşlardır. Ömer Lütfi Akad, Atıf Yılmaz, Metin Erksan gibi yönetmenlerin döneme damga vurduğu görülmektedir. Tiyatro dışında yetişen yönetme ve oyuncularla Türk sineması şekillenmeye başlamıştır. "1961'den itibaren çekilen film sayıları artmaya başlamıştır. 1961'te 115, 1965'te 214 film çekilmiş ve devamında 1972'de 294 yerli film ile rekor kırılmıştır" (Özgüç, 1990: 89-90). Dönemin sosyal atmosferinin de etkisiyle köye, geleneğe, halk kültürüne doğru bir yönelme hissedilmiştir. Ömer Lütfü Akad "Tahir ile Zühre", "Arzu ile Kamber" gibi halk hikâyelerini, "Beyaz Mendil"le köy çevresini, "Gelin", "Düğün" ve "Diyet" (Göç üçlemesi) ile geleneksel yaşamın kente sancılı uyum sürecini irdelemiştir. Metin Erksan da âşık biyografilerinin yanı sıra köy çevresinde çekilen ve halk müziği unsurlarıyla donatılan "Susuz Yaz"la ödüller almıştır. "Yılanların Öcü" (1962) ve "Acı Hayat" (1963) yönetmenin diğer dikkat çeken yapıtlarıdır. Film üretiminin ve salonların arttığı bu dönemde furya filmler de dikkat çekmiştir.

Görsel 20: Metin Erksan'ın yönettiği "Karanlık Dünya" afişi.

Bu yönelişle âşıkların biyografik hikâyeleri, âşıkların tasnif ettiği halk hikâyelerinden, efsane, türkü hikâyesi gibi halk anlatmalarından senaryoya dönüştürülen eserler, halk müziği enstürümanları ve ezgileriyle donatılan, âşık deyişlerinin müzikli ve ya şiir şeklinde söylendiği birçok yapıma rastlanmaktadır. Köroğlu[30] filmlerinin yanında "Karacaoğlan'ın Kara Sevdası", "Karanlık Dünya" gibi biyografik yapımlarda çekilmiştir. B. Rahmi Eyüboğlu'nun senaryosunu yazdığı, Metin Erksan'ın yönettiği "Karanlık Dünya" (1952), Âşık Veysel'in dramatik hayat hikâyesini konu almış biyografik film niteliğindedir. İlerleyen yıllarda âşık biyografisi, halk hikâyesi, efsane, türkü hikâyesi veya başka bir geleneksel unsuru konu alarak çekilen filmlerin sayısı artmış; dolayısıyla bu filmlerin müziklerinde geleneseksel müzik unsurları yerleştirilmiştir. Birgül Aslanoğlu (2004)'nun sinema-folklor ilişkisi üzerine yaptığı

[30] Türk sinemasında Köroğlu filmleri ile ilgili olarak bkz. Özmen, 1998; Acinan, 2011.

yüksek lisans tezinde incelediği filmler bu bahsi aydınlatmaktadır. Bu filmlerin isimleri şu şekilde verilebilir:

"Adak, Ağrı Dağı Efsanesi, Ağrı Dağı'nın Gazabı, Ali Baba ve Kırk Haramiler, Arzu ile Kamber, Âşık Garip, Battal Gazi Geliyor, Battal Gazi, Battal Gazi Destanı, Battal Gazi'nin İntikamı, Battal Gazi'nin Oğlu, Savulun Battal Gazi Geliyor, Berdel, Boş Beşik, Dadaloğlu, Diyet, Düğün, Ezo Gelin, Ferhat ile Şirin, Gelin, Gökçe Çiçek, Gramofon Avrat, Güllü, Güllü Geliyor Güllü, Hacı Bektaş-ı Veli, Hasan Boğuldu, Irmak, İpekçe, Karaca Oğlan, Yeni Karagöz, Karagöz-Mihriban Sultan, Keloğlan, Keloğlan ile Yedi Cüceler, Keloğlan Aramızda, Keloğlan ile Cankız, Ben Bir Garip Keloğlanım, Kerem ile Aslı, Kızılırmak-Karakoyun, Köroğlu, Kuma, Leyla ile Mecnun, Nasrettin Hoca, Pir Sultan Abdal, Selvi Boylum Al Yazmalım, Sultan Gelin, Şahmaran, Şaşkın Ördek, Tahir ile Zühre, Tarkan serisi, Yılanı Öldürseler, Yunus Emre, Züğürt Ağa" (Aslanoğlu, 2004: 34-35).

Sinemadaki bu halka ve geleneğe yöneliş hareketi ve Nuri Sesigüzel, Yıldıray Çınar gibi isimlerin başı çektiği türkülü filmler, video döneminde bazı âşıkların da (Â. Gülabi vb.) kamera karşına geçmesini sağlamıştır. Geleneksel aşk hikâyelerinden esinlenerek hazırlanan senaryoları canlandırmalar yaygınlaşmıştır. Bir yandan da arabesk filmlere benzeyen bu filmler âşığın öne çıkan deyişlerini okuduğu klip paketi konumundadır. Benzer bir durum günümüzde yapımcı-âşık Yener Yılmazoğlu tarafında devam ettirilmektedir. Yılmazoğlu âşıklık geleneğinin son elli yıllık dönüşüm sürecini ve yaşanan sıkıntıları, Reyhanî gibi dönemin âşıklarının tasnif ettiği hikâyeleri bu filmlerde değerlendirmektedir. Vizyona girmeyen bu filmlerin genel izleyici kitlesi yörede yaşayan veya Avrupa'da çalışan hemşeri temelli bir kitledir. "Ozan, Çileli Âşık, Bitmeyen Kin, Hüseyin ile Sanem, Viran Yaylalar, Alın Teri, Âşıklar Denizi, Âşıklar Bir Kere Sever, Gönül Yangını, Acılarla Yaşamak" (Çığlık, 2014: 359) adlı filmler Yılmazoğlu'nun yakın dönemde halk hikâyelerinden esinlenerek yapımcılığını ve başrolünü üstlendiği filmlerdir.

Görsel 21: Yener Yılmazoğlu'nun "Çileli Âşık" adlı filminin görseli (Çığlık, 2014: 363)

Tekrar Türk sinemasının dönemlerine dönüldüğünde Karşıtlıklar Dönemi olarak kabul edilen 1970-1980 arasında seks-güldürü filmleri ile arabesk filmlerin birbiri ardına çekildiği görülmektedir. Bunda yabancı sinemanın taklit edilmesinin yanı sıra izleyicinin televizyonla birlikte eve çekilmesi de etkilidir. 1981'de seks filmleri yasaklanmış, bu dönemden sonra video-kasetlerin etkisi artmış, arabesk filmler ve türkülü filmler birlikte piyasaya sürülmüştür. Krize giren sektör televizyon için film ve dizi üretmeye çalışmış, yeni televizyon kanalları sektör için can simidi olmuştur. "Sinema endüstrisinin zor durumda kaldığı dönemlerde sözlü ve kültürel bellek anlatım dillerini oluşturmada en önemli kaynakları olmuştur" (Acinan, 2011: 28). Diğer yandan sanatsal vurgunun ön planda tutulduğu yapımlarla ödüller dikkat çekmiş, genç kitle hem bu filmlere hem de gişe filmlerine yeniden yönelmiştir.

Yüz yılı geride bırakan Türk sineması, dönemlere göre teknik, konu ve işlev yönünden farklılık göstermektedir. Bu farklılıkların temel noktasında toplumun ekonomik yapısı da başat rol oynayan etmenler arasındadır. Sinemanın ulaştığı kitle, aynı zamanda müşteri pozisyonundadır. Bir noktadan sonra sanatsal kaygıların yanında izleyicin istekleri, izleyici-yapıt bütünleşmesi, izleyicinin tüketime teşviki, modayı destekleme,

yıldız yaratma ve yıldızı kültür endüstrisinin farklı alanlarında kullanma, toplumsal dönüşüme katkı gibi üstü kapalı unsurlar da sinemada kodlanmaktadır. Özellikle 1960 sonrasında sanat alanlarındaki toplumcu gerçekçilik akımının etkisi, göç hareketlikleri, ekonomik faaliyetlerde dönüşüm, çalkantılı siyasî hayat sinemada halka yönelme hareketini başlatmıştır. Bu dönemin eserlerinde halk kültürü unsurları ve geleneksel müzik bilinçli bir şekilde sinemada değerlendirilmiştir.

1980 öncesi çalkantılı gündelik yaşam ve asayiş sorunu, darbe sonrasındaki sıkıyönetimle eve kapanan halk televizyona yönelmiş, sinemanın işlevleri bu yeni medya aracına devrolmuştur. Bir yandan evde sinema keyfi sunan videoların yaygınlaşması ve oluşmaya başlayan kaset kültürü, sinema sektörünü yeni yapımlar üretmeye sevk etse de sektörün krizi aşmak için farklı arayışlara girmesine engel olunamamıştır. Bu arayışların başında erotik filmlere yönelme, ucuz maliyetli uzun metrajlı klip mahiyetinde şarkıcı-türkücü filmleri, geleneksel aşk ve kahramanlık hikayelerinden konuların, efsanelerin, masalların işlendiği halk kültürüne ait unsurların filmleri süslediği yapımlar yer almaktadır. 1990'lı yıllarla birlikte özel televizyon kanalların açılmasıyla televizyon yapımlarına yönelen sektör Dünyanın farklı bölgelerinde dikkat çekecek noktada diziler ortaya çıkarmıştır. Bir yandan da kendi içindeki krizi aşan ve daha sistemli bir yapıya bürünen Türk sinemacılığı 1990'lı yıllarda "Eşkıya" (Turgul, 1996) gibi gişede başarı yakalayan yapımlarla tekrar adından söz ettirmeye başlamıştır. Bu yeniden yapılanma sürecinin ardından 2000'li yıllarda ise ticarî amaçlı yapımların çokluğunun yanında ödüllü filmler de dikkat çekmeye başlamıştır. Bu süreçte kültürel ekonomik işleyiş hızlanmıştır. "1990'ların başında toplam izleyicinin ancak % 5'ini oluşturan yerli film izleyicisi, 2008'de % 60 düzeyine ulaşmıştır" (Gürata, 2010: 133). Salonlardaki gösterim, DVD şeklinde piyasaya sunum, televizyonda yayınlanma arasındaki dolayımlanma süresi giderek kısalmıştır. Bunda teknolojik imkânların gelişmişliği ve korsan yollarla izlenebilmenin etkisiyle bir an önce ardıl gelir elde etme arzusu; ayrıca sektör içi rekabet etkilidir.

2.2. SON DÖNEM TÜRK SINEMASINDA TÜRKÜLERİN KULLANIMI

Sessiz sinema döneminden sonra müzik sinema sanatını bütünleyen unsur hâline gelmiştir. Metin ve görüntüyü tamamlayan müzik, efektlerden, boşlukları dolduran kısa parçalara, fon müziklerinden ana müzik eserlerine kadar farklı tekniklerle filmlere

yerleştirilmektedir[31]. Âşıklık geleneği mahsulleri ve halk türküleri de sinemayı müzik açısından besleyen ana kaynaklardandır.

Yakın dönem Türk filmleri (2011-2015) ana müzik unsurları açısından incelendiğinde geleneksel müzik belleğinden yararlanmanın üst seviyede olduğu göze çarpmaktadır. Vizyona giren filmlerde fon müziği olarak veya ana müzik unsuru olarak türküler yerleştirilmektedir. Genellikle dramatik anlarda hüzün yoğunluğunu sağlama, yöresellik vurgusu, mekân-konu bütünlüğünü sağlama, kahramanı çağrıştırma, nostalji, mizahî hava oluşturma gibi noktalarda geleneksel müzik belleğine başvurulmaktadır. Kültürel bellekte var olan imgelerle kitleyi önce filmi izlemeye teşvik etmek, ardından da seyircide filmin etkisini artırmak film endüstrisinde sıkça başvurulan bir yöntemdir. Bu yoğun kullanımın bir diğer nedeni de her ne kadar ifade edilmese de anonimlikten dolayı telif ücretinden muafiyet ve filmin toplam maliyetini düşürmektir. Ayrıca müzik yapımcıları ellerinde bulundurdukları geleneksel müziğin temsilcilerinin eserlerini mümkün olduğunca müzik endüstrisinin farklı bağlamlarında değerlendirmek istemektedirler ve film şirketleriyle işbirliği içinde hareket etmektedirler. Bu genel değerlendirmeyle birlikte son dönemde öne çıkan filmler ve bu filmlerdeki geleneksel müzik unsurları aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

2011'de vizyona giren "Aşk Tesadüfleri Sever, Ya Sonra, Kaybedenler Kulübü, İncir Reçeli, Eyvah Eyvah 2, Dedemin İnsanları, Entel Köy Efe Köye Karşı, Çalgı Çengi, Bir Zamanlar Anadolu'da, Kâğıt, Behzat Ç.: Seni Kalbime Gömdüm, 72. Koğuş, Çınar Ağacı" gibi filmler vizyonda dikkat çekmiş, bazılarında geleneksel müzik unsurlarına rastlanmıştır. Eyvah Eyvah 2 filminde Çanakkale'de çalgıcıların maceraları işlenmektedir. Bu filmde yöresel müzik unsurları ön plana çıkmaktadır. Klarnet, keman, gitar, davul ve zurna gibi enstrümanlar kullanılarak "Bu Fasulye Yedi Buçuk Lira, Karaçalı, Tekirdağ Karşılaması, Hovarda Zeybeği"; ayrıca hüzünlü bir sahnede klarnet taksimiyle "Çökertme", bir sahnede de enstrüman kullanılmadan "Uçun Kuşlar" türküsünün sözleri yerleştirilmiştir. Filmde müziğin kullanımı hem konusuna hem de filmin geçtiği yörenin kimliğine uygun bir şekilde yerleştirilmeye çalışılmıştır.

[31] Sinema ve müzik ilişkisine benzer bir şekilde geleneksel müziğin dizilerde kullanımı için bkz. Üçüncü Bölüm-Dizi Müziği.

Muğla'da çekilen "Entel Köy Efe Köye Karşı" adlı komedi filminde de mizahî bir hava yakalamak için bağlama, gitar, kaval, kemane, klarnet, vurmalı çalgılarla oyun türkülerinin yanında zeybek havaları kullanılmış; bunu yanında Âşık Veysel'den "Kara Toprak, Güzelliğin On Par'etmez" deyişleri de sazlar eşliğinde seslendirilmiştir. "72. Koğuş" filminde Malatya yöresinden "Bir Ay Doğar İlk Akşamdan Geceden", adlı türküyle birlikte "Alma Attım Yuvarlandı" adlı ninni sözlü olarak seslendirilmiştir. Bir Nuri Bilge Ceylan filmi olan "Bir Zamanlar Anadolu'da" adlı yapımda duygusallığı verebilmek adına Neşet Ertaş'ın sesiyle "Allı Turnam" ve "Zülüf Dökülmüş Yüze" adlı türküler kullanılmıştır.

2012'de ise "Bana Bir Soygun Yaz, Araf, Seninki Kaç Para, Geriye Kalan, Açlığa Doymak, Evim Sensin, Fetih 1453, Çanakkale 1915, Mevsim Çiçek Açtı, Ferahfeza, Çakallarla Dans, Uzun Hikâye, Mutlu Aile Defteri, Sen Kimsin, Pazarları Hiç Sevmem, Patlak Sokaklar, Berlin Kaplanı, Bu Son Olsun, Umut Üzümleri, Elveda Katya" gibi yerli fimler izleyiciyle buluşmuştur. Bunlardan bazılarında film müziği olarak kültürel bellekten ezgiler kullanılmıştır. "Patlak Sokaklar"da söz ve ezgi şeklinde "Atabarı ve Dağlar Kızı Reyhan" türküleri kullanılmıştır. "Mevsim Çiçek Açtı" filminde "Gurbette Ömrüm Geçecek" bağlama, Karadeniz kemençesi, piyano, balaban eşliğinde icra edilmiştir. Karacaoğlan'a ait olan bu türkü gurbet acısına vurgu yapmaktadır. Filmde geçmiş dönemde çekilen sıkıntıları anlatırken olayın dramatikliğini vurgulu hâle getirmek amaçlanmıştır. Bunun yanında "İki Keklik" türküsü ile Hatayî'nin "Naci Derler Bir Güruha Uğradım" deyişi de filmde değerlendirilmiştir. "Ateşin Düştüğü Yer" filminde Enver Bakır'ın seslendirmesiyle "Gelin Ayşe" türküsü değerlendirilmiş; türkü müziği jenerikleşmiştir. "Bir Ses Geceyi Böler"de "Demedim mi ve Hızır Dedem Yeşil Demede Bulundu" adlı deyişlerle tasavvufî hava oluşturulurken yazar Ahmet Ümit de filmde rol alarak Âşık Daimî'nin " Ne Ağlarsın Zülfü Siyahım" adlı deyişinden bir bölüm okumuştur.

"Araf"ta "Manda Yuva Yapmış" ve "Dere Boyu Kavaklar" adlı hareketli türküler; "Pazarları Hiç Sevmem" filminde "Yüksek Yüksek Tepelere"; "Kurtuluş Son Durak"ta "Bu Küçe Uzun Küçe" adlı türkü; "Berlin Kaplanı"nda "Bir Gemim Var Adalara Yaslanır"; "Çanakkale 1915"te "Eledim Eledim" ve "Çanakkale İçinde Aynalı Çarşı" gibi türküler konuyu bütünleyici unsur olarak değerlendirilmiştir.

2013'te "Çanakkale Yolun Sonu, Taş Mektep, Kuma, Neva, Hükümet Kadın, Tepenin Uşakları, Sarıkamış Eve-Dönüş, Toprağa Uzanan Eller, Güzelliğin On Par Etmez, Sarı Siyah" gibi yerli filmler vizyona girmiştir. "Tepenin Uşakları" filminde gurbet temasını tamamlayıcı unsur olarak "Mektup Yazdım" türküsü kullanılırken "Güzelliğin On Par Etmez"de filme de adını veren Âşık Veysel deyişi "Güzelliğin On Par'etmez" konuyu dramatize etmede kullanılmıştır. "Çanakkale Yolun Sonu" filminde "Kahpe Felek Sana N'ettim Neyledim" adlı Âşık Veysel türküsü bağlama ve balaban eşliğinde seslendirilmiştir. Savaş döneminde yaşanan hüznü, ailelerin çektikleri acı ve hasreti hissettirebilme adına tercih edilen bu türküyü Cengiz Özkan okumuştur. Kayseri Lisesi'nin Millî Mücadele yıllarındaki konumu, öğrencilerini Sakarya Cephesine göndermesi ve o yıl mezun verememesi gibi tarihî konuların işlendiği "Taş Mektep"te asker olan öğrencilerin yaşattıkları hüzün "Hey On Beşli" türküsüyle vurgulanmaya çalışılmıştır. "Neva" filminde Sadettin Kaynak tarafından bestelenene "İncecikten Bir Kar Yağar" adlı Karacaoğlan deyişi Cengiz Özkan tarafından okunmuştur. "Sarı-Siyah" filminde halk müziği enstürümanlarıyla fon müziği yapılmış, ayrıca "Çanakkale Türküsü" seslendirilmiştir.

2014'te "Eyvah Eyvah-3, Recep İvedik-4, Düğün Dernek, Sürgün İnek, 10. Köy Teyatora, Halam Geldi, Zaman Makinesi-1973, Kış Uykusu, Karışık Kaset, Mandıra Filozofu" gibi genellikle komedi türünde olan filmler yayınlanmıştır. Muğla'nın Yatağan ilçesinde çekilen "Sürgün İnek"te Cahit Berkay tarafından seslendirilen "Manda Yuva Yapmış Söğüt Dalına", onun dışında "Kostak Yeri" ve zeybek ekibi eşliğinde "Çökertme" türkülerine yer verilmiştir. Klarnetçi Hüseyin'in başından geçenlerin anlatıldığı seri film "Eyvah Eyvah"ın üçüncüsünde yine hareketli sahnelerde "Bu Fasulye Yedi Buçuk Lira", def, gitar, saksafon eşliğinde "Kelle" ve klarnetle "Uçun Kuşlar Uçun İzmir'e Doğru" adlı türkünün ezgisi icra edilmiştir. "Köy Teyatora" filminde "Desti İçinde Bekmez" türküsünü Nesil Ünal bağlama eşliğinde çalıp söylemiştir. Bu türkü sahnedeki olayla bağdaştırılıp aynı zamanda eğlenceli yönüyle gülünç olayları destekler nitelikte kullanılmıştır. "Al Asmadan Donu Var" türküsü de yöresellik vurgusuyla değerlendirilmiştir. "Halam Geldi"de Kıbrıs türkülerinden "Portakal Atışalım" ile çeyiz sahnesini tamamlamak adına Sabahat Akkiraz'ın yorumuyla sözleri yine sanatçı ile Sami Dündar'a ait olan "Çeyiz Türküsü" adlı uzun hava okunmuştur. "Karışık Kaset"te Elazığ yöresine ait "Çayda Çıra" oyununun türküsü

okunmuşken “Mandıra Filozofu”nda Cahit Berkay’ın geleneksel çalgılarla çalıp söylediği eseri “Dinleyiverin Gari” seslendirilmiştir.

2015 yılındaki vizyona giren filmler incelendiğinde “Yüreğine Sor, Mucize, Son İstasyon, Kafes”de geleneksel ezgilere rastlanmıştır. “Yüreğine Sor”da “Kuş Kanadın Kırılsın” kemençe eşliğinde icra edilmiş, aynı zamanda filmde yol havası çalınmıştır. “Mucize” filminde Muharrem Ertaş’ın havalandırdığı “Avşar Elleri” bozlağı, ustanın kendi sesinden sunulmuştur. “Son İstasyon”da Hatay yöresine ait “Gül Kuruttum” türküsü seslendirilmiştir. Kafes’te türküleşmekte olan Ahmet Cevat Hacıbeyli şiiri “Çırpınırdın Karadeniz” İrfan Gürdal’ın havalandırdığı Ahmed Yesevî deyişi “Ya Muhammed” ezgisi; “Ali Kündülli”de “Hele Hele Minnoş, Kara Kız Kurbanın Olim” ve Neşet Ertaş türküsü olan ”Vay Vay Dünya”; “Düğün Dernek 2”’de ise “Müdür Beyin Yeşil Kürkü, Hey Güzeller, Tiridine Bandım, Ay Doğar Ayan Beyan, Fistanı Biçtim Dar Geldi Huriyem” türküleri seslendirilmiştir.

Ana hatlarıyla yapılan taramalar sonucunda geleneksel müzik belleğinin son yıllarda özellikle filmlere yerleştirilmeye çalışıldığını belirtmek gerekir. Yerelleşmenin ön planda olduğu günümüz sinemasında amaç daha fazla izleyiciye ulaşmaktır. Dolayısıyla izleyicinin dikkatini çekecek, sosyal medyada paylaşılacak, izleyici beklentilerini karşılayacak konunun yanında kültürel bellekte var olan değerlerle dikkat çekmenin yolu denenmiştir. Kültür ekonomisi açısından yayın hakkını elinde bulunduran şirketler, çok yönlü çalışmalarında filmin konusuna göre arşivlerinden geleneksel ezgileri çıkarıp vermektedirler. Dikkat çekici bir film için daha önce fazla işlenmemiş geleneksel öğeler daha cazip gelmektedir. Bu yaklaşım yeni filmlerde kültürel deponun kenarında köşesinde kalmış geleneksel ezgilerin de yavaş yavaş çıkarılıp filmler aracılığı ile popülerleştireceğine işarettir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: TELEVİZYON

3.1. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE TELEVİZYONUN GELİŞİM SÜRECİ

Televizyon Dünya'da ve Türkiye'de 20. yüzyılın ikinci yarısında toplumsal yaşamın her alanını etkileyen bir araç olmuş, etki gücünden dolayı "sihirli kutu" tabiriyle anılmıştır. Modern yaşamın göstergesi ve kalkınma projesinin tamamlayıcısı olarak görülen televizyon, eğitim ve kültür düzeyinin yükseltilmesi, haber ve bilgi verme, eğlendirme ve dinlendirme gibi üç temel işlevi yerine getirmek üzere başlıca yedi kategoride toplanan programları izleyiciyle buluşturur. Bu program türleri eğitim programları, kültür programları, haber programları, spor programları, bilim ve teknoloji programları, ekonomi programları, reklamlardan oluşmaktadır (Mete, 1999: 36-37).

Toplum ve bireyi bu şekilde etkileyen bir aracın teknolojik gelişim süreci ise 19. yüzyılın son çeyreğindeki teknolojik hamlelerin devamı niteliğinde birçok gelişmenin birleşimi olarak düşünülebilir. Ses kayıt ve aktarım teknolojileriyle telgraf, telefon, radyo alanındaki ilerlemeler ile görüntüyü kayıt ve aktarım araçlarından olan fotoğraf ve sinematografın icadı ve geliştirilmesi televizyonun ortaya çıkışını hazırlamıştır. Bu teknolojik gelişim süreci şu şekilde özetlenebilir:

"1876 yılında Graham Bell tarafından telefonun icadı, 1884'te Paul Nipkow tarafından icat edilen ve Nipkow Diski adı verilen delikli tarama diskinin ortaya çıkışı, 1911'de Rus kökenli Rosing ve Zworykin'in bir katot tüpünün flüorışıl ekranı üstünde ilk görüntüyü elde etmeleri, 1923-1928 döneminde bir yüzün hatlarının tanınabilecek seviyede radyoaktif dalgalarla iletilmesinde katkısı olan İngiliz Baird ve Fransız Halweck, Barthelemy televizyonun ortaya çıkmasında katkısı olan bilim adamlarıdır. Bir taraftan ses kaydı ve aktarım alanındaki gelişmeler yaşanırken bir taraftan da Nipkow Diski geliştirilmeye çalışılmıştır. Bu çalışmalara 'visualwireless, visualradio, electricvision' gibi adlar verilmiş; 'tele vision' terimi ise Scientific America dergisinde Haziran 1907'de kullanılmıştır. Bu çalışmalar sonucunda modern anlamda televizyonun mucidi olarak Rus asıllı Amerikalı Kosma Zvorykin kayıtlara geçmiştir. Zvorykin, 1923'te televizyon kamerasının en önemli parçası olan ve resim tarama yöntemini tümüyle elektronik hâle getiren ikonoskopu icat etmiştir. 1924'te ise kineskop adı verilen resim tüpünün patentinin alınmasıyla televizyon sistemi tümüyle elektronik hâle gelmiştir. İngiliz John Baird ise kendi yaptığı televizyonla ilk kez halka açık bir gösteri

düzenlemiştir. BBC'nin bu çalışmalara desteğiyle İngiltere ilk televizyon yayınlarını 2 Kasım 1936'da gerçekleştirmiştir. ABD'de ise 1939'da NBC'nin New York Dünya Fuarı'nın açılışını canlı olarak yayınlaması bu ülkedeki televizyon yayıncılığının başlangıcı olarak kabul edilmiştir. 1951'teki renkli yayınlarla ilk renkli televizyon yayını Amerika'da gerçekleştirilmiştir" (Gelişim Hachette, 1993: 4017; Serim, 2007: 23-25; Özdemir, 2008: 211).

Yeni bir televizyon alıcısı

Yeni bir televizyon alıcısı

Geçenlerde Amerika'da, musiki âleminden ve basın âzalarından 200 kişinin huzurunda, 16×22 inch büyüklüğünde resim gösteren, geniş perdeli bir ev televizyon alıcısı gösterildi. Bunun aynı zamanda yeni bir electronic diyaframı olan radyo - Fonografı vardır. Bu gösteri New - York'da Waldorf - Astoria otelinin Astor galerisinde olmuştur.

Bu projeksiyon - tip televizyon setinde Schmidt sistemi kullanılmıştır ve kullanılmadığı zaman alıcının üst tarafının altında saklanan plâstik bir görme perdesi vardır. Henüz fiyatı tesbit edilemeyen bu âletin 400 den 500 dolara kadar satılacağı tahmin ediliyor. Görme kısmı FM ve AM ses yayan ile çalışıyor. Askeri kuvvetlerde kullanılan (Radar erginering) geniş perde televizyon alıcısının terakkisinde kullanıldığı söylenmiştir. Gösteri sırasında parlak bir resim göstermiştir. Filim ve canlı istidatlar programı havadan tıpkı evlerde televizyon programları alındığı gibi alınmıştır. Bu alıcıyı yapan şirketin sözcüsü en son alıcı şeklinin bu olmadığı zamanla aranacak ve istenecek bazı noktalarında ilâve edileceğini söylemiştir.

Bilhassa evler için yapılmış olan gösteri kısmında 5 inch'lik katod şualı (Ama bir parabolik ayna ve resmi düz bir aynaya ve daha sonra 16×22 inch lik perdeye aksettiren bir düzeltici adese vardır.

Alıcı üzerinde söz söyleyen Mr. Brandt şirketin ordu için elektrik cihazları yaptığını, Peoil Henbow'den beri bütün kuvvetleri ile harp için çalıştıklarının Japonya ile de harp bitinceye kadar yahut ordunun arzularını tamamen yerine getirinceye kadar çalışacaklarını, bu zaman zarfında elde edilebilen tecrübelerle sulh zamanında televizyonu en modern bir şekle koyabileceklerini, bu gösterdikleri âletle, sulh tamamen geldiğinde ilerde daha iyi eserler verebileceklerini söylemiştir.

Şirketin harpten sonra radyo - Fonograf alıcılarında yeni bir sistem kullanacağını böylelikle plâğa alınan musiki de daha evvel görülmemiş bir realizm yapacağını da söylemiştir. Bu sistemin teknik teferruatından bahsedilmemişse de, Pikapların, hoparlörlerin daha iyi bir şekle sokulacağı söylenmiştir. Böylelikle plâk eskimesinin önüne geçilmiş ve tonun kalitesi iyileşmiştir. Fazla olarak hem aşağı hem yukarı seslerde ton muvazenesi temin edilmiştir.

Bu sistem yüksek fiyatlı modellerde de otomatik radyo fonograflarında kullanılacaktır.

Görsel 22: 1940'lı yıllarda yeni medya aracı televizyon ile ilgili haberler basın-yayında yer bulmaya başlamıştır. 'Radyo' dergisinin 45. sayısında sayısında bir haber (Radyo, 1945b).

Türkiye'de ilk televizyon yayıncılığı İstanbul Teknik Üniversitesi'nin Elektrik Fakültesi bünyesinde eğitim amaçlı kurulan İTÜ TV ile gerçekleştirilmiştir. Üniversitenin

öğretim üyelerinden Mustafa Santur'un Avrupa'da gördüğü bu teknolojinin Türkiye'de de faaliyette olmasını istemesi ve gösterdiği gayretle laboratuvar kurulması için 1950'de Hollandalı Philips firmasıyla görüşmeler başlamıştır. Televizyon kurmakla görevlendirilen Adnan Ataman'ın yurtdışı eğitimi ve Philips'ten alınan 65.000 Lira değerindeki cihazların kurulumuyla birlikte yayın için gereken altyapı hazırlanmıştır. 9 Temmuz 1952'de üniversitenin Taşkışla'daki binasından Kore'de görevlendirilen askerî birlikten görüntüler ve Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Burhan Felek'in konuşmasıyla ilk düzenli olmayan yayınlar gerçekleşmiştir. Bu yayınlar dönem dönem kesintiye de uğrasa 1971 yılına kadar sürmüştür. Televizyon yayınları başta Beyoğlu'ndaki mağaza vitrinlerinden ve evlerde bulunan az sayıdaki televizyon alıcısı tarafından izlenmiştir. İlerleyen yıllarda alıcı sayısı giderek artmıştır. 25 Aralık 1963'te Akşam gazetesinde alıcı sayısının 5.000 olduğu belirtilmiştir. Adnan Ataman ise bir raporda alıcı sayısının 10.000 olduğunu ifade etmiştir. Bu raporda ayrıca yayınların 20-30 km'lik bir alandan izlenebildiği, genellikle 16.00-20.00 arasından yayın yapıldığı, programların %50'sinin müzik, %20'sinin film, %30'un söz programları olduğu belirtilmiştir (Kaptan, 2002: 27-29). İTÜ televizyonu, eğitim amaçlı kurulmasının ve bu yönde faaliyet göstermesinin yanında Türkiye'de televizyon kültürünün oluşmasını ve birçok ismin ekranla tanışmasını da sağlamıştır. İTÜ televizyonu yayınlarında pek çok tiyatro grubu ekrana çıkmıştır. Halit Kıvanç ve Fecri Ebcioğlu gibi ustaların sunduğu müzik-eğlence programlarında Türk halk müziği, Türk sanat müziği, klasik müzik örnekleri izleyiciyle buluşturulmuştur. 1966'da Ruhi Su'dan bir türkü programı yayınlanmıştır. Selim İleri şiir programlarıyla ekrana gelirken, Sebahattin Eyüboğlu'nun "Hitit Güneşi" gibi belgeseli, karikatür programları bu yeni medya aracının ilk içeriklerindendir (Kaptan, 2002: 28). İTÜ Televizyonu TRT kurulduktan sonra da yayınlarına devam etmiş, ancak üniversitede yaşanan öğrenci olayları sırasında stüdyoya saldırılmasıyla yayınlar durdurulmuş ve televizyon 1971'de TRT'ye devredilmiştir.

Görsel 23: İTÜ Televizyonunda bir müzik programı

1961 Anayasası gereğince 24 Aralık 1963'te 359 Sayılı Radyo Televizyon Kurumu Kuruluş Yasası çıkarılmış ve 1 Mayıs 1964'te yürürlüğe girmiştir. Bu yasayla Türkiye radyoları yeni kuruma bağlanmıştır. Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) olarak özerk bir kamu iktisadî teşebbüsü olan bu kurumda ilk yıllarında radyo faaliyetlerine ağırlık verilse de bir yandan televizyon yayıncılığı için gerekli çalışmalar da yürütülmüştür. 1963'te Almanya ile yapılan bir anlaşma ile Ankara'da televizyon yayıncılığı ile ilgili olarak bir eğitim merkezi kurulmuştur. 1966'da ilk kapalı devre deneme yayının gerçekleşmesinden sonra 31 Ocak 1968 akşamı deneme yayınından sonra haftada üç gün olmak üzere sürekli televizyon yayınları başlamıştır. Ankara'ya dönük yapılan üç-dört saatlik bu ilk yayınlardan sonra 1971'den itibaren yurdun tamamında yayınların izlenebilmesi için çalışmalar yoğunlaştırılmıştır.

Bu süreçte yerli üretime geçilen renkli televizyon dönemine kadar Grundig, Telefunken, Nordmende, Saba, Körting, ITT Schauplorenz, Blaupunkt gibi Almanya; Philips ve National gibi Hollanda ve Sharp gibi Japonya üretimi televizyon alıcıları Türkiye'de televizyon piyasasına hâkim olmuşlarıdır (Gelişim Hachette, 1993: 4017; Özdemir, 2008: 212). Arçelik, Beko, Vestel gibi yerli markalar ancak 1990'larda, renkli televizyon döneminde piyasada üstün olmuşlarsa da 2000'li yılların akıllı televizyon piyasasıyla Uzakdoğu firmaları ağırlıklarını hissettirmişlerdir.

İstanbul Teknik Üniversitesi'nin ilk televizyon çalışmaları, sonrasında TRT'nin kurulması ve 31 Ocak 1968'de başlayan günde üç dört saatlik deneme yayınlarıyla Türkiye bu yeni medyaya alıştırılmaya başlanmıştır. Geçiş sürecinden sonra televizyonun toplumsal hayatta yer edinmesi ise 1980'li yıllarla birliktedir. "TRT

1982'de renkli yayınlara, 1986 ise çok kanallı yayınlara başlamıştır" (Mete, 1999: 4). Bu dönemde Dünya'da ve Türkiye'de hissedilmeye başlanan neo-liberal anlayışın sonucu olarak siyasette ve ekonomideki değişim yayıncılık alanına da yansımıştır. "Teknolojinin yarattığı geniş olanaklar medya sektörünün bu değişimi daha hızlı yaşamasına, dönüşümün kuralsız bir zeminde gerçekleşmesine yol açmıştır" (Nacaroğlu, 2007: 41). Çok kanallı döneme geçişte ilk örnekler 1988'de PTT'nin uydudan aldığı dış ülke yayınlarını kablo yoluyla dağıtımaya başlamasıyla görülmüştür. Kablolu yayıncılığın ilk denemeleri Ankara'da Çankaya semtinde gerçekleşmiştir (Kaptan, 2002: 61). Kablolu yayıncılık ve uydu antenleri bu dönemde tartışmalara konu olmuş, sonrasında özel yayıncılığın önü açılmıştır. Yayıncılık alanındaki bu boşluğu değerlendirmek isteyen Rumeli Holding'in sahibi Kemal Uzan ve Cem Uzan ile dönemin cumhurbaşkanının oğlu Ahmet Özal, arkalarına aldıkları siyasî destekle birlikte Liechtenstein Prensliği'nde "Magic Box Incorporated" adlı yayın şirketini kurmuşlar ve kiraladıkları Eutelsat uydusundan iki kanalla Türkiye'ye yayın yapmaya başlamışlardır.

Görsel 24: Türkiye'de özel yayıncılığın ilk kanalı olan Star 1'in logosu

Radyo istasyonlarının ancak devlet eliyle kurulup işletilebileceğine dair amir hükmü (Madde 133) yirmi yıla yakın bir süre yürürlükte kalmış, 1989'da çıkarılan 3517 Sayılı Kanun'la özel televizyon kapısı fiilen açılmıştır (Mete, 1999: 4). Ancak yasal mevzuatın düzenlenmemesine rağmen yurtdışı üzerinden uydu yayınlarıyla özel televizyon

yayıncılığı başlamıştır. Türkiye'ye dönük Türkçe yayınlar Magic Box Star 1 adıyla 1 Mart 1990'dan itibaren, Almanya üzerinden yapılmaya başlamıştır (Kaptan, 2002: 65). Bu tarih Türk televizyonculuğunda önemli bir dönüm noktası olmuş ve ticarî televizyon yayıncılığı hızlı bir şekilde Türk televizyon izleyicisini etkisi altına almıştır. Yasaya aykırı bir şekilde beş yıl gibi bir süre yayın yapan kanallar gündemi meşgul etmiş, siyasî tartışmaların da odağı olmuştur. Toplum da bu süre içerisinde özel yayıncılığın cazibesinden etkilenmiş, TRT'nin yayınlarından çok farklı ve canlı bulduğu içeriklerle popüler kültür alanlarına çok daha çabuk adapte olmuştur. Yasal düzenleme ise ancak 13 Nisan 1994'te yürürlüğe giren RTÜK Yasasıyla gerçekleşebilmiştir.

1990 sonrasında özellikle medya şirketleri kendi bünyelerinde televizyon kanalları kurmaya başlarken, yerelde de her şehirde o şehre dönük birçok yerel kanal açılmıştır. Star 1 ile başlayan bu furya aynı şirketin Teleon yayınıyla devam etmiş, ardından Mega 10, TGRT, Show TV, Kanal 6, Kanal D, HBB, ATV, Flash TV, Samanyolu, Kanal E, BRT gibi kanallarla Türkiye'nin ilk şifreli kanalı Cine 5, ilk tematik kanal NTV devreye girmiştir. 2000'li yıllara gelindiğinde internet kullanımı toplum hayatında yaygınlaşmıştır. Bu durum, radyodan televizyona geçişte radyonun işlev değiştirerek ayakta kalması gibi, televizyonun eğlence, dizi, haber, spor gibi tematik yayıncılıkla izlenilirliğinin devam edeceğinin işareti olmuştur. Yapımcılar gündemi ve modayı televizyon üzerinden belirlemeye başlamışlar ve bunu devam ettirmişlerdir. Sonraki yıllarda teknolojideki gelişmelerle birlikte çoklu medya olan internet üzerinden yayın yapmaya ağırlık verilmek üzere altyapı eksiklikleri giderilmiş ve modern teknolojiler kullanılmaya başlanmıştır.

Özellikle 20. yüzyılın son çeyreğinde televizyonun toplumsal yaşamda edindiği yerle bir medya kültürü ortaya çıkmıştır. Bu medya kültürü, hem gerçek kültürün bir yansıması hem de yeniden şekillenmesidir (Özdemir, 2001: 114). Öyle ki toplumda günlük konuşmaların konusunu televizyon belirler hâle gelmiştir (Postman, 2004: 93). R. Williams ise tersi bir yaklaşımla televizyon programlarının çoğunun gündelik yaşamın uzantısı olduğu görüşündedir. Ona göre televizyon programları insanların konuşmaya, yaşadıklarını paylaşmaya duydukları ilgiye, başkalarının yaşamlarını görme, bu yaşamlara tanık olma tutkularına, nihayetinde müzik ve dansa olan

düşkünlüklerine dayanmaktadır. Kısacası televizyon insanların bilinen, sıradan duygu ve ilgilerinin ekrandaki uzanımıdır (Williams, 1974; Mutlu, 1999: 12).

Televizyon, belirli bir noktadan sonra, siyasî otoritelerce kalkınma projesinin pratik bir aracı olarak düşünülmüştür. Bu bağlamda da eğitim, öğretim, kültür ve aydınlatma işlevleri yüklenerek izleyicide hedeflenen çağdaş insan modelinin oluşturulmasına yönelik yayınlar ortaya çıkmıştır. TRT'nin tek kanalla yayın yaptığı dönemde, akşam saatlerinde yayınlanan "Ali Okulu" tarzında ekran başındakilere okuma ve yazma öğreten yayınlardan başlayıp uzun bir süre devam eden ve günümüzde yerini internet yayıncılığına bırakan "Açık Öğretim" programı bu alanda uzun soluklu programlar olmuşlardır. Günümüzde "TRT Okul" programları ile TRT televizyonunun doğrudan eğitim öğretime yönelik yayıncılığı devam etmektedir.

Başta TRT olmak üzere hemen her özel kanalda yayınlanan belgesel programları da bu türden düşüncelerin sonuçlarıdır. 2014'te TRT, "TRT Belgesel" adı altında çoğu doğa ve kültür belgeseli niteliğinde yayınlar yapan bir kanal kurmuştur. TRT Avaz da Türkiye ve Türk Dünyası arasındaki ilişkilerin geliştirilmesi, kardeş halklar ile tanışılması, ortak kültür değerlerinin tanınması, farklılıkların azaltılması vb. konularda önemli bir işlev görmektedir. Balkanlardan Orta Asya'ya, Ortadoğu'dan Kafkaslara 27 ülke ve 13 muhtar cumhuriyette yaklaşık 250 milyon nüfuslu bir Türk coğrafyasına ulaşan TRT Avaz, 21.03.2009'da yayın hayatına başlamıştır. TRT Avaz, Türkiye Türkçesi, Azerbaycan, Kazak, Kırgız, Özbek ve Türkmen Türkçelerinde yapılan programlar ile Türk Dünyasındaki izleyicinin kendinden ve ortak Türk kültüründen bir şeyler bulacağı kanal durumundadır[32]. Bu ve benzeri yayınlarla toplumsal aydınlanma, deyim yerindeyse, televizyon aracılığı ile yediden yetmişe yaşam boyu öğrenme faaliyetleri yürütülmektedir.

Televizyonun eğitim, öğretim ve bilgilendirmedeki etkisi alanın bilirkişilerince kısa sürede fark edilmiştir. "Televizyon gerçeğin aynasıdır" veya "televizyon gerçeğe açılan penceredir" gibi sloganlar eşliğinde televizyonlar, toplumda istendik davranışların oluşturulmasında bir aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle son yıllarda kitleleri istenilen bir yöne kanalize etmede ne kadar etkin olduğu herkesçe görülmüştür. İster hükümette olsun ister muhalefette irili ufaklı siyasî partilerin özellikle medya

[32] www.trt.net.tr. (E.T.:29.4.2016)

alanını desteklememleri; televizyon kanalları, radyolar açmaları ve dergiler çıkarmaları kitleler üzerinde algı operasyonları için medyanın bu etkin gücünden yararlanılmak istenmesinin bir göstergesidir. Bundan da gerçeğin aynası olsa bile gerçeğin kendisinin ne olduğunun anlaşılamaması, gerçekliğin belirgin olmaması durumu da ortaya çıkmaktadır. Bu açıdan televizyonlar, genel olarak bir toplumun değil, onları kuran ve yöneten zihinlerin gerçeğinin aynaları olmaktadırlar. Pek çoğu propaganda amaçlı yayın yapan kanallar, televizyon karşısında en çok vakit geçiren çocuklara yönelik çizgi filmlerde her yaş ve farklı cinsiyete yönelik yayınlarla algı yönetimi için ciddi mesailer harcamaktadırlar. Bu tür kanalların yanında küresel sermayelerce finanse edilen medya kuruluşlarına ait seküler anlayışlı kanallar da kendi dünya görüşlerini yerele empoze edebilmek için aynı tarzda faaliyet göstermektedirler.

Kültürel ekonomik açıdan bakıldığında televizyon kanallarından çoğunun birer ürün pazarlama aracı için kullanıldığı görülmektedir. Tematik amaçlı olan bu televizyon kanallarının çok çeşitli meslek grubuna ve sağlıktan turizme, inançtan eğitime farklı alanlarda faaliyet gösterdikleri görülmektedir (bitkisel ilaçlar, medikal araçlar, Umre turları, kaplıca turizmi ve devre mülk satışı, giyim eşyaları gibi ürün ve hizmetlerin tele-pazarlama yoluyla tanıtımı). Günümüzün önemli sağlık sorunlarından olan obeziteye karşı tıbbi ve bitkisel ilaçlar ile spor araç gereçlerinden tutun estetikle ilgili ürünlere kadar pek çok ürünün 24 saat boyunca özellikle uydudan yayın yapan yerel-bölgesel kanallar üzerinden satışı yapılmaktadır. Kimi kanallar da belirli bir meslek dalı ile ilgilidir. Örneğin Tarım TV, Türk çiftçisini bilgilendirmenin yanı sıra çeşitli tarım araç-gereçleri ve ilaçlarının tanıtılması ve pazarlanması işini üstlenmiştir. Yaban TV ise av ve avcılıkla ilgili ürünlerin tanıtım ve pazarlanması ile av turizminin geliştirilmesi gibi konularda ilgililerini bilinçlendirmekte ve av malzemesi üreticileri ile tüketicilerini buluşturmaktadır. Yaban TV kendi logosunu ve markasını taşıyan ürünleri ile de piyasada yer edinmiştir (Yaban avcı giysisi, Yaban avcı bıçağı, Yaban avcı çantası vb. av malzemeleri…). Müzik kanallarının da benzer bir şekilde asıl amaçlarının ürüne dönüşen müzik eserini, ürünü sunan müzisyeni, ortaya çıkan içerik ve bağlamı pazarlamak olduğu görülmektedir.

2.2. TELEVİZYON VE ÂŞIKLIK GELENEĞİ

Âşıklık geleneği ve medya ilişkisi üzerine iki farklı yaklaşım ortaya çıkmıştır. Birincisi medyanın âşıklık geleneğinden yararlandığı ve bu esnada biçim, içerik, işlev açılarından zayıflatarak etkisizleştirdiği yönündedir. Bu görüşe göre medya etken, gelenek ise edilgen olarak nitelendirilmektedir. İkinci yaklaşım ise medya ve âşıklık geleneği birbirlerini dönüştüren iki dinamik olarak görülmektedir (Özdemir, 2008: 243-244). Bu çalışma objektif bir şekilde verileri değerlendirerek bu iki alan arasındaki ilişkiyi somut verilerle çözümlemeyi amaçlamaktadır. Daha önceki çalışmaların ortaya çıkardıkları sonuçlar, çözüm önerileri, âşıklık geleneği ve medya ilişkisinin çok boyutlu resmini görebilmek açısından titizlikle değerlendirilmiştir[33]. Bu çalışmalarda çoğunlukla gelenekte, bağlamda, icracı tipte, dinleyicide, üründe meydana gelen değişimler değerlendirilmiştir.

Bunun yanında müziğin içinden gelen araştırmacılar tarafından da medyanın geleneksel müziğe olumsuz etkilerine dikkat çekildiği ve bu soruna çözüm önerileri sunulduğu görülmektedir. Televizyonun, Türk toplum hayatına girmeye başladığı yıllarda Nail Tan (1972), müzikte yaşanan değişimi irdelemiş, televizyonu da plak şirketleri, özel radyolar (Polis Radyosu, Meteoroloji Radyosu vb), sinema, radyo, film yapımcıları, dolmuşçular, gazinolar, bestekâr, solist, çalgıcılar birlikte halk müziğini yozlaştıran arasında saymıştır. Nail Tan, sert bir dil kullandığı bu yazıya şu şekilde başlamıştır:

> Son yıllarda Türk halk müziğimizin sevgi, yiğitlik ve özlem dolu türküleri birtakım ellerde ezilip büzülüp aranjman diye piyasaya sürüldü. Bağlamamıza elektrik bağlandı, elektro-bağlama oldu. Akordu değiştirildi, gitara benzetildi. Diğer taraftan gitar-bağlama karışımı yeni çalgılar ortaya çıktı. Üçgen biçimli çalgılar ezgilerimizi çalar oldular. Ulumalar, çığlıklar türkülerimizin içine girdi. Bunları yapanlar sanatçı (?) unvanıyla anılmaya başlandı. Anonim türküler bir kenara itildi, kişisel melodiler 'türkü' diye onların yerini aldı. 'Folklor sanatçıları', 'folklor yıldızları' türedi (Tan, 1972: 14).

Nail Tan (1972), plak şirketlerinin tamamen ekonomik çıkarları doğrultusunda hareket etmelerinden, dolmuşçuların 'yeni dejenere müzik türü'nü çalmalarından, aynı şekilde Ankara civarına yayın yapan bazı radyolardan, TRT'nin dar bir repertuvarla ve aynı sanatçılarla yetinmesinden, mahallî sanatçılara yer vermemesinden, derleme

[33]Çobanoğlu, 1998, 2000a, 2006; Kaya, 2001; Artun, 2000, 2001; Boyraz, 2001; Özarslan, 2001; Yardımcı, 2009 gibi belirtilen çalışmalarda âşıklık geleneği ve medya ilişkisinin farklı yönleri değerlendirilmiştir.

faaliyetlerini devam ettirmemesinden, türkü formunda besteler yapılmasından yakınmaktadır. Bir yandan türkülerden yararlanarak orkestralar, çok sesli örnekler sergilenebileceğini belirten araştırmacı, diğer yandan türkülerin en önemli özelliğinin anonimlik olduğunu ve bestekârların geleneksel ezgilerden yararlanarak yeni ürünler ortaya koymalarını eleştirmektedir.

Nail Tan'ın eleştirilerine benzer görüşler Türk halk müziği üzerine yapılan çalışmalarda zaman zaman dile getirilmektedir[34]. Bu çalışmalar genellikle popüler kültür ve medyanın olumsuz etkileriyle 'yozlaşma' kavramı ekseninde şekillenmektedir. Burada şunu belirtmek gerekir ki 'yozlaşma' olarak ifade edilen kavram tarafsızlık ilkesiyle açıklanamaz ve bu yüzden bilimsel değildir. Değişim olgusu "bir zaman dilimi içerisindeki değişikliklerin bütünü" (TDK, 2011: 610) şeklinde tanımlanır ve gözlemlenebileceği için bilimseldir. Ama bu değişimin olumlu-olumsuz/gelişme-yozlaşma olarak nitelendirilmesi öznelliğe bağlıdır. Bu gibi konular ancak tarihî süreç içerisinde değerlendirilebilir ve ancak bu şekilde onlar üzerinde yargıda bulunulabilir. Örneklendirilecek olursa 'folk müzik' olarak, yukarıda bahsi geçen, çalışmalarda bir yandan eleştiriye maruz kalan Anadolu-pop/Anadolu-rock müzik akımında döneminin öne çıkan temsilcilerinden biri olan Barış Manço[35], daha yaşadığı dönemde folklor araştırmacıları tarafından çağdaş halk ozanı olarak nitelendirilmiştir.

Medyaya yöneltilen eleştirilerin temelindeki bir diğer kavram olan 'anonimlik' meselesidir. Sorunların ve uzayıp giden tartışmaların son bulması için artık çatı kavram olarak düşünülmesi gereken 'türkü'nün yeni bir tanımına ihtiyaç olduğu kabulü doğmuştur[36]. Kayıt araçlarının ve medyanın gelişmesi, ürünün sahibinden kopmasına engel olmaktadır. Yaşanılan dönemde eser onu oluşturan sanatçılarla anılmaya devam etmektedir. Geleneksel müzikal yapısıyla, şiirinin şekil özellikleri, içeriği, imgeleriyle, geniş zeminde tanınması ve kabullenilmesiyle birçok eser türkü olarak adlandırılmaktadır. Bu konuyu aydınlatan en etkili örnek Abdurrahim Karakoç'un şiiri ve Musa Eroğlu'nun bestesiyle "Mihriban" türküsüdür. Bu gibi örnekler kültür

[34] Bkz. Eroğlu, 1990; Kaçar –Gitmez, 1999; Tekin, 2012.
[35]Barış Manço ve ozanlık geleneği ilişkisine için bkz. Günay, 1992; Solmaz, 1997; Yıldırım, 1999; Oğuz, 1999; Çobanoğlu, 2000b; Yangın, 2002; Öğüt-Eker, 2004; Düzgün, 2009.
[36] Kayıt teknolojilerinin gelişimi, yeni türkü icra bağlamları, icracı ve dinleyici tipteki değişim, güncel akımların etkisi gibi nedenler de göz önünde bulundurularak türkü kavramı üzerine farklık yaklaşımlar sergilenmeye başlanmıştır. Bu yaklaşımlardan bazılarına (Yakıcı, 2007; Başgöz, 2008; Ekici, 2013; Mirzaoğlu, 2015) çalışmanın 'Türkü Hikâyelerinden Türkü Dizilerine" alt başlığında yer verilmiştir.

endüstrileriyle başlayan anonimliğin yüceltilmesinden uzaklaşıldığına işarettir. Böylelikle halk müziği çalışmaları için önemli bir sorun hâline gelen problemin yavaş yavaş çözüme kavuşacağı düşünülmektedir. Ayrıca "Radyo" başlığı altında değerlendirilen radyo tavrı, ezgi ve söze müdahale/değiştirme/kısaltma, kalıplaştırma, "anonimlik" meselesi yüzünden metin repertuvara eklenirken âşığın mahlasını şiirden atma, âşığı kaynak kişi olarak gösterme, derleyiciyi ön plana çıkarma, farklı müzik aletlerini orkestralara yerleştirme, ritim ve yaylı sazların egemenliği müzik araştırmacıları tarafından yapılan eleştirilerin muhatabının yine müzik dünyasından kimseler olması gibi tezat bir durumu ortaya çıkarmaktadır. Âşıklık geleneği için de söz konusu olan bu durum, ayrıntılar ve kalıplar üzerinde tartışıp çağı gözden kaçırma olarak yorumlanabilir.

Görsel 25: Türk halk müziğinde anonimlik soruna mizahî bir yaklaşım[37]

Bununla birlikte Nail Tan 1984'te yazdığı "Televizyon'da Folklorun Zaferi" adlı makalesinde ise "Oyunlarımız ve Türkülerimiz, Dımıdan, Barana, Geleneklerimiz ve

[37] https://www.facebook.com/penguenozer/photos/a.156490661102398.40394.130814907003307/636609849757141/?type=3&theater (E.T.: 01.5.2014)

Göreneklerimiz, El Sanatlarımız, Elimizden Obamızdan" adlı yapımları başarılı bulduğunu belirtir (Tan, 1984). Mehmet Özbek'in orkestra şefliğinde yürütülen "Elimizden Obamızdan" programında türkülerle birlikte halk oyunları işlenmiş, zaman zaman mahallî sanatçılara ve âşıklara da yer verilerek hem TRT'nin hem de geleneğin müzik repertuvarı değerlendirilmiştir (Özdemir, 2008: 244). TRT bu öncül çalışmalardan sonra da geleneksel müzik ile ilgili kültürel programları devam ettirmiş, günümüze değin farklı adlarla ve benzer içerikle müzik programları yayımlanmıştır. Yakın dönemde TRT'de yayımlanan programlardan "Bergüzar, Dem Bu Dem, Usta İzler, Ozanlar Harmanı, Türkü Yolu, Türküler Dile Geldi, Anadolu'nun Türküsü, Yüreğimde Türküler, Sevdamız Türkü, Kardeş Türküsü, Beşinci Mevsim, Son Mevsim, Aynalar, Harman Yeri…" gibi programlarla türkülerin yanında âşıklık geleneği mahsullerinden örnekler yeni nesil televizyon izleyicisine sunulmuştur.

TRT, 1970'li yıllarda yayın sistemini oturttuktan sonra âşıklarla ilgili kültür ve eğitim işlevli programları da ekrana taşımıştır. Genellikle tek bölüm veya birkaç bölüm hâlinde yayınlanan bu programlar Cumhuriyet Bayramı, Ramazan ayı gibi özel günlerde yayınlanmıştır. "Ozanların Sazından, Ozanlarımız, Âşıklar Bayramı (1971), Âşıkların Dünyasından (1976), Halk Hikâyeleri" gibi programlarla geleneğin öne çıkan isimleri tanıtılmış, icra töresi hakkında bilgi verilmiş, gelenekten eserler sunulmuştur. Âşıkların stüdyoyla tanışması ve geleneğin ekrana taşınması açısından önemli olan bu ilk programlardan "Ozanların Sazından" (TRT Arşiv No: DA 1478) Cumhuriyet'in ilanının ellinci yılı kutlamaları haftasında 26.10.1973 tarihinde ekrana gelmiştir. Köy meydanı şeklinde düzenlenmiş stüdyoda çekilen programa Âşık Daimî, Âşık Ali İzzet, Âşık Veli, Şakir Öner Günhan katılmışlar; Müslüm Sünbül'e de bir kliple yer verilmiştir. Âşık Veysel'in köyünden görüntüler eşliğinde kendi deyişini okuduğu bantla başlayan "Ozanların Sazından" programında, stüdyoda yer alan âşıklar da cumhuriyet temalı şiirlerini okurlar. Ayrıca aralarda Artvin, Gaziantep, Bursa, Kırklareli, Erzurum yörelerinden halk oyunları sunumları da yayınlanmıştır.

"Âşıkların Dünyasından[38]" adlı program ise 1976'da yayımlanmıştır. Halk edebiyatı araştırmacılarının da stüdyoda konuk olarak yer aldığı programda Murat Çobanoğlu,

[38] Programdan görüntüler için bkz https://www.youtube.com/watch?v=JO0Y0-uba2s

Şeref Taşlıova, İlhami Demir, Davut Sularî gibi âşıklar yöresel kıyafetleri, madalyaları ve sazlarıyla katılmıştır. Programda atışma, hikâyeli türkü gibi örnekler sunulmuştur.

Görsel 26: 1976'da televizyonda yayınlanan "Âşıkların Dünyasından" programından bir kesit.

Halkbiliminde iletişim yerine etkileşim temelli bir yaratım ve aktarım söz konusudur; yeni bağlamlarda metin yerine görsellik ve işitselliğiyle bir bütün olarak içerik aktarılmaktadır. Sunumda ve aktarmada ise bazı türler öne çıkmaktadır (Özdemir, 2015). Âşıklık geleneği açısından bakıldığında geleneğin türlerinin ve icra töresinin olduğu gibi yeni bağlama aktarılması mümkün olmamıştır. "Âşıkların Dünyasından" adlı programdaki gibi televizyonun ilk dönemlerinden beri öne çıkan türleri örnekleme tercih edilmektedir. Buradaki temel problem süredir. İlk dönemlerde Behçet Mahir ve Reyhanî, Ramazan aylarında halk hikâyecilikleriyle ekranda yer almışlardır (Özarslan, 2001: 327). Ancak zamanla âşıklara yer verilen bu tarz programlarda birkaç türkü ve atışma/taşlama/deyişme örneğiyle yetinilmiştir.

Türk sosyo-kültürel yaşamının son elli yıllık yansımalarını belleğinde muhafaza eden TRT'nin görsel arşivleri incelendiğinde[39] "ozan" sözcüğü 1143, "âşık" sözcüğü ise 1550 kez etiketlendiği tespit edilmiştir. Ayrıca âşıklarla ilgili kayıtlar bazında etiketlenen programlara bakıldığında ancak ömrünün son dönemlerinde televizyonla

[39] Tarama 20.6.2014 tarihinde Ankara'da TRT'nin OR-AN Yerleşkesindeki arşiv biriminde yapılmıştır.

tanışmış olan Âşık Veysel'in 175 programla öne çıktığı görülür. Bunlar nadir kayıtların farklı programlarda işlenmesi, belgesel, anma programı veya onun türküsünün geçtiği kayıtlardır. Onu takiben Âşık Daimî 164, Neşet Ertaş 141, Muharrem Ertaş 22, Reyhanî 55, Şeref Taşlıova 30, Murat Çobanoğlu 21, Mahzunî 26, Hacı Taşhan 34, Davut Sularî 12, Nuri Çırağî 1 ve Özay Gönlüm 54 kez etiketlenmiştir. Bu programların bazıları âşıklara ayrıldığı gibi bir kısmı da onlardan alınan eserlerin okunduğu programlardır. Ayrıca âşıklık geleneği ile ilgili kültür ve eğitim işlevli programlar, belgeseller arşive yerleştirilmiştir. TRT'nin bu arşivi bazı olumsuzluklara rağmen, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısı için farklı alanlarda çalışmalar yapan araştırmacılar için son derece önemlidir.

1990'lı yıllardan itibaren özel televizyon kanallarının yayın hayatına başlamasına rağmen TRT eğitim ve kültürel işlevli yapımlar hazırlamaya ve yayınlamaya devam etmiştir. "Ozanın Kopuzundan Âşığın Sazına", "Âşıklar Meclisi" gibi geleneği bütün yönleriyle tanıtmaya dönük programlar farklı dönemlerde TRT kanallarında yayınlanmaya devam etmektedir. Bunun yanında belgesel tarzındaki programlar da TRT'de seyirciyle buluşmuştur. 1997'de Bayram Bilge Tokel'in hazırladığı "Bozkırın Tezenesi" (TRT Arşiv No: 06 DA 1652), geniş yankı uyandırmış, uzun yıllar Türkiye'den ayrı kalan Neşet Ertaş'ın bazı kentli çevreler tarafından yeniden keşfedilmesini sağlamıştır. TRT bu yayın anlayışını özellikle TRT Avaz, TRT Müzik gibi kültür kanallarında sürdürmektedir.

Özel kanallar, yayın hayatlarına başladıklarında program içeriklerini doldurmak ve genel izler kitleye hitap edecek programlar yapmak amacıyla geleneğe yönelmişlerdir. Bu ilk dönemde ulusal kanallarda ve yerel kanallarda âşıklara program sunuculuğu görevi de verilmiştir. Televizyonda âşık programları yeni bir formatla Türk televizyon yayıncılığı tarihine girmiştir. Ancak genel yayın anlayışıyla devam eden ulusal kanalların ithal formatlarla ve dizilerle izler kitleyi yakalaması, kanalların âşık programlarından vazgeçmesine neden olmuştur. Ancak eğlence temelli yayın anlayışında müzik ve "talk show" programlarından dönemin öne çıkan âşıklarına yer verilmeye devam edilmiştir. "İbo Show, Türüt Show, Küstüm Show, Kadere Mahkûmlar" gibi eğlence programları, "Gönül Dağı" gibi türkü-sohbet programları katılım oranı az da olsa, âşıkların yeni icra bağlamlarındandır. Yerel ve bölgesel

kanallar ise hitap ettikleri kitle ve ekonomik koşullarından dolayı âşık programlarını ekrana taşımaya devam etmektedirler. Yerel medya ve âşıklık geleneği arasındaki bu ilişkili çok boyutlu değerlendirilmelere açıktır. Yerel medya, hitap ettiği kitle gereğince memleketçilik ve yerellik vurgusuyla yayın yapmaktadır. Yerel medya yayınların dijital yollarla uluslararası platformda izlenebilmesine rağmen izleyici kitlesi yine yereli ve gelenekseli arzulamaktadır. Özellikle Avrupa'da yaşayan Türk vatandaşları için medyada öncelikli olan kendi şehri, köyü veya kasabasıdır. İstanbul, Ankara, Bursa, Kocaeli, Kayseri gibi büyükşehirde yaşayanlar için de memleket vurgusu ve hemşehrilik öne çıkmaktadır. Yerel kültür piyasasının aktörleri bu durumu iyi değerlendirmektedirler. Telif sorunu olmadan, herhangi bir ödeme yapılmadan, küçük bir odada âşık ve âşığın davetlisi arkadaşlarıyla birkaç saatlik yayın doldurulabilmektedir. Âşık açısından da her ne kadar doğrudan ekonomik kazanç sağlanamasa da tanıtım yoluyla dolaylı bir şekilde yurtiçi ve yurtdışı kültürel ekonomik faaliyetlerin önü açılmaktadır.

Geleneğin temsilcilerini ekrana taşıyan bir başka program formatı ise biyografik belgesellerdir. Genellikle söyleşi, âşığın geçmiş yıllara ait görüntüleri, aile ve sosyal çevresinin görüşleri etrafında şekillenen biyografik belgeseller izleyiciler tarafından ilgiyle takip edilmiştir. Ayrıca kültür endüstrilerinin en önemli silahı olan reklamlarda, hedef kitlenin dikkatini çekmek adına sık sık geleneksel müzik belleğine başvurulduğu görülmektedir. Hatta kimi reklamlarda âşıklara da sazlarıyla sözleriyle rol verilmiştir. Tanıtımın bir diğer aracı kliplerdir. Popüler ses sanatçıları albümlerine aldıkları gelenekten eserleri klipleştirmektedirler. Âşıklar da günümüzde bu yola başvurarak seslerini duyurmak, tanınmak, kalıcı olmak adına türkülerini klipleştirmekte, bunları müzik kanallarında veya sosyal medyada yayınlanmaktadırlar.

Yirmi birinci yüzyılda televizyonun etkin bir şekilde değerlendirdiği diğer yayınlar dizilerdir. "Anlatma"ları dinlemeye alışkın sözlü kültür toplumu radyoyla "arkası yarın"lara alıştırılmış, televizyonla birlikte ise dizilerin takipçisi olmuştur. TRT'nin Türk edebiyatının klasik romanlarını dizileştirmesi ve geleneksel mahalle hayatını konu alan diziler yapmasıyla kente gelmiş; ama kentlileşmekte zorlanan, siyasî çatışmalar ve ekonomik krizlerle yıpranan orta sınıf Türk toplumu eve bağlanmıştır. Özel kanallar da toplumun bu alışkanlığını iyi değerlendirerek 1990'dan günümüze ses getiren yapıtlar

ortaya koymuşlardır. Bu çalışmalarda yine hedef kitleye uygun içerikler ve müzikler öne çıkmakta, dizi müziği olarak âşıklık geleneği mahsulleri ve türküler başvurulan ilk kaynak hâline gelmektedir. Medya bu yapımlarla türkülerin popülerleşmesini sağlamaktadır, az da olsa eserin sahibi biliniyorsa onun ünlenmesine katkı sağlamaktadır.

Genel olarak medya, özelde televizyon, yeninin temsilcisi gibi görünse de yayınlar incelendiğinde yeni formata eskiyi yerleştirmeye çalıştığı fark edilmektedir. Kültürel bellekte var olan unsurlarla hedef kitleye hitap etmek ve sonuç olarak daha fazla izlenebilmek, reklam pastasından pay alabilmek televizyonun asıl amacıdır. Toplumsal dönüşümü sağlamaya çalışan medya, bu işlevi geleneğe yaslanarak gerçekleştirir. "Gelenek geçmişten gelenle bugünün çözümlenmesi ve yönetilmesi; geleceğin kurgulanması ve planlanmasıdır" (Özdemir, 2015). Medya farkında olduğu geleneği bütünüyle değil de yapısöküm sürecine tabi tutup parçalar hâlinde kullanmakta, bugünün izler kitlesini kendisi oluşturmakta; herhangi bir gayret içerisinde olmasa da kültürel bellek için depolama ve aktarma işlevini de yerine getirmektedir. Medyanın bu kullanım ve aktarımı gelenek ve medya konusundaki tartışmaların da odak noktasını oluşturmaktadır.

3.2.1. Televizyonda Âşık Programları

3.2.1.1. Televizyonda Âşık Programların Tarihî Süreci

1990 sonrasında özel televizyon kanalların devreye girmesiyle âşıklık geleneğinin temsilcileri için yeni bir icra ortamı da ortaya çıkmıştır. Önceki dönemlerde bölge radyolarında âşıklar kendi programlarını yapmışlar, ancak televizyon gibi bir bağlamda sadece özel günlerde veya kültür, eğitim, eğlence gibi farklı amaçlarla yapılan programlarda kısa süreli yer alabilmişlerdir. İstisnai bir program olarak, aynı zamanda TRT sanatçısı olan Özay Gönlüm'ün radyodaki birikimini televizyona taşıyarak "Halk Müziği İstekler" programı ekranlara yansımıştır. Bu program da âşıklık geleneğinden ziyade adından anlaşılacağı üzere türkü isteklerine göre düzenlenen bir müzik programıdır. Âşıkların yer aldığı programlar ise medya profesyonellerinin belirlediği ölçütlere göre ve kısıtlı sürede kendilerini ifade etmelerine şans verecek niteliktedir.

Televizyon kanallarının birbiri ardına açıldığı, ancak çeşitli nedenlerle program içeriklerini dolduramadıkları özel yayıncılığın bu ilk döneminde geleneğin ustaları, takipçileri âşıklar için yeni bir kapı açmışlardır. Hem o günler için az sayıdaki ulusal kanallarda hem de yerel ölçekte yayın yapan kanallarda yeni bir format olarak "âşık programları" ekranlarda yer edinmeye başlamıştır. İlk olarak Maraşlı Âşık Hilmi Şahballı genel formatlı ulusal kanallardan Kanal 6'da, örnek teşkil edecek şekilde elli bölüm kadar yayın yapan "Türkü Pınarı", ardından da TGRT'de yüz bölüm civarında "Ozanların Dilinden" adlı programlarla yeni mecraya ilk adımı atmıştır. Aynı dönemde Âşık Nuri Çırağı Samanyolu TV'de "Âşıktan Âşıklara", Mesaj TV "Ozanlarımız", sonraki yıllarda (1996-1997) yine Samanyolu TV'de "Âşıklar Kervanı" gibi programları sunmuş, bu icra bağlamında farklı kanallarda günümüze kadar programlar yapmıştır (Özarslan, 2001: 328). Murat Çobanoğlu'da özel televizyon yayıncılığın ilk dönemlerinde "Sarı Tel", daha sonra "Ozanların Dilinden" adlı programlarla, Mesaj TV ve Meltem TV gibi ulusal kanallarda geleneği temsil etmiştir (Taşlıova, 2014: 83). Eşzamanlı olarak yerel kanallarda da farklı âşıklar tarafından hazırlanıp sunulan âşık programı seyirciyle buluşmaya başlamıştır.

M. Taşlıova geleneksel icra ile televizyon ortamındaki âşık programlarını mukayeseli bir şekilde incelediği çalışmada televizyondaki icranın diğer elektronik kültür ortamı araçlarından görsellik ve iletişim gibi noktalarda farklılık gösterdiğini belirterek bu yeni icra ortamını dijital platform olarak nitelemeyi önermektedir (Taşlıova, 2014: 81). Dijital platform olarak adlandırılan bu yeni icra bağlamına taşınan âşık programlarında Hilmi Şahballı, Nuri Çırağı, Murat Çobanoğlu gibi âşıklar da "sunucu âşık tipi"nin öncüleri olmuşlardır. Sonraki yıllarda ulusal kanallarda sistemin yerleşmesi, eğlence ağırlıklı yayın anlayışın benimsenmesi âşık programları pek yer bulamamış, mecra bölgesel ve yerel kanallarla daralmıştır. Ancak bu daralma çağın teknolojik imkânlarıyla aşılarak uydu yayınları ve internet aracılığıyla yerel ve bölgesel kanalların küresel ölçekte izlenmesi gerçekleşmiştir.

Hemen hemen yirmi beş yıldır kısa süreli kesintilerle ve sık sık kanal değiştirmelerle de olsa, âşık programları, dönemin öne çıkan âşıkları ve bu icra ortamında tanınırlığını gerçekleştirmek ve kültür endüstrilerinin sağladığı imkânlarla sanatını icra etmek isteyen âşıklar tarafından devam ettirilmektedir. Bugün için âşık programları genel

yayın anlayışıyla hareket eden kanallarda değil, izlenme oranı daha düşük, yayın akışını ve misyonunu kanal sahiplerinin ideolojisine göre belirleyen veya tamamen ekonomik gereçlere göre yayın akışını düzenleyen, yerel düzeyde yayın yapan kanallarda sürdürülmektedir. Buna rağmen uydu ve dijital yayıncılıkla bu programların küresel ölçekte izlenmesi mümkündür. Ayrıca yayınları arasında daha önceki yıllarda bu türde âşık programlarının yer almadığı TRT de günümüzde müzik ve kültür kanallarında âşık programlarına yer vermektedir. Bu durum, özel kanalları yıllarca program formatı, yapımcı, sunucu gibi açılardan besleyen TRT'nin, tersine bir akışla özel kanallardan etkilenmesine örnektir. Bununla birlikte TRT'nin kamusal yayıncılık anlayışı gereği ve ticarî kaygıdan uzak olması, 1990'lardan günümüze benzer formatta devam eden âşık programları TRT'de kısmen farklı bir şekilde ele alınmaktadır. Reklamdan ve sponsor tanıtımlarından uzak, ancak kısıtlı sürede, kısa diyaloglar ve daha çok eser icrası TRT'nin bu programlarını diğerlerinden ayırır. TRT'de yapılan iki programla birlikte son dönemde (2010-2015) ekranlarda yer alan birçok program farklı isimlerde izleyiciyle buluşmaktadır. Tespit edilebilen bu âşık programları şu şekilde sıralanabilir:

Tv Kanalı	**Sunucu**	**Program Adı**	**Gün**	**Saat**
Vatan	Yener Yılmazoğlu	Sarı Tel	Cuma	22.00
Meltem	Yener Yılmazoğlu	Sarı Tel	Salı	19.00
Seymen	Yener Yılmazoğlu	Sarı Tel	Pazartesi	20.00
Barış	Âşık Gülabi	Gönül Bahçesinden	Çarşamba	20.00
Çay	Nuri Çırağı	Âşıklar Meydanı	Pazar	20.00
TV5	Nuri Çırağı	Âşıklar Meydanı	Pazar	21.00
DRT	Ozan Nihat	Âşıklar Sohbeti	Cumartesi	22.00
Aksu	Ozan Nuri	Türkülerimiz	Pazar	21.00
Türkiyem	Âşık Ercan	Arguvan Ezgileri	Cumartesi	21.00

Türkiyem	Ali Cengiz	Türkülerle Anadolu	Pazartesi	20.30
Can Erzincan	Erol Şahiner	Âşıklar Şöleni	Salı	20.00
Türkmeneli	Paşa Susanoğlu	Âşıkların Sazından	Pazartesi	18.00
Çay	Taner Öztürkoğlu	Anadolu Ozanları	Pazar	21.00
Seymen	Taner Öztürkoğlu	Anadolu Ozanları	Pazartesi	20.00
Kocaeli	Zeki Erdali – Seyda Erdali	Bu Toprağın Türküleri	Çarşamba	20.00
Kon	Zeki Erdali – Şeyda Erdali	Bu Toprağın Türküleri	Salı	15.00
Kardelen	Ozan Baki Çetin-Kamil Çalışkan	Dilden Dile Anadolu	Salı	21.00
Kardelen	İhsan Yavuzer Rahim Sağlam	Divandan Dökülenler	Çarşamba	20.00
Kardelen	Erol Şahiner	Divandan Dökülenler	Salı	21.30
Kocaeli	Erol Ergani	Hasret Pınarı	Çarşamba	20.00
Can Erzincan	Beyzâde Aslan	Dilden Dile Anadolu	Cumartesi	20.00
Ekin	Ahmet Poyrazoğlu	Âşıklar Akşamı		
TRT-Müzik	Ahmet Poyrazoğlu	Ozanlar Harmanı	Cuma	20.00
Ekin	Ahmet Poyrazoğlu	Poyraz Yeli	Cuma	22.00
Kaçkar	Âşık Kevseri-	Âşıkların Sesi	Pazar	18.00

	Erol Coşkunoğlu			
Sınır	Âşık Kevseri- Erol Coşkunoğlu	Âşıkların Sesi	Çarşamba	19.00
Kaçkar	Erol Coşkunoğlu	Âşıklar	Pazar	22.00
Kanal A/ Ses/ Çay	Kul Nuri	Gönül Kervanı	-	-
Kon	Kul Nuri	Gönül Meclisi	Salı	16.00
TRT-Avaz	Kul Nuri	Âşıkların Avazı	Cuma	22.00
Ekintürk	Ercan Papur	Ozanların Dili	Salı	22.00
Barış	Âşık Haşimi	Türkülerle Anadolu		
Barış	Maksut Feryadi	Ozan Telinden	Perşembe	20.00
Ulusal	Maksut Feryadi	Ozan Telinden	Cumartesi	18.00
Kanal 25	Sıtkı Eminoğlu	Âşıkların Bam Telinden	Cumartesi	21.30
Doğu	Selami Yağar	Ozanlar Geçidi	-	-
	Temel Turabi	Türkü Harmanı	-	-
Adana	Hakkı Tanrıkulu	Ozanlarımızla Türkülerimiz	-	-
Koza	Gül Ahmet Yiğit	Çukurova'nın Gülleri	Cuma	-
Kocaeli	Erol Ergani	Hasret Pınarı	Çarşamba	20.00
Kanal 9	Zeynel Çınar	Çınarın Sesi	Pazar	20.00

Doğu/ Medya/ Anadolu	Baki Çetin	Dilden Dile Anadolu	-	-
Kanal 58	Cemal Özcan	Türkü Kervanı	Salı	21.00
Kanal 5	Mustafa Aydın	Karçiçeğim	Pazartesi	20.30
Seymen	Kamil Abalıoğlu[40]	Canciğer Muhabbeti	Cumartesi	20.00
TV10	Berrin Sulari	Gönül Defteri	Pazartesi	16.30
Barış	Derya Çağlayan vd.	Âşıkların Heybesinden	Perşembe	20.00
TV A (Adana)	Ertuğrul Aşıkimami	Oğlunun Diliyle İmami'nin İzinden	Salı	22.30

Tablo 2: 2010-2015 arasında Türkiye'de genel ve yerel kanallarda yayınlanan âşık programları.

Listede yer alan programların adlandırma, sunucu âşık, konuk âşık, dekor, giyim, stüdyo katılımcıları/konukları, izleyici kitlesi, format, içerik-icra, iletişim, reklam, sponsor, yardımlaşma, rekabet, ekonomik değer, sosyal prestij gibi noktalarda çözümlenmesi âşıklık geleneğinin televizyon bağlamındaki sunumunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır[41]. Böylelikle yeni bağlamda gerçekleşen "doğal" işleyişin olumlu veya olumsuz olarak nitelendirilen tüm sonuçlarının tartışılması, medya aracılığıyla gerçekleştirilen kültürel aktarımın bir sonraki adımda daha sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesine katkıda bulunacaktır.

[40] Listenin sonunda yer alan bu programların sunucuları kendileri için âşık nitelendirmesini yapmamaktadırlar. Kırıkkaleli mahallî sanatçı Kamil Abalıoğlu yaptığı programlara yörenin mahallî sanatçıları yanında âşıkları da davet etmektedir. Davut Sularî'nin torunu Berrin Sulari ve Adanalı Âşık İmamî'nin oğlu Ertuğrul Aşıkimami kendileri âşık olmamakla birlikte önderlerinin izinde geleneği sürdürmeye dönük programlar yapmaktadırlar.

[41] Televizyonda yer alan âşık programları üzerine yapılan bazı değerlendirmeler için bkz. Özarslan, 2001; Taşlıova, 2014; Alev, 2014.

3.2.1.2. Adlandırma

Âşık programlarının adlandırılmasında medyacılığın kurallarıyla uyumlu bir şekilde izler kitlenin dikkatini çeken, içerik hakkında ipucu veren ve geleneğe atıfta bulunan; çoğu iki sözcüklü tamlamalar, bir kısmı ise tek ve üç sözcüklü ifadeler tercih edilmektedir. Program adlarına bakıldığında âşık, ozan gibi sözcüklerle icracı tipe; saz, tel, dil, ezgi, avaz, türkü sözcükleriyle âşıklık sanatının araç ve ürünlerine; Anadolu, meydan, meclis, muhabbet, sohbet, divan, akşam, harman, defter gibi sözcüklerle icra bağlamına; toprak, bahçe, gül, pınar ile doğaya ve yerelliğe; gönül, hasret, canciğer gibi soyut kavramlarla sanatın genel temalarına vurgu yapılmaktadır.

Âşıklar, hazırladıkları televizyon programlarını adlandırmada geleneğe çağrışım yapmayı tercih etmektedirler. Birbirine benzer isimlerle, farklı kanallarda seyirciyle buluşan bu program adlandırmalarında, karışıklığı gidermek için ve tescil maksadıyla program adının başına bazen sunucu âşığın ismi eklenmektedir (Beyzâde Aslan ile Dilden Dile Anadolu vb). Böylelikle bu adlandırma sahiplenilerek program adının âşıkla anılması ve benzer adla bir program varsa onunla karıştırılmaması sağlanmaktadır. Âşık, bir başka sezon kanal değiştirse dahi kendisiyle özdeşleşen program adını kullanmaktadır (Âşıklar Meydanı-Nuri Çırağî vb). Adlandırma konusunda bir diğer dikkat çeken nokta medya dünyasında pek rastlanmayacak bir şekilde aynı sunucunun, iki kanalda birden, farklı günlerde aynı adla yayına giren programlar hazırlamasıdır. 1990'lı yıllarda Murat Çobanoğlu'nun başlattığı "Sarı Tel" programı günümüzde Yener Yılmazoğlu tarafından aynı adla hem Vatan hem de Meltem televizyonlarında yayına girmektedir. Ancak bu iki programın format ve içeriğin kanalın yayın anlayışına göre değiştirilmesi bir başka dikkat çekici noktadır. Bunun yanında program adlarında az da olsa âşığın mahlası çağrıştırılmaya çalışılmaktadır. Ahmet Poyrazoğlu'nun 6.11.2015'te Ekin TV'de yayınlanmaya başlayan "Poyraz Yeli" programına kendi mahlasından hareketle bir adlandırmada bulunmuştur.

3.2.1.3. Sunucu Âşık

Günümüzde program yapan âşıkların birçoğu geleneksel icra mekânlarında, usta-çırak ilişkisi içerisinde yetişmiş isimlerdir. Bir kısmı ise gençlik döneminin usta âşığından

etkilenerek âşıklık sanatına yönelmiştir. Bu âşıklar, sanatlarını televizyon dışında da güncel icra ortamlarında sürdürmektedirler. Genellikle Kuzeydoğu Anadolu yöresinden olan âşıkların yanında Adana, Malatya, Kahramanmaraş, Sivas, Denizli gibi farklı yörelerden âşıklar da program yapmakta, bir nevi yörenin ekrandaki sesi olarak hareket etmektedirler. Sunucu âşıkların çoğu elli yaş üzerinde olmakla beraber, bir usta aşığın oğlu veya kızı olan, geleneği babasından öğrenen, ondan öğrendiklerini aktarmaya çalışan genç kuşak halk müziği sanatçıları da televizyon programı yapmaktadırlar. Programların çoğu tek âşık tarafından sunulmaktadır. Bazı programların ise iki âşık tarafından sunulduğu görülmektedir (Âşık Kevserî-Erol Coşkunoğlu). İki âşığın sunduğu programlar, tek âşığın sunduğu programlarla aynı formatta ilerlemektedir. Bununla birlikte Zeki Erdali'nin kızı Şeyda Erdali ile birlikte sunduğu tarzda programlar da yer almaktadır. M. Taşlıova'ya göre Şeyda Erdali'nin âşıklık yapmaması nedeniyle bu program âşık programlarından ikili sunuma örnek oluşturmamaktadır (Taşlıova, 2014: 83). Benzer bir şekilde Barış TV'de yayınlanan "Âşıkların Heybesinden" adlı programın adı, âşık programlarını çağrıştırsa da programı üç kadın halk müziği sanatçısı birlikte sunmaktadırlar.

3.2.1.4. Program Konukları

Âşıkların televizyon programı yapmasının veya bu programlara konuk olarak katılmanın görünen nedeni daha geniş bir kitleye sesini duyurma ve geleneği yaşatmadır. Geniş bir kitleye hitap etme arzusu sadece âşıklarda değil, toplumun hemen her kesiminden bireyin psikolojisinde tanınır olmak, beğenilmek, takdir edilmek, örnek alınmak güdüsü içinde gizlenir. Günümüz medyası bu psikolojik ihtiyacı giderebilmek için aktif bir araçtır. Televizyon başta olmak üzere, özellikle sosyal medya günlük, anlık yıldızlarını yaratarak bireyin bu ihtiyacını geçici olarak giderir. Âşıklar da sesini duyurma, sanatını icra etme, takdir edilme adına çağın şartlarına göre medya imkânlarını kullanmışlardır. Âşığın televizyona çıkmasının sanat kaygısından başka bir nedeni de çağın kültürel ekonomik faaliyetleri içerisinde yer alabilmektedir. Ancak sanılanın aksine televizyon programına katılan âşık doğrudan kazanç elde edememektedir. Buradaki faaliyetler dolaylı bir şekilde ilerler, televizyon tanıtım amaçlı bir araç olarak kullanılır. Ekranda görünmek, tanınmak ustalığın tescillenmesiyle birlikte yeni faaliyet alanları için fırsat yaratmaktadır. Kaset/albüm yapmanın âşığa

külfetten başka bir getirisinin olmadığının ifade edildiği günümüz piyasasında ancak ekranda görünmeyle, camiada birlikte hareket etmeyle ekonomik faaliyetler içerisinde bulunulabilinmektedir. Düğün, dernek programı, yöre şenlikleri, anma geceleri, festivaller, Ramazan eğlenceleri, belediye etkinlikleri, üniversitelerde düzenlenen programlar gibi kültürel ekonomik faaliyet alanlarına katılabilmek için ustalığın tescillenme mekanizması olan televizyon basamak olarak değerlendirilmektedir. Bunun dışında televizyonda program yapan bir arkadaşlarına destek olmak da âşıkların ekranlarda görünme sebeplerindendir. Burada karşılıklı bir ilişki vardır. Âşıkların televizyonda birbirlerinin programlarına farklı aralıklarla katılmaları söz konusudur. Sözlü kültür geleneği içinde yetişen, sanatlarını icra eden, gizli bir rekabet içerisinde bulunan âşıklar, kültür endüstrilerinde geleneğin tutunabilmesi için rekabetten ziyade birbirlerini destekleme düşüncesiyle hareket ederler. Hatta aynı yörede yayın yapan kanallarda aynı saatte televizyon programı yapmayı saygısızlık olarak addederler.

Televizyon programlarının konukları arasında âşıklardan başka profesyonel halk müziği sanatçıları, mahallî sanatçılar, şairler, yöre/hemşeri derneği yöneticileri de yer almaktadır. Yukarıda bahsedildiği üzere âşıkların dışında sanatçılara yer vermedeki temel amaç tekdüzeleşen âşık programlarına renk katmak, daha genel bir kitleye hitap eden türkü programlarına ve "talk show" tarzındaki programlara yaklaşmak, muadili programlardan ayrı bir format yakalayarak izlenilirliği artırmaktır. Dernek yöneticileri ise programlara destek olabilmekte, bunun karşılığında programda kendilerinin, derneğin veya başka bir kurumun tanıtımı yapılabilmektedir.

3.2.1.5. Stüdyoda Dinleyici Kitle

Âşık programlarının çoğunda stüdyo, seyirci katılımlı yapılacak şekilde düzenlenmektedir. Seyirciler, ortalama 20-30 kişi civarında yer almakta ve bu kişiler özel rezervasyon yoluyla veya hemşeri dernekleri aracılığıyla belirlenmektedir. Genel olarak seyirciyle herhangi bir iletişim kurulmamaktadır. Sadece açılışta, eserler okunduktan sonra uyarıyla seyircinin alkışta bulunması istenmektedir. Eğer seyirciler arasında program sponsoru veya yöre/hemşeri derneği yöneticisi de yer alıyorsa ona kısa bir konuşma hakkı tanınmaktadır.

Görsel 27: 13.3.2015 tarihinde Vatan TV'de yayınlanan "Sarı Tel" programında stüdyo konuklarından bir kesit.

Stüdyoda ve stüdyoya çevrilen geleneksel mekânda bulunan katılımcılar genelde figüratif yapıda görünmekle (Taşlıova, 2014) birlikte âşıkları motivasyon açısından etkilemektedirler. M. Özarslan (2001: 329-330), Reyhanî'nin 1970'lerde ve 1990'larda Ramazan aylarında televizyonlarda yayımlanan hikâye icralarını değerlendirirken iki programın da kahvehanelerde çekilmesine rağmen aradaki farklılıklara dikkat çekmektedir. Erzurum'da çekilen programlarda uygun dinleyici kitlesi karşısında âşığın gayet rahat bir tavırla icrasını sürdürürken, Kocaeli'de bir kahvehanede çekilen programda hikâye icrasına yabancı seyirci kitlesi karşısında hikâyeyi kısaltarak anlatmayı tercih ettiği gözlemlenmiştir. Reyhanî'nin bu icralar konusundaki görüşleri şu şekildedir:

> *O programlar asla kahvehane veya bir konakta anlattığımız hikâyenin tadını vermiyor. Bir kere seyirci alıştığız seyirci değil. Adam anlamıyor. Yüzümüze boş boş bakıyor. Tabiî bizim de şevkimiz kırılıyor, anlatmak istemiyoruz. Oysa Erzurum'da kahvede o hikâyeleri anlattığımız zaman bir yandan ağlayan bir yandan iç geçirenler bizimle aynı ruhu hâli içinde oluyorlar. Biz de bu ruh birliği içinde hikâyeyi istediğim rahatlık ve iştiyakla anlatıyor ve bundan hoşnut oluyoruz (Özarslan, 2001: 330).*

Özkul Çobanoğlu, sözlü kültür ortamı dinleyicisi ile elektronik kültür ortamı dinleyicisi arasında değerlendirme yaparken sözlü kültür ortamı dinleyicisinin az çok geleneğe hâkim olduğunu, icra töresini bildiğini ve âşığı doğrudan etkilediğini belirtmiş ve yeni

icra ortamlarındaki en büyük değişikliğin dinleyicinin niteliğinde yaşandığını vurgulamış; elektronik kültür ortamı dinleyicisini geleneği sözlü kültür ortamında öğrenen meraklı dinleyici ve televizyonda rastgele programı açıp seyreden tesadüfî dinleyici olarak iki türlü gruplandırmıştır (2002a: 55-56). Mete Taşlıova ise gerek stüdyoda gerekse ekran başındaki dinleyici/izleyici kitlenin "istekte bulunma" dışında âşığa ve icraya yön verme dışında müdahil olmadığını belirterek televizyon icrasında dinleyicinin diğer etmenlerle birlikte değerlendirilmesi gerektiği kanaatindedir (2014: 96). Ayrıca "mekânların uzun yıllara dayanan icraları şekillendirdiği için gelenekselleştiğini ve geleneği kendi geleneksel/kurumsal yapısı içinde yaşattığını" (Taşlıova: 2014: 95) ifade etmektedir. Bu cümleden olarak yirmi beş yıllık bir süreçte devamlılık gösteren televizyonda âşık programları, bazı noktalarıyla artık gelenekselleşmiş bir yapıya bürünmüştür denilebilir. Bu yapı içerisinde farklı özellikler gösteren dinleyici kitleleri ile birlikte ağırlıklı olarak hemşerilik merkezinde yeni bir dinleyici tipi ortaya çıkmıştır. Bu dinleyici tipi âşığı ya medyadan ya da dernek geceleri, yöre şenlikleri, düğünler gibi kent merkezli kültürel ekonomik alanlardan tanımaktadır. Ayrıca icra töresi ve tür bilgisi açısından kahvehane merkezli dinleyici tipine göre son derece geridedir ve eserleri genelleyerek "türkü" ifadesini kullanır. Günümüz âşıklarının da icra bağlamlarında deyişlerini/eserlerini ifade ederken bir çatı kavram olan "türkü" ifadesini kullanmaları, bu yeni dinleyici kitlesiyle iletişimlerini kolaylaştırmak amacıyladır.

3.2.1.6. İzleyici Kitle

Âşık programlarının hitap ettiği kitle stüdyo katılımcılarından ziyade teknolojik imkânlara göre geniş bir zeminde yer alan televizyon izleyicisidir. Özellikle uydu aracılığıyla yerel bir kanalda yayınlanan program küresel ölçekte izlenebilmektedir. Ancak bu programların hedef kitlesi ve takipçileri bu imkânlara rağmen daha dar bir yapıdadır. Bunun nedeni yapı, içerik ve katılımcılar açısından birbirine benzeyen programlarda, genele hitap etmek yerine yerellik vurgusuyla kitle doğrudan daraltılmaktadır. Hatta bazı programlar o haftaki sponsorlara göre bir ilçe veya köyü öne çıkararak hitap edilen kitleyi daha da daraltmaktadır. Bu sorunları aşmak için adlandırmaya "türkü" ifadesinin eklendiği ve âşıkların yanında mahalli sanatçı, türkücü, ses sanatçısı, şair gibi unvanlarla farklı konuklar davet edilerek formatta değişikliklere

gidildiği de görülmektedir. Âşık programlarının izleyici kitlesi, kanalın özelliklerine, kanal sahibinin misyonuna, sunucu âşığın memleketine, katılımcılara, teknolojik imkânlara, sponsorlara göre değişiklik göstermekle beraber telefon istekleri, kısa mesajlar incelendiğinde genel olarak yerelde ve yerelden İstanbul, Ankara, Bursa, Kocaeli gibi yoğun olarak göç alan büyükşehirlerde ve aynı şekilde Türk işçilerin yoğun olarak yaşadığı Almanya, Fransa, Hollanda, Belçika gibi Batı Avrupa'da bulunan kişilerden oluşmaktadır. Âşık programlarında stüdyo katılımcısıyla iletişim yerine telefon bağlantısı tercih edilmektedir. Bu uygulama dikkat çekmek, tekdüzeliği kırmak, reytingi ölçebilmek için tercih edilmektedir. Özellikle yurtdışından gelen aramalara daha fazla önem verilmekte, geniş bir coğrafyada izlenildiğinin teyidi yapılmaktadır. Bunun için sürekli telefon ve kısa mesaj numaralı hatırlatılarak hedef kitlenin iletişime geçmesi sağlanmaya çalışılmaktadır. Ancak bu bağlantılar beklenmeyen durumların yaşanmasına ve âşıkların bocalamasına da neden olmaktadır. Okunan eserde taraflı olduğuna dönük şikâyetler, âşıktan bilmediği bir eserin veya dönemin popüler bir eserinin okunmasının istenilmesi, farklı bir bağlamda tanıdığı âşığı televizyonda görüp arayan seyircilerin argo konuşmaları küçük çaplı da olsa aksaklıkların yaşanmasına neden olmaktadır. Zaman zaman âşıklar da istekler konusunda tepkilerini göstermektedirler. Korkmaz İkan'ın sunuculuğunu yaptığı bir programda bu duruma tepkisi şu şekildedir: *"Bizim orda âşıktan istek yapılmaz. Bizim orda hava-makam isteği yapılır"* (Taşlıova, 2014: 89). Özel radyo ve televizyonların reytingi artırmak adına önemsedikleri dinleyici istekleri özellikle âşık programlarının ilk dönemlerinde epeyce soruna yol açmıştır. Günümüzde ise bu tip aksaklıkların önüne geçmek için "sıradaki parça, sıradaki eser" tabirleri artık yerleştirilmiş, bu duruma da katılımcılar alıştırılmıştır. Kısa mesajlar yoluyla da anlaşmalı operatörden program bütçesine ekonomik girdi sağlanmaktadır ve âşıklar bu konuda hassas davranmaya zorlanmaktadır. Gelen mesajlar sürekli altyazıda geçmekte, sunucu âşığın kâğıda aktarılmış mesajları aralarda okuması, yetişememişse konuk âşıklara okutması, hatta sırf mesaj okuması için programda görevlendirilen kişiler (Bkz. Poyraz Yeli, 2015), ekranın alt tarafında iki-üç satırı işgal eden bir alanın yazıya ayrılması; telefon ve mesajlara, isteklere verilen öneme işarettir. Sözlü kültür ortamına göre çok geniş, dağınık, farklı yörelerden oluşan bir kitleye hitap eden bu programlarla, bir dış dinamik olarak medyanın geleneği dönüştürmesi gerçekleştirilmektedir. Âşık, geleneksel icra

ortamındaki bilinçli seyirci desteğini radyo ve televizyon programlarında kaybetmiştir. Yapımcı, sunucu, sponsor, istekler, süre gibi problemler âşığı etkilemektedir. "Her dönemde olduğu gibi medya merkezli programlarda başarıyı tüketicinin tavrı belirlemektedir" (Özdemir, 2008: 259). Telefon bağlantılarının daha dikkatli yapılması, yaşanan teknik aksaklıklar için önlem alınabilmesi, programların "senaryo, kurmaca, drama yoluyla önceden yazılan metinlere dayanması" (Özarslan, 2001: 332), ekonomik anlamda reklam ve tanıtım işinin göze batmayacak şekilde yapılması, memleketçilik, hemşehricilik, dernekçilik söyleminde daha dikkatli olunması durumunda âşık programlarının nitelik olarak gelişeceği ve izleyici kitlenin genişleyeceği düşünülebilir. Ayrıca bu programlarla medya âşığa istekleri yerine getirme görevi vermiştir. Yani âşık-türkü-bağlama birlikteliği yerleştirilmiştir. Sanal dünya ile realite arasındaki iletişimi sağlama işinde de âşık başlıca rolü üstlenmiştir.

3.2.1.7. Mekân/Dekor ve Görsellik

Zaman zaman salon veya başka bir toplu mekândaki belediye, dernek gibi kurumların etkinlikleri, âşık programı olarak ekrana yansısa da âşık programları genellikle iç mekânda, televizyon stüdyosunda çekilmektedir. Mekân, kanalın imkânları ölçüsünde farklı genişliklerde olmakla birlikte birçoğunda 20-30 stüdyo seyircisinin oturabileceği platformlar yer almaktadır. Stüdyonun âşıklara ayrılan bölümünde ise genellikle oturma grubu, koltuk veya sandalye, önde sehpalar, büyük sehpada çiçek sepeti, bazen nota sehpası, âşıkların yan taraflarında bağlamaların konulması için bağlama sehpası, önlerine doğru uzatılmış mikrofon sehpaları, arka tarafta büyük saksılar yer almaktadır. Bununla birlikte fonda dijital platform varsa görsellerin akışı sağlanmakta, programın ismi hemen her programda fona yazılmaktadır. Bu programlarda imgelerle geleneksellik vurgusuna dikkat çekilmeye çalışılmaktadır. Yörenin usta âşıklarının fotoğrafları, bağlama, kilim, tarım araç-gereçleri, köyü çağrıştıran görsellere sık sık başvurulmaktadır. Bu görseller âşık programlarının ilk döneminde biraz daha ön planda yer almaktayken zamanla kilimlerle, divan, sedir, minder gibi geleneksel eşyalarla dekoru donatma işi zayıflamıştır. Bunun nedeni maliyeti düşürmek ve stüdyo hazırlıkları için geçirilen zamanı en aza indirmek olabilir. Yeni dönemdeki programlarda görsellik stüdyonun dijital platformlarındaki akış ile sağlanmaktadır. Bu görseller yoluyla programın tarzı ve içeriği konusunda seyirciye mesaj verilmektedir.

Folklorun iletişimsel bir süreçte ortaya çıktığı üzerinde Dan Ben Amos ayrıntılı bir şekilde durmuştur (2006). Ona göre anlatıcı, hikâyesi ve dinleyiciler tek bir bütünün tamamlayıcıları gibi birbirleriyle ilişkilidir. Belli bir zamanda meydana gelen folklor artistik bir aksiyondur ve sanata ait anlatımla karşılıklı bir sosyal etkilemedir. Bir olayın folklor olarak kimliklendirilmesi "metin, doku ve konteks" (Dundes, 1998) seviyelerinden birine veya üçüne birden dayandırılmasıyla mümkündür. Dan Ben Amos'un yeni tarifine göre folklor, küçük gruplardaki artistik iletişimdir. Bu tanıma yeni yaratmaları çalışmayı engelleyebileceği gerekçesiyle sözlü olarak nakil ve gelenek kavramlarını dâhil etmeyi uygun görmeyen araştırmacı, ayrıca iletişim bağlamı değiştiği için televizyonda icra edilen veya matbuatta basılan bir ürünün folklor olmaktan çıkacağını da ifade etmektedir (2006: 47-54). Günümüz şartlarında bakıldığında folklorun; ürün veya icra olarak yeni bağlamlara taşındığını ve televizyon, internet gibi bu yeni bağlamlarda yüz yüzelik olmadan da nakil ve yeni yaratmaların gerçekleştiği görülmektedir. Burada önemli olan nokta konunun muhatapları arasındaki mesajları anlamlandırabilme seviyesidir. Daha açık bir ifadeyle bir arada bulunan veya birbirlerinden haberdar olan insanların iletişimin ilk aşaması olan dikkat etme, tanıma, anlam verme aşamalarından ortak eylemde bulunma, yani etkileşime geçme aşamasıdır.

M. Çakır'a göre, çerçevesi J. Habermas (2001) tarafından çizilen iletişimsel eylem, insanın başka etkinliklere geçmesini kolaylaştıran, teşvik eden, öneren ve yönlendiren en önemli faktörlerden biridir. Birey, ancak diğer insanlarla ve gruplarla iletişimde bulunarak kendisi dışındaki dünya ile etkileşime geçmiş olur ve kendi bireysel sınırlılıklarının dışına çıkar (2014: 17). 19. yüzyıldaki teknolojik gelişmelerle birlikte söze dayalı iletişimin yanında yazı, şekil, imge, görüntü gibi görsellerin aracılığıyla gerçekleştirilen yeni iletişim çeşitleri de ortaya çıkmış, günümüzde bunlara yenileri eklenerek görsel kültür hayatın her alanına yayılmıştır. Bütün bu iletişimsel araç ve eylemler kişinin kendini, düşüncesini, duygusunu daha iyi ifade edebilme arayışının sonucu olarak toplumun tüm bireyleri tarafından kullanılır olmuştur. Âşıklar da gerek yaptıkları televizyon programlarında gerekse diğer iletişim bağlamlarında bazı mesajları görsellere yükleyerek hedeflerindeki dinleyiciyle etkileşime geçmenin yollarını aramaktadırlar. Amaç etkileşimle birlikte daha çok dinleyiciye hitap etmek, anlaşılır olmak, yaygınlık kazanmak, daha estetik icrada bulunabilmek, kalıcı yaratmalar ortaya koyabilmektir.

Görselliği sağlayan unsurlardan biri de giyimdir. Giyim, insan vücudunu örten parçalar bütününden oluşan takım şeklinde tanımlanmaktadır (Enninger, 1998). Fizyolojik ihtiyaçlardan doğan giyim ve giyim eşyalarına zamanla sosyokültürel işlevler yüklenmiş ve yaş, cinsiyet, sosyal kimlik, ideolojik duruş, yaşam tarzı gibi giyinen hakkındaki bilgiye dönük iletişimsel kodlamalar yapılmıştır (Fidan, 2011: 96). Âşıklar ise giyim konusunda tarihî süreç içerisinde yaşadıkları bölgenin günlük giysilerini kullanmışlardır. Onları tanıtan özel bir giysi parçasına ihtiyaç duyulmamış, mesaj giysiden ziyade âşıklık sanatının temel aracı saz ile verilmiştir. Cumhuriyet döneminde toplumla aynı günlük giysileri tercih etmeleriyle birlikte kayıtlı müzik piyasasına girmeye başladıklarında, yani seslerini yerelden ulusala doğru bir açılımla daha geniş kitlelere duyurmaya çalıştıklarında görsel kodlar kullanma ihtiyacı hissetmişlerdir. Âşıklar, 1950'lerle birlikte iki türlü giyim şekliyle dinleyici karşısına çıkmaya başlamışlardır (Bkz. Görsel 28). Birincisi takım elbisedir. "Takım elbise, gömlek ve kravat hem sözlü kültür icralarında hem de medya faaliyetlerinde âşıkların başlıca tercih ettikleri giyim tarzıdır. Takım elbise, günümüzde Anadolu âşıklığının adeta resmî kıyafetidir" (Taşlıova, 2014: 99). Âşıklar takım elbiseyi sanatlarını icra ettikleri resmî, sosyal veya elektronik bağlamda olumsuzluklarla karşılaşmadan rahatça kullanabilmelerinden dolayı bu denli yaygın bir şekilde tercih etmişlerdir. İkinci giyim şekli ise bulundukları yörenin geleneksel giysileridir. Bu giyim şeklinde de baştan ayağa tamamen geleneksel giysileri kullanan âşıkların yanında yöre giysilerinden sadece başlık, cepken gibi birkaç parçayı kullanmayı tercih edenler de görülmektedir. Bu tarz giyim günlük yaşamdan ziyade özel gün ve gecelerde, âşık yarışmalarında, kayıtlı müzik endüstrisinin görsellerinde, bazı televizyon programlarında kullanılmış; görsellik saz ile tamamlanmaya çalışılmıştır.

Görsel 28: 30.10.2015 tarihinde yayınlanan "Âşıkların Avazı" programından bir kesit. Erol Şahiner takım elbise, gömlek ve kravatıyla programa katılırken, sunucu Kul Nuri kalpak ve kaftan ile; Ozan Nihat ise yöreye has cepken ve bir başlıkla görünmektedir.

Saz, âşıklık geleneğinin temel unsurudur. "Ozan-baksı geleneği içinde yer alan çalgı aletine kopuz adı verilmiştir. 14. yüzyılda Azerbaycan'da 'ozan' kelimesi, 'kopuz' anlamında kullanılmış, böylece bu aleti çalarak şiir söyleyenlere 'ozancı' denilmiştir. Anadolu sahasında ozanların âşık adıyla anılmaya başlamasından sonra aletin adı 'çöğür' veya 'saz' biçiminde yerleşmeye başlamıştır" (Düzgün, 2004: 193). Saza yüzyılar içinde farklı kutsal anlamlar yüklenmiştir. Dede Korkut'ta kopuz bir velilik sembolü olarak görülmekte ve elinde kopuz olan birine kılıç çekilmemektedir (Ögel, 1991: 9'dan akt. Durbilmez, 2010: 149). Ayrıca Alevî-Bektaşî kültür dairesi içerisinde sazın kutsiyeti, ona yüklenen anlamlar, ayinlerde kullanılması bilinmektedir. Kutsiyetin yanında sazın icradaki işlevleri incelendiğinde âşığa atışmada, doğaçlama söylemede, hikâye icrasında, muamma çözmede kolaylık sağladığı belirtilmektedir (Durbilmez, 2010). Kültür endüstrileri bağlamında farklı denemeler (elektrosaz, yaren, teknesiz saz) ortaya çıkmış olsa da âşıkların çoğunluğu geleneğin özünü farklılaştıracağı düşüncesiyle bu tür denemelere pek hoşgörülü bir tavır sergilememişlerdir. Saz, her türlü yönlendirmeye karşı temel yapı ve biçimini korumuştur. Nazım biçimi, hece ölçüsü ve saz âşıklık geleneğini var eden ve yaşatan temel unsurlardır. Medya bağlamında değişim daha çok bunlar dışında eğitim ve icra sistemi üzerinde yaşanmaktadır. Geleneğin devamı açısından bu dönüşüm zorunlu bir gelişme olarak kabul edilmektedir (Özdemir,

2007: 258). Bütün değişimlerle birlikte sırf görüntüsüyle âşıklık geleneğinin bir kimliklendirme unsuru olan (Özarslan, 2001: 171) sazın devamlılığını sağlayacağı ve geleneksel kültürün temel imgesi olarak görüleceği düşünülmektedir.

3.2.1.8. Âşık Programlarında Genel Format

Âşık programları birbirine benzer bir formatta izleyiciyle buluşmakla birlikte süre, izleyici ile iletişim, reklam, orkestra, konuklar gibi noktalarda birbirinden farklılaşmaktadır. İncelenen programların format ve içeriği âşık programlarının üç tarzda izleyiciye sunulduğu görülmektedir[42]. Nuri Çırağî'nın "Âşıklar Meydanı", Kul Nuri'nin "Âşıkların Avazı" ve Yener Yılmazoğlu'nun Vatan televizyonundaki "Sarı Tel" programları bu formattaki farklılaşmayı göstermektedir. Bunun yanında dördüncü grup olarak türkü programı formatında olup konuk sanatçı olarak âşıkların da katıldığı programlar eklenebilir.

Birinci gruba örnek olarak özel televizyonlarla başlayan ve yaklaşık yirmi beş yıl benzer şekilde devam eden âşık programları için "Âşıklar Meydanı" değerlendirilebilir. Bu tarz programlarda sözlü kültür ortamındaki (kahvehane) âşıklık icrasına mümkün olduğunca yaklaşılmaya ve icra sırasında eserlerin örneklemesinde geleneğe uygun davranılmaya çalışılır. Genellikle divanla, bazen de hoş geldiniz (hoşlama) konulu bir koşmayla açılış yapılır. Atışmalar için gündeme dair konular seçilir, manevi konular değerlendirilmeye çalışılır. Âşıklar usta malı deyişlere de yer vererek geçmiş âşıkları yâd ederler. Diyalog kısımları ağırlıktadır; anılar, anmalar, sitem ve eleştirilerle doğallık sağlanmaya çalışılır. Herhangi bir aksaklık olursa tabii karşılanır. Telefon görüşmelerine önem verilir, mesajlar âşıklar tarafından okunur. Reklam kuşakları dışında tanıtım, etkinlik duyurusu, hasta olanlara şifa dilenmesi, çevreden vefat edenlerin söylenip rahmet dilenmesi, eşe dosta selam gönderilmesi konuşma bölümlerinde sık sık karşılaşılan durumlardır. Program koçaklamayla veya destan havasında bir eserle bitirilir.

[42] Format açısından farklılık gösteren âşık programlarının içeriğini değerlendirmek üzere Nuri Çırağî (Nuri Cihan Karataş)'nın TV5'te 3.11.2013 Pazar akşamı 21.00'de yayınlanan "Âşıklar Meydanı" programı (http://www.tv5.com.tr/usta-asiklardan-resitalasik-nuri-ciragi-cemal-divani-sitki-eminoglu-03-11-2013-_pri294.html)(E.T.:3.11.2013); Yener Yılmazoğlu'nun Vatan TV'de 13.3.2015 Cuma akşamı 22.00'de yayınlanan "Sarı Tel" programı (https://www.youtube.com/watch?v=5ccQJGKMhDo); Kul Nuri (Nurettin Türkan)'nin 3.10.2015 Cuma akşamı 22.25'te yayınlanan "Âşıkların Avazı" (https://www.youtube.com/watch?v=GGAKRnpZcJ4) (E.T.:3.10.2015) adlı programlar incelenmiştir.

Âşık programlarının ikinci grubuna örnek olarak Yener Yılmazoğlu'nun Vatan TV'de ekrana gelen "Sarı Tel" programı verilebilir. Âşığın aynı adla Meltem TV'de hazırladığı program, kanalın misyonunun da etkisiyle birinci grup âşık programı formatında seyrederken Vatan TV'deki "Sarı Tel" programı yine kanalın etkisiyle farklı bir formata evrilmiştir. 13.3.2015 tarihinde ekrana gelen programın daha çok önceki dönemlerde ekranlara gelen "İbo Show", "Türüt Show", "Kuzeyin Oğlu" gibi eğlence-türkü programlarıyla benzeştiği tespit edilmiştir. Âşık havalarından esinlenilerek oluşan (Terekeme havası) kısa bir jenerikle birlikte Yener Yılmazoğlu'nun stüdyoya girmesiyle başlayan program, stüdyo ışıklandırması, başlama, bitiş, konuklar, konukları takdim, okunan eserler, programın süresi, reklam-tanıtım süresi, diyaloglar, eser icraları, orkestra bulundurma, şenlik, gece, festival gibi etkinliklerin görüntülerini verme gibi birçok noktada birinci grup programlardan farklılaşır. Bu gruptaki programlar âşıkların davet edilmesi, izleyiciyle iletişim, diyaloglar gibi noktalarda ise genel âşık programlarına benzerlik gösterir.

Üçüncü grup programlara örnek olarak "Âşıkların Avazı" programı değerlendirilebilir. Bu program da okunan usta malı eserler, türler, konular, geleneğe sahiplenme, doğallık gibi noktalarda birinci gruptaki programlara benzer. Ancak program süresi nedeniyle eserler kısaltılarak söylenir, diyaloglar kısadır. Banttan yayın olmasına rağmen doğallığı bozmamak adına hatalar düzeltilmez. Ayrıca resmî bir kurumda yayınlanan bu programlarda telefon bağlantısı ve mesajlar, reklam, sponsor, tanıtım konularına girilmez. Kul Nuri'nin sunduğu, Erol Şahiner ve Ozan Nihat'ın konuk olarak katıldıkları 3.10.2015 tarihindeki "Âşıkların Avazı" adlı programın sözel metni şu şekildedir:

"ÂŞIKLARIN AVAZI[43]

Sunucu: Âşık Kul Nuri

Konuklar: Âşık Erol Şahinler ve Ozan Nihat

Kanal: TRT-Avaz

30.10.2015 Cuma 22.25

[43] Âşıkların Avazı (2015). Televizyon Programı, Sunucu: Âşık Kul Nuri (Nurettin Türkan), TRT-AVAZ, 30.10.2015.

ÂŞIK KUL NURİ: Duman çökmüş, bulut örtmüş başını,
Bu dağların yamacında neler var.
Arı olup çiçek çiçek gezseydim,
Bulutların ilacında neler var.

Yamacında goyun guzu meliyor,
Melemesi yüreğimi deliyor.
Çoban gavalını (dertli) dertli çalıyor,
Bu çalmanın amacında neler var.

Koca dağlar (aşıl) aşılmayan dağlarsın,
Yâra getsem yollarımı bağlarsın.
Ey Kul Nuri (feryat) feryat eder ağlarsın,
Söylesene bu acında neler var.

ÂŞIK KUL NURİ: "Söylesene bu acında neler var?"… Kıymetli seyircilerimiz, "Âşıkların Avazı"ndan hepinize merhabalar. Hürmetlerimi, selamlarımı sunuyorum. Âşık Reyhanî Stüdyosu'nda "Âşıkların Avazı" tüm hızıyla devam ediyor. Sizlerin arzu ve isteklerinizi yerine getirebilmek için tüm âşık arkadaşlarımızla beraber mücadele ediyoruz, düşünüyoruz, tasarlıyoruz. Ne söyleyelim diye, nasıl edelim diye bir yol çiziyoruz. Ona göre suyu bir kaba alıyoruz. Bugünkü arkadaşlarımız da yine her zaman olduğu gibi çok güçlü arkadaşlarım, âşık arkadaşlarım. Hemen tanıtıyorum: Erzurum Oltulu kendisi, Âşık Erol Ergani. Hoş geldiniz Erol Usta.

EROL ŞAHİNER: Eyvallah, teşekkür ederim.

ÂŞIK KUL NURİ: Nasılsın?

EROL ŞAHİNER: Erol Şahiner, saygılar sunuyorum. Sizinle birlikte aynı sahneyi paylaşmak, programda olmak, Âşık Kul Nuri ile kültüre hizmet etmek benim için bir ayrıcalık. Hayırlı, uğurlu olsun.

ÂŞIK KUL NURİ: Teşekkür ederiz, sağ olasın. Ve diğer bir âşık arkadaşım, hani diyorlar ya hep Erzurum, Kars, Sivas'tan mı âşıklar çıkar? Hep Çorum'dan Çukurova'dan mı çıkar? Gümüşhane'den, Erzincan'dan mı çıkar? Hayır! Ta gidiyoruz Türkiye'nin batısına, Ege'ye. Hani horozları meşhur ya, ötüveriyor diyor ya, ötüveriyor,

horoz ötüveriyor, çok ötüveriyor. O yöreden yani Denizli'den, Denizli'nin tek âşığı olan âşık, o mahlasını öyle kullanıyor: Ozan Nihat. Nihat Bey hoş geldiniz.

OZAN NİHAT: Hoş bulduk. Çok teşekkürler, sağ olun:

Aşk seli batıdan akar mı derler,
Akıp Denizli'ye bakar mı derler,
Ege'den de âşık çıkar mı derler,
Bunu zihinlerden sildim çok şükür.

ÂŞIK KUL NURİ: Çok teşekkür ediyorum, sağ olasın. Hemen bunun peşine, bu güzel iki, üç, dört mısranın peşine Erol Şahiner'in türküsüyle devam edelim. Buyurun Erol Şahiner.

EROL ŞAHİNER: Kadir Mevlâm seni övmüş yaratmış,
Şu garip gönlümde narinsin narin.
Aşkın hamurundan ruhuna gatmış,
Türküsün dilimde, narinsin narin.

Seninle süslenir aşkın kalesi,
Turna senden alır avazı, sesi.
Bizim yaylaların mor menekşesi,
Açarsın elimde, narinsin narin.

Gözlerinde mana derindir derin,
Yüreklere batar ok kipriklerin.
Çeyiz sandığında ayrıdır yerin,
Nakışsın kilimde, narinsin narin.

ÂŞIK KUL NURİ: Çok teşekkür ediyoruz Erol Şahiner. Hani büyüklerimiz demişler ki "Meyve derdinde olmayan ağaç bir odundur". Bir eser üretmeyen âşık ne olur? Kapatıyoruz parantezi ve Ozan Nihat'a. Nihat Bey buyurun bir türkü de sizden… Seyircilerimiz bizden birer türkü dinlemiş olsun. Sesimizi bir alsınlar, nihayet bir atışma yapacağız. Buyurun.

OZAN NİHAT: Hayallerim senin ile süslendi,

Al yazmalım, ahu gözlüm nerdesin?
Ruhum dinden, gönlüm senden beslendi,
Hayalimde saklım gizlim nerdesin?

Kimseler görmedi peşinde gezdim,
Haberin olmadı döşünde gezdim.
Kudretten çekilmiş kaşında gezdim,
Hayalimde saklım gizlim nerdesin?

Zamana direndi hâllerin senin,
On parmak on hüner ellerin senin,
Derdime devadır dillerin senin,
Mert yüreklim, açık sözlüm nerdesin?

Bu Ozan Nihat'ı özünde gördüm,
Özünün nurunu yüzünde gördüm,
Ben beni aradım gözünde gördüm,
Bir bakışı yüz bin nazlım nerdesin?

ÂŞIK KUL NURİ: Teşekkür ediyoruz Nihat Bey'e. Kıymetli seyircilerimiz bir karşılaşma yapacağız şimdi. Ayağı başta oturduğu için Erol Şahinler açacak. Ancak bir şey söyleyeyim, yine aklıma geldi. Biz bir kültürün devamcısıyız. Bir kültürü savunuyoruz ve onu devam ettiriyoruz. Hani diyorlar ya "Şeytanı şeytan yapan hatası değil, hatasını savunmaktır". Biz hatamızı değil milletimizin, halkımızın kültürünü savunmaya çalışıyoruz, devam ettirmeye çalışıyoruz. Arzu iştiyakımız budur. Buyurun Erol Şahiner.

EROL ŞAHİNER: Âşıkların Avazı'nda,
Ozanı yaşatmalıyız,
Edirne'den Ardahan'a,
Her yanı yaşatmalıyız.

ÂŞIK KUL NURİ: Ecdadımın yadigârı,
Divanı yaşatmalıyız.
Hor bakmak olur mu bize,

Vicdanı yaşatmalıyız.

OZAN NİHAT: Edirne'den Kars'a kadar,
Vatanı yaşatmalıyız.
Hiçbirisi ölmemeli,
İnsanı yaşatmalıyız.

EROL ŞAHİNER: Al bayrağın gölgesinde,
İstiklalin ilkesinde,
Reyhanî Stüdyosu'nda,
Sümmanî yaşatmalıyız.

ÂŞIK KUL NURİ: Dertlilerin niyazında,
Gariplerin bu sazında,
Âşıkların Avazı'nda,
Meydanı yaşatmalıyız.

OZAN NİHAT: Tarih boyu övünelim,
Tüm şerlerden kovulalım,
Daim sevip sevilelim,
Cananı yaşatmalıyız.

EROL ŞAHİNER: Şahiner bir hayal kurdu,
Sevmeyenin aklı durdu,
Burası Türk-İslam yurdu,
Ezanı yaşatmalıyız.

ÂŞIK KUL NURİ Kul Nuri'nin bu hevesi,
En sonu biter nefesi.
Muhammed'in hediyesi,
Kur'ân'ı yaşatmalıyız.

OZAN NİHAT: Ozan Nihat aç kucağı,
Kalbindedir aşk sıcağı.
Tütsün Yesevî ocağı,
Dumanı yaşatmalıyız.

ÂŞIK KUL NURİ: Evet, biz de yaşatıyoruz. Bir cümleyle de atışma yönünden söylemiştik zaten. Arzumuz, niyetimiz budur. Tek temennimiz budur. Evet Erol Şahiner, bir türkü daha hakkımız var. Bunu değerlendirelim.

EROL ŞAHİNER: Eyvallah, sevgili Âşık Kul Nuri ağabeyimsin, büyüğümsün benim, ellerinden öperim, üstadımızın da. O da benim Almanya arkadaşım, Avrupa arkadaşım. Madem Âşık Reyhanî Stüdyolarındayız, o zaman Reyhanî ustadan bir eser, aslında hikâyeli bir türküdür: On dört yaşında Erzurum'un bir köyüne gider Reyhanî. On dört yaşında bir kızımız, bütün kızlar böyle kovalarıyla su dolduruyorlar. Yüzlerine bakamaz kızların, ama suyun içinde, çeşmenin önüne akan suyun içinde kızın resmini görür. Aradan on yıl geçer. Yine aynı köye giden Reyhanî'yi terslerler. "Sen on yıl önce gelmiştin, bir kız vardı bu çeşmede. O kız iki gün önce vefat etti" derler. Reyhanî çok üzülür, İstanbul'da stüdyoda bu türküyü okur. Ben de sizin programınızdan bütün Türkiye'ye arz ederim:

Bir ela gözlü yâr yıllarca evvel,
Berrak bir pınarın başındayıdı.
Huri kadar saftı da melekten güzel,
Daha henüz on dört yaşındayıdı.

Dağlar haramı, açma yaramı aman aman,
Huri kadar saftı da melekten güzel,
Daha henüz on dört yaşındayıdı,
Sabah yıldızı yâr ayırdı bizi.

Oğul bir gün onu da ben kaybettim, el buldu,
O zaman gönlümde yol iki oldu,
On yıl sonra haberin aldım öldü,
Hayâli bir mezar daşındayıdı,
Dağlar haramı, açma yaramı aman aman.

Helen on yıl sonra haberin aldım öldü,
Hayâli bir mezar daşındayıdı,
Dağlar ben nidem aman aman,
Yâr kime gidem aman.

Hele ben de Reyhanı'yım da dedim ele aman,
Girmeyin sevdaya, çıkması oy aman.
Girmeyin sevdaya çıkması yaman,
Sorarsalar bu hikâye ne zaman,
Elli bir yılının gışındayıdı,

Dağlar haramı, açma yaramı oy oy,
Oğul sorarsalar bu hikâye ne zaman,
Elli bir yılının gışındayıdı,
Dağlar yaz gele oy oy,
Söyle yaz gele oy oy.

ÂŞIK KUL NURİ: Çok sağ ol Erol Şahiner. Reyhanî Usta'ya da Allah tekrar rahmet eylesin ki ondan sonraki kuşağa, kuşaktaki âşıklara da eserlerini bıraktı. Ailesine de selam gönderiyorum. Evet Nihat Bey, buyurun sizden bir şiir dinleyelim. Sizin önemli bir şiiriniz vardı.

OZAN NİHAT: Evet, Ege tarafına gidelim.

ÂŞIK KUL NURİ: Ege tarafına gidelim. Ege tarafından güzel bir şiiriniz vardı, onu dinleyelim. Seyircilerimize armağan edelim.

OZAN NİHAT: Şimdi "Âşıkların Avazı" programında biraz yanık türküler oldu. Ben şimdi hele hele Reyhanî'nin "elli bir yılındaydı" deyince o türkünün sonunda, hani "Bir âşık Reyhanî var idi gitti/ Ey millet memleket başın sağ olsun/ Koskoca çileli bir ömür gitti/ Onurlu sefalet başın sağ olsun". Çok uzun bu. Allah gani gani rahmet eylesin geçmiş âşıklarımıza. Ben şimdi TRT ekranlarından cümbür cemaat bütün yarenleri, arkıdeşleri, gardeşleri, hepsini beraber toplayıp bizim oralara götüreyim. Gidelim, hep beraber gidelim.

Elli sene, altmış sene öncesine şöyle bir seyahat edelim, sanal âlemde, hayal âleminde. Ozan Nihat'ın dilinden, telinden değil. Bizim orası dağ köyü, Yörüğüz biz, Karakeçili Yörüklerden. Övünmek gibi olmasın. "Ula Irımızan, Koca Hasan'ın evi nerde?" dedi mi, ıhıncık dedi mi, tam bir buçuk saat gidersiniz, aynen böyle. Ama Hacı Dayı'nın

çenesinin ucundan böyle sakalla ııhııncık derse, iki saatten önce varamazsın. Şimdi gidelim hep beraber.

Çocukluk Yılları
Çocukluk yılları, gençlik çağları,
Rüzgâr gibi tozduğumuz günler hey!
Engin ovaları, yüce dağlar,
Çarığınan gezdiğimiz günler hey hey!

Bir köyden bir köye yaya giderdik,
Düğün olsa uzak köye giderdik,
Serinlemek için çaya giderdik,
Cıscıbıldak yüzdüğümüz günler hey hey!

Akşam olur toplanırdık ay varken,
Ganlarımız fıkır fıkır gaynarken,
Körebe, saklambaç, yüzük oynarken,
Arada yan çizdiğimiz günler hey hey!

Mısır unu, mısır unu zoframızın direği,
Ziyafet olurdu iliyam böreği,
Hele hele tereyağlı bayram çöreği,
Yeyip yeyip azdığımız günler hey, gözünü sevdiğimin hey!

Ekin tarlasında, ekin tarlasında orak çekerdik,
Öğle vakti bir gölgeye çökerdik,
Kaleyle çanağa yoğurt dökerdik,
Ekmeğinen ezdiğimiz günler hey, gözünü sevdiğimin hey!

Toprak desti ile şöyle dikdik mi başa,
Eh sıra gelirdi cımıcık uykuya düşe,
Gölgelerde bulur bulmaz bir köşe,
Yorgunluktan sızdığımız günler hey hey!

Akça gızlar, akça gızlar gider iken pınara,
Seyrederdik çekilip de kenara,

Onlar için çıkıp ulu çınara,
Adlarını yazdığımız günler hey, gözünü sevdiğimin hey!

Amma, amma o zaman sevgiler daha pak idi,
Evlenmeden öyle filört mülört, zart zurt yok idi,
Ancak mektuplaşmak gizli hak idi,
Bol bol şifre çözdüğümüz günler hey hey!

Akşam olur yorgunluğu atarken,
Guguk kuşu ve böcekler öterken,
Hele harman yerlerinde yatarken,
Yıldızları süzdüğümüz günler hey, gözünü sevdiğimin hey!

Ozan Nihat, Ozan Nihat zaman olduk çağı deldik,
Bülbül olduk, bir gül için bağı deldik,
Ferhat olduk, Ferhat olduk, Şirin için dağı deldik,
Gönlümüzü üzdüğümüz günler hey,
Yalınayak gezdiğimiz günler hey,
Bol bol şifre çözdüğümüz günler hey, gözünü sevdiğimin hey!

ÂŞIK KUL NURİ: Çok sağ ol Nihat Bey, teşekkür ediyorum. Hani derler ki "Yaşlanmak dağa doğru çıkmaya benzer". Yani biz de yaşı geçtik diyor da zaten öyle olmuş, onun için eski günleri hatırlıyor. Bir hareketli türkü de ben söyleyeyim. Müsaadenizle.

Deli gönül hüzünlenme,
Hüzünü gömdüm sineme,
Ömür boyu gülmesen de,
Derd eden mi var oy oy,
Ağlayan mı var?

Umutların ne tez bitti,
Dağlarında baykuş öttü,
Gençligin tükendi getti,
Derd eden mi var oy oy,

Ağlayan mı var?

Ey Kul Nuri sana n'olmuş,
Sazın köşelerde kalmış,
Deseler gurbette ölmüş,
Derd eden mi var oy oy,
Ağlayan mı var?

ÂŞIK KUL NURİ: Evet, ağlayan olur. Her ölünün arkasından muhakkak ki hiç olmazsa bir ağlayanı çıkar. Hatta kimsesi yok ise kuşlar bile arkasından ağlar. Geçmiş âşıkların söyledikleri gibi. Evet, kıymetli seyircilerimiz zannediyorum "Âşıkların Avazı" güzel gidiyor. Yani buradan ben sizi seyrediyorum, işaretlerinizi de anlıyoruz buradan seyircilerimizin. Sağ olun, var olun. Arkadaşlarımızdan birer türkü daha alalım. Ama kısa olsun, çünkü zamanımız çok kısıtlı. Birer türkü size düşüyor. Buyurun Erol Şahiner.

EROL ŞAHİNER: Sen ay yüzlü peri misin?
Aklım baştan aldın güzel.
Cennetteki huri misin?
Beni benden çaldın güzel.

Güzel, güzel, güzel, güzel,
Sevdan bu gönlümde özel,
Aşkın yüreğimde güzel.

Mah yüzün Yusuf soydan mı,
Cennette akan çaydan mı,
Oltu'dan mı, Narman'dan mı,
Söyle nerden geldin güzel?
(Bağlantı)

Şahiner'i ettin deli,
Estirirsin hasret yeli,
Kirpiklerin ok misali,
Yüreğimi deldin güzel.

(Bağlantı)

ÂŞIK KUL NURİ: Çok teşekkür ediyoruz Erol Şahiner'e son türküsünden. Nihat Bey sizden de bir türkü alalım, zamanımızı değerlendirelim.

OZAN NİHAT: Ben bir zeybek okuyayım. Batı Anadolu'dan. Zeybeklerimizin yarıdan fazlası aslında ağıttır, bu okuyacağım Osmanım Türküsü de bir ağıttır:

Osmanım Türküsü
Osmanımın mendili saman da sarısı of of.
Osmanıma kıydılar gece yarısı.
Osmanıma kıyanlar, gahpe idi hepisi of of.

Osmanım Osmanım, zeybek Osmanım,
Osmanıma kıyanlar, olsun düşmanım.

Susuz derelerde otlar da biter mi of of,
Osmansız evlerde duman tüter mi?
Dünya malını neyleyim, Osmanımı dutar mı of of.

Osmanım Osmanım, yiğit Osmanım,
Osmanıma kıyanlar olsun düşmanım.
Açın gapıları Osman geliyor,
Gerneşe gerneşe aslan geliyor.

ÂŞIK KUL NURİ: Çok sağ olasın. Biz de gerneşe gerneşe söylüyoruz. Sağ olasın. Evet, zamanımız daraldı. Çok kısa bir türkü de ben söyleyeyim, sonra bitirelim.

Nazlı yâra gidem dedim,
Yollarımı bağladılar.
Selam göndereyim dedim,
Dillerimi bağladılar. (Peşim sıra ağladılar)

Gurbet eli gezecektim,
Yâra türkü düzecektim,
Birkaç satır yazacaktım,
Ellerimi bağladılar. (Peşim sıra ağladılar)

Kul Nuri'yim bu sızımı,
Sızıverdi avazımı.
Çalamadım gam sazımı,
Tellerimi bağladılar. (Peşim sıra ağladılar)"

TRT-AVAZ'da yayınlanan 44 dakikalık bu programın süresi diğer âşık programlarının süresine göre son derece kısıtlıdır. Program katılımcı alınmadan "Reyhanî Stüdyosu" (TRT-Erzurum) adı verilen stüdyoda yapılmaktadır. Erzurum'un önceki dönem âşıkları arasında zirve isim olarak görülen Reyhanî bu vesileyle program esnasında sık sık anılmakta, ondan eserler okunmaktadır. Burada da olduğu gibi programın açılışı sunucu âşık tarafından yapılarak sözlü kültür mekânlarında usta âşığın divan veya koşmayla (hoş geldiniz, hoşlama) yaptığı fasıl açılışları çağrıştırılmaktadır. İlk deyişten sonra Kul Nuri, konuk âşıkları takdim etmektedir. Kul Nuri, bu esnada Erol Şahiner'in adını bir başka yaşayan âşık Erol Erganî'yle karıştırmış, bant yayını olmasına rağmen bunun düzeltilmesine gerek duyulmamıştır. Bunun gibi programın ilerleyen bölümlerinde Kul Nuri'nin stüdyoda seyirci varmış gibi konuşmaya çalışması, programı yapaylıktan kurtarmak ve seyirci katılımlı canlı yayınlanan programlardaki havayı yakalamak amacıyladır. Ancak sürenin kısıtlı olması, konuşma bölümlerinin kısa tutulmasına, sık sık süre vurgusu yapılmasına neden olmaktadır. Programda âşıklar bir karşılaşma yapabilmiş, üçer kez de eserlerini icra etmeye fırsat verilmiştir. Kul Nuri açılış ve kapanıştan başka kendine ait bir deyiş daha okumuştur. Erol Şahiner iki deyiş ve bir de kısaca ağıdın yakılış hikâyesini aktarıp Reyhanî'den ağıt okumuş; Ozan Nihat ise diğer âşıklardan farklı bir şekilde bir kendi deyişini, bir şiir, bir de halk türküsü seslendirmiştir. Sözlü gelenekte veya diğer âşık programlarında alışılagelmiş bir şekilde koçaklama destanla kapatılan programlardan farklı bir şekilde, Kul Nuri lirik bir türküsüyle kapanışı gerçekleştirmiştir.

"Âşıklar Meydanı"[44]'programının ise 3.11.2013 tarihli yayınına Cemal Divanî ve Sıtkı Eminoğlu konuk âşık olarak katılmışlardır. Rüstem Alyansoğlu, Mevlüt İhsanî, Murat Çobanoğlu, İlhami Demir, Nusret Torunî gibi geleneğin yakın dönem ustalarının fotoğraflarının yer aldığı jenerikten sonra üç âşığın birlikte söyledikleri ve "Âşıklar Meydanı" programını tanıtan bir deyişle açılış yapılır. Nuri Çırağı takım elbise

[44] Âşıklar Meydanı (2013). Televizyon Programı. Sunucu: Âşık Nuri Çırağı (Nuri Cihan Karataş), TV5, 3.11.2013.

giymişken, konuk âşıklar yöresel giysilerle seyirci karşısına çıkmışlardır. Deyişin ilk dörtlüğü şu şekildedir:

"TV5 ekranında meydan eder âşıklar,
Vatanın her yanında devran eder âşıklar,
Vatan için canını kurban eder âşıklar,
Âşığım diyenlere meydan eder âşıklar."

Ardından yeni yayın döneminin ilk programı olması ve o günün Hicrî yılbaşına denk gelmesinden dolayı; dualarla dirlik-düzenlik vurgusu yapılır. Yine aynı âşıkların katıldıkları önceki dönemin son programından bahsedilir. Kısa bir sohbetten sonra Nuri Çırağı *"Sanıyorum ki âşıklığın usulüne, töresine, geleneğine göre bir divanla başlayacaklar arkadaşlarım. Sıtkı Eminoğlu açarsa, Cemal Divanî de efendim, cevap verir diye. Haydi ya Allah. Buyurun arkadaşlarım"* (Çırağı, 2013) diyerek konuk âşıkları yönlendirmekte ve gelenek vurgusu yapmaktadır. Bu durum âşık programlarında sıklıkla yaşanmaktadır. Yönlendirme işi sunucu âşığa aittir. Süreyi etkin bir şekilde kullanmak isteyen sunucu âşık, konukların okuyacakları eserlerin konuları, türleri, hacimleri konusunda müdahalede bulunur, onları yönlendirir. Okunan divandan sonra Nuri Çırağı gelenek konusundaki görüşlerini aktarmaya devam eder. Böylelikle homojen bir yapıda bulunan televizyon izleyicisine, televizyonun eğitim işlevinden yararlanarak gelenek ve icra töresi hakkında bilgi vermektedir:

"Aziz muhteremler, bu her iki arkadaşıma da teşekkür ediyorum. Bunlar irticalen, hem de divan yaptılar, divan söylediler. Bu biraz evvel beraber söylediğimiz bir güzel şey vardı. Arkasında nakarat olarak efendim "vatan için canını kurban eder âşıklar" ve "âşığım diyenlere meydan eder âşıklar". İşte âşıklık bu. Biz böyle bildik, böyle öğrendik. Üstatlarımızdan böyle gördük. Niye Sümmanî'yi bahsediyoruz, niye Emrah'ı bahsediyoruz, niye Erbabî'yi bahsediyoruz, niye Ruhsatî'yi bahsediyoruz, niye Şenlik'i bahsediyoruz? Demek ki bir şey var ki bahsediyoruz. İddiamız bunun için, iyisini yapmak için özen gösteriyoruz. Özen göstereceğiz de çünkü bu bizim geleneğimiz, örfümüz, âdetimiz. Çok teşekkür ediyorum her ikinize de, ağzınıza gönlünüze sağlık." (Çırağı, 2013)

Programda selam gönderme, eşi dostu anma bölümlerinden sonra konuk âşıklardan Sıtkı Eminoğlu, kendi koşmasından sonra Ruhanî'den bir usta malı deyiş okumuştur. Ardından Erzurum'dan arayan izleyici Şükrü Aydemir ile kısa bir sohbet gerçekleştirilmiş, izleyici Reyhanî'den okuduğu bir dörtlükle istekte bulunmuştur. Bunun üzerine gelenekte usta malı deyişlerin öneminden bahsedildikten sonra sıra Cemal Divanî'ye geçmiş, ancak reklam girilmesine üç dakika kaldığı için Cemal Divanî kendi eserini okuyamamış, ustası olan Mevlüt İhsanî'den bir deyiş okumuştur. Reyhanî'ye ait bir deyişi ise programın sonlarına doğru seslendirmiştir. Reklam sonrasında tekrar Cemal Divanî'nin okuduğu kendi deyişiyle devam edilmiştir. Ardından Nuri Çırağı, yakında vefat edenleri anarak ailelerine taziye dileklerinde bulunmuş; farklı yerlerden arayanlardan bahsedilerek selam gönderilmiştir. Daha sonra Almanya'dan arayan şair Aydın Tazegül ile kısa bir sohbet gerçekleştirilmiştir. Âşık programlarında telefon bağlantılarına dikkat edilmekte, özellikle yurtdışı bağlantılarına önem verilmektedir. Bu durum âşıklık geleneğinin 20. yüzyılın ikinci yarısından beri âşıkların yurtdışında yaşayan işçilerin sözcülüğünü üstlenmeleri, onlar için sık sık yurtdışında programlar yapmaları, âşıkların başlıca takipçileri arasında bu gurbetçi nüfusun yer almasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca televizyonun geniş bir hinterlantta izlendiğinin tescili bu bağlantılarla yapılmaktadır.

Telefon bağlantısından sonra Nuri Çırağı *"Atışma yapsak güzel olmaz mı?.. Ben de mi karışayım yoksa?"* (Çırağı, 2013) diyerek icrayı yönlendirmeye devam etmektedir. Sıtkı Eminoğlu'nun verdiği ayakla üçlü atışma icrası sergilenmektedir. Atışmadan sonra söz Cemal Divanî'ye verilir. Âşık çıkardığı listedeki isimleri okuyarak türküsünü onlara armağan eder. Ardından isteklerden bahsedilir ve telefon bağlantısı alınır. Sıtkı Eminoğlu'ndan bir istekte bulunulur. Nuri Çırağı, sıranın ona geldiğini belirterek ve reklam için üç dakikalık sürelerinin olduğunu da söyleyerek sözü Eminoğlu'na bırakır. Reklam kuşakları, âşıkların motivasyonunu etkileyen önemli unsurlardan biridir. Programın akışına ısınan âşık bir anda kesilmekte veya okuyacağı eseri kısaltarak birkaç dakikaya sıkıştırmaktadır. Televizyon kanallarının başlıca gelir kaynağının reklam girdilerinden oluşması nedeniyle yaşanan olumsuzluklara âşıkların da rıza gösterdikleri görülmektedir.

Programda, Nuri Çırağı, Mevlüt İhsanî'ye ait askerlik temalı bir şiiri okur ve Cemal Divanî'den *"Senin de buna benzer bir asker türkün vardı. Eğer bize lütfedersen memnun olurum"* diyerek istekte bulunur. Âşık programlarında sunucu âşıkların, süreyi ayarlama, icrayı kontrol etme, konuk âşıkların okuyacağı eserleri ipuçlarıyla çağrıştırma gibi görevleri de vardır. "Bu durum, izleyiciler açısından hem âşıkların konuşma-sohbet havasını algılaması için yapılmakta hem de her bir âşığın kimi zaman daha çok bilinen ve beğenilen eserini icra etmesini sağlamak ve yeni bir şiiri veya deyişi varsa onun ön takdimini yapmak için kullanılan bir yöntem olarak görülmektedir" (Taşlıova, 2014: 88).

Program Cemal Divanî'nin asker türküsünü okumasından sonra telefon bağlantıları, isteklerin okunması, deyişlerin söylenmesi, Hicri yılbaşının kutlanması, reklam kuşakları şeklinde devam eder. Programda zaman zaman küçük aksaklıklar yaşansa da bunlar icranın doğallığı içerisinde hoş karşılanmaktadır. Programın son bölümünde, Nuri Çırağı kendisinin 50. Sanat yılı sebebiyle düzenlenecek olan programın duyurusunu yapmıştır. Program sonlarında hem izleyici isteğini yerine getirmek hem de geleneğe uygunluk açısından üç âşık birlikte bir Köroğlu türküsü seslendirmişlerdir. Ancak program kapatılmamış, kalan birkaç dakikalık süre sohbetle geçirilmiştir. Son olarak "Âşıklar Meydanı"nın jenerik türküsü olarak da kabul edebileceğimiz, açılışta söylenen eserin tekrar üç âşığın birlikte söylemesiyle program kapatılmıştır. "TV5 ekranında meydan eder âşıklar" dizesiyle başlayan bu eser geleneksel ezginin jenerik müziğine dönüşmesine ilginç bir örnektir.

"Sarı Tel"[45] programı ise hem Vatan TV hem de Seymen TV'deki yayınlarıyla yukarıdaki sınıflandırmaya göre ikinci grup âşık programları arasında değerlendirilebilir. Âşık Yener Yılmazoğlu'nun sunduğu programın 13.3.2015'teki yayını daha önceki programlarda olduğu gibi jenerik müziği şeklinde kullanılan terekeme havasıyla başlamaktadır. Diğer programa göre daha geniş ve donanımlı bir stüdyoya jenerik müziği ile sunucu âşık girmektedir. Sunucu âşık girdikten sonra tek tek konukları tanıtıp davet etmekte, konuklar stüdyoya girerken de orkestra jeneriği çalmaktadır. Programda sunucu âşığın oğlu ve yönetimde bir bağlama, kaval, klavye, ritim sazlardan oluşan bir orkestra da yer almaktadır. Bu âşık programlarında pek

[45] Sarı Tel (2015). Televizyon Programı. Sunucu: Âşık Yener Yılmazoğlu, Vatan TV, 13.3.2015.

rastlanmayan bir durumdur. Orkestra hem Yener Yılmazoğlu'na hem de ihtiyaç duyulduğunda konuk sanatçılara eşlik etmektedir. Ancak orkestranın da hazır olmadığı eserler söylenmek istendiğinde, eserin bant kaydı (playback) çalınmaktadır.

Konukların sahneye alınması noktasında da "Sarı Tel" diğer âşık programlarından ayrılmaktadır. Âşık programlarında genellikle yayına girildiğinde sunucu ve konuklar bir arada oturmakta ve türküyle giriş yapılmaktadır. "Sarı Tel"de ise bir dönem Murat Çobanoğlu'nun kendi programında denediği (Çobanoğlu'nun Dilinden), televizyon profesyonellerinin programa başlama yöntemini, öğrencisi Yener Yılmazoğlu devam ettirmektedir. Stüdyoya ilkin Karslı genç âşık Hakan Öztürkoğlu alınmış, ardından da Karapapak Türklerinden, beş yıldır Türkiye'de yaşayan Kara Borçalı adlı genç âşık davet edilmiştir. Son olarak türkücü Selma Gökdemir stüdyoya alınmış, kısa bir sohbetten sonra orkestra eşliğinde türküsünü okumuştur. Ardından Yener Yılmazoğlu telefon ve SMS numaralarını hatırlatmıştır. Bu programda telefon ve mesaj yoluyla iletişim sağlanmaya çalışılmaktadır. Mesajlar altyazıda sürekli akmaktadır. Burada diğer programlardan ayrılan bir nokta da telefon ve mesaj tarifesinin operatörlerle anlaşmalı bir şekilde normalden yüksek olmasıdır (Telefon: 0888 228 20 –SMS: 3969). Örneğin bir SMS bedeli 1,70 Lira'dır. Program gelirlerine buradan katkı sağlanmaktadır. Kısa bir sohbette sonra Hakan Öztürkoğlu Âşık Şenlik'ten, Kara Borçalı da Mikail Azaplı'dan birer deyiş okurlar. Diğer programlara göre sohbete daha az süre ayrılmakta, peş peşe türküler söylenmektedir. Tekrar Sema Gökdemir iki türkü okur. Hemen peşinde stüdyo reklamı yapılır. Görevli kişiye Yener Yılmazoğlu da yardımcı olarak reklamın soğukluğunu kırmaya çalışır. Bu yönüyle ve Yılmazoğlu'nun programda boşluk yaratmamak üzere sergilediği gayret, orkestra kullanması, reklam-tanıtımda rol alması "Sarı Tel"in şov programlarını andırmasına sebep olmaktadır. Toplamda üç saati bulan programın bir saatten fazlası reklam-tanıtıma, son bölümü de yöre derneği tarafından düzenlenen "kaz gecesi"yle ilgili görüntülere ayrılmış; geri kalan süre de taziye, istekler, selam gönderme ve art arda sıralanan türkülerle geçirilmiştir.

Reklamdan sonra stüdyo izleyicileri arasında hangi köylerden misafirlerin bulunduğu söylenmiş, dernek başkanları tanıtılmıştır. Ardından da Hakan Öztürkoğlu, önce Sabri Şimşekoğlu'ndan bir deyiş, sonra da Çıldır üzerine yazdığı deyişini okumuştur. Türküden sonra Yener Yılmazoğlu uzunca bir konuşma yapmış, istek ve selamları

okumuştur. Arada Meltem TV'deki programın saatini hatırlatmış, konuk âşıkları ve stüdyo konuklarını tanıtmış, mart ayı ile ilgili tarihi olayları ve yapılan anma programlarından bahsetmiştir. Bu uzun konuşmadan sonra Yener Yılmazoğlu ancak türküsünü söylemiş; fakat sazı orkestrada bağlamasıyla bulunan oğlu Ufuk Yılmazoğlu çalmış, aralarda zurnacı eşlik etmiştir. Âşık okuduğu eseri, kendisi de sazını alarak yine kendi eseri olan bir kırık havayla bağlamıştır. Türkü bittikten sonra da bir telefon bağlantısı alınmıştır. Diğer programlara göre "Sarı Tel"de telefon bağlantılarına daha az yer verildiği görülmektedir. Kısa bir konuşmadan sonra tekrar türkülere başlanmıştır. Türküler ve reklamlarla geçirilen bir süreden sonra uzunca bir taziye listesi ve istekler okunmuş, hasta olanlara şifa dilenmiş, programların tekrarlarının Youtube'dan izlenebileceği belirtilmiştir. Aralarda türküler okunduktan sonra istek ve taziye listeleri okunmaya devam edilmiştir. Programın sonlarına doğru aynı zamanda yapımcılık da yapan Yener Yılmazoğlu, Şenlik ve Sümmanî'nin karşılaşmasını konu alan film hazırlığında olduğunu da ifade etmiştir. Aralarda tanıtım, anma, köyleri sıralama ve selam göndermeler devam etmiştir. Programın sonlarında sunucu âşık ve konuklar birlikte Kiziroğlu türküsünü okumuşlarıdır. Bu kapanış tarzı sözlü kültür geleneğine ve diğer âşık programlarına uygun bir şeklide yapılmıştır. Veda edilmesine rağmen reklamdan sonra köy etkinliklerinin görüntülerine yer verileceği belirtilmiştir. Reklamdan sonra yöre derneğinin bir düğün salonunda düzenlediği "Sazlısu Kaz Gecesi"nden görüntüler yaklaşık yarım saat ekrana getirilmiştir. Âşığın kendisinin de katıldığı bu gecede dernek yöneticilerinin konuşmaları, türküler, oyunlar özet olarak verilmiştir. Görüntülerin sonunda programa sponsor olan firmaların kartvizitleri ekranda akmaya başlamıştır. Yaklaşık yirmi beş görselin sıralanması Yener Yılmazoğlu'nun bu programı ekonomik ölçütleri dikkate alarak yapmasına, gelenekten ziyade bir eğlence programı formatında hareket ederek izleyiciyi kanala bağlı kılmasına işarettir. Kanalın genel yayın formatı olan eğlence ve "oyun", reklam ve tanıtımlarla birlikte bu âşık programının tamamına yayılmıştır.

3.2.1.9. Rekabet, Reklam, Sponsorluk ve Tanıtım

Âşıklık geleneğinde geçmişten gelen rekabet unsuru bugün farklı boyutlarıyla yaşanmaya devam etmektedir. Gelenekteki rekabetin nedenlerinden ilki bireyseldir ve sanatçılığın/ustalığın geniş kitlelerce tasdiki, gelenekte öne çıkma, tanınır/bilinir olma

arzusu; diğeri ise günümüz şartlarında geleneğin kültürel ekonomik boyutunda âşığa yansıyan oranın düşüklüğüdür. Rekabet konusunda M. Taşlıova'nın değerlendirmesi şu şekildedir:

> Bazı örneklerde tecrübeli usta âşıklar, diğer bazı kanallarda çalıp söyleyen âşıkları eleştirerek 'yalan yanlış söyleyerek geleneği bitiriyorlar' şeklinde isim vermeden düşüncelerini ortaya koymaktadır. Canlı yayına ne kadar telefon bağlantısı yapıldığı, hangi miktarda SMS ve faks ile istek gönderildiği gibi konular da rekabeti doğuran veya âşıkların kendi içlerinde izlenme 'reyting' ölçümü halini alarak bir rekabet doğuyorsa da bu husus günümüz için henüz belirleyici özelik taşımamaktadır. Zira yayınların tamamına yakını âşıkların sponsor bularak gerçekleştirdikleri gibi dinleyiciler için de yukarıda saydığımız istek oranları başlı başına nitelik değerlendirmesine mesnet oluşturmamaktadır (Taşlıova, 2014: 102).

M. Taşlıova'nın ifade ettiği unsurlar her ne kadar doğrudan reyting ölçümü sağlamasa da dolaylı olarak programın prestiji, sponsor desteği alabilmek ve yayına devam edebilmek için önemsenmektedir. Bir arada icraya dayanan âşıklıkta, ağırlıklı olarak kültürel ekonomik sebeplerden kaynaklanan rekabet televizyon programlarında eleştiri, sitem ve davet edilme/edilmeme şeklinde kendini göstermektedir. Rekabet aynı zamanda kümeleşmeyi ve yardımlaşmayı da doğurmaktadır. Televizyon programlarına davet edilme, etkinlik organizasyonlarında birlikte hareket etme gibi davranışlarla kendini gösteren yardımlaşma aynı yörenin âşığı olma, aynı derneklere üyelik gibi paydaşlarda uygulanmaktadır. Yörede rekabet hâlinde olan âşıkların yeni bağlamda kısıtlı da olsa beraber hareket etmelerinin gerekliliği düşüncesi yerleşmiştir. Organizasyon veya yapım şirketleriyle, menejerlerle herhangi bir ilişkisi olmayan âşığın medyada var olabilmenin koşulu olarak birlikteliği görmektedir. Derneklerin sayıca fazlalığı, televizyon programlarında sık sık "gelenek" ve "biz" vurgularının yapılması buna işarettir. Ancak birliktelik küçük kümelenmelerle sağlanabilmekte, rekabet ve çekişmeler gelenek içinde kendini göstermektedir.

Medyayı aktif bir şekilde kullanan âşık, televizyonda sunacağı programın tanıtımını/reklamını/duyurusunu da yaparak izlenir olmak ve devamlılık sağlamak istemektedir. Televizyonda az da olsa tanıtım kuşaklarında programın ismi geçse de âşık diğer iletişim kanallarını kullanarak kendi özel yöntemleriyle programını duyurmaya çalışmaktadır. Tanıtım konusunda özellikle sosyal medya etkin bir şekilde

kullanılmaktadır. Ahmet Poyrazoğlu, yeni başladığı bir programın duyurusunu kendi "Facebook"[46] sayfası üzerinden şu şekilde duyurmaktadır:

"AŞIK DOSTLARI...

Poyraz Yeli bu akşam saat 22 de Ekin Türk te sizlerle...

Atışmalar. Türküler espiriler. Hikayeli türküler. .....

Konuk aşıklar
Aşık Abdullah Gizlice
Aşık Zakiri.

Poyrazoglu'un sunumuyla..
Danışman
Osman Şeker
Girişler ücretsizdir.

Katilmak. isteyen dernekler
05377177855. nolu tlf. ulaşabilir. Ayriyeten etkinlik yapmak isteyen belediye ve dernekler buradan irtibata geçebilir.."

Ahmet Poyrazoğlu (2015), yapacağı program, kanalı, saati, yeri, içeriği, kimlerin katılacağı ile ilgili bilgi vermenin yanında belediye ve derneklere de açık kapı bırakarak sponsorluğa davet etmektedir. Benzer bir şekilde program tanıtımında görsellere de yer verilmektedir. Poyrazoğlu, yine "Facebook" sayfası için afiş tarzında görseller hazırlayıp paylaşmaktadır:

[46] Olduğu gibi aktarılan duyuru 20.11.2015 tarihinde paylaşılmıştır: https://www.facebook.com/ahmetpoyrazbey?fref=ts (E.T.: 20.11.2015)

Görsel 29: Ahmet Poyrazoğlu'nun yayına girecek programı için paylaştığı tanıtım görseli.

Âşıklar için günümüzde sosyal medya önemli ve ücretsiz bir tanıtım aracı olarak kullanılmaktadır. Poyrazoğlu gibi birçok âşık kişisel sayfaları üzerinden televizyon programlarına ait görüntüler, etkinlik duyuruları, etkinlikler ile ilgili görseller paylaşmaktadırlar. Yener Yılmazoğlu (2015) da "Sarı Tel" programı için sık sık afiş tarzında görseller paylaşmaktadır[47]. 14 Kasım 2015 tarihinde paylaştığı görselde konuk sanatçıları tanıtmakta, programın günü ve saatini belirtmekte, ayrıca hemşehri derneğini de belirterek o akşamki programın destekçileri, stüdyo konukları, içeriği hakkında çağrışım yapmaktadır:

[47]Görsel 14.11.20015 tarihinde https://www.facebook.com/yilmazogluyener?fref=ts (E.T.: 12.12.2015) adresinde paylaşılmıştır.

Görsel 30: Yener Yılmazoğlu'nun kişisel Facebook sayfasında paylaştığı "Sarı Tel" programıyla ilgili görsel.

Âşık programları içinde özel gün ve gecelerin görüntülerine yer verme, kurtuluş günleri, Çanakkale Savaşı, Sarıkamış Harekâtı gibi ulusal hadiselerin yıldönümleri, dernek geceleri, yardımlaşma geceleri, kaz geceleri, Kutlu Doğum Haftası, âşıklar bayramı gibi konulara değinme; yakın zamanda gerçekleşecek programların duyurusun yapma alışılagelmiş bir durumdur. Bunun temel sebeplerinden biri günümüz âşıkların temel geçim kaynaklarının başında çeşitli kurumların himayesinde gerçekleştirilen açık hava veya salon etkinlikleri yer almaktadır. Âşıklar, bu programların kendileri açısından istendik seviyeye ulaşması için organizasyonlarla ilgili bilgileri her platformda dile getirmeye çalışmaktadırlar. Böylelikle televizyon programından herhangi bir ücret alamayan âşık kendi reklamını yaparak organizasyonlara davet edilmeyi beklemektedir.

Günümüz âşıkları yaşadığı yörelerde âşıklıkla ilgili derneklerde aktif rol almaktadırlar. Dernek binaları hem birlikte vakit geçirilen, icrada bulunan bir yer hem de hevesli kişilere âşıklık sanatıyla ilgili bilgilerin aktarıldığı, çırak yetiştirildiği bir eğitim kurumu mahiyetindir. Ayrıca dernek aracılığıyla planlanan faaliyetlerde Kültür ve Turizm

Bakanlığından destek alınabilmektedir[48]. Gelenekle doğrudan ilgili olmamasına rağmen âşık dernekleri dışındaki hemşehri/yöre dernekleri âşıkların sürekli işbirliği içinde oldukları kurumlar arasındadır. Bu yöre derneklerinin faaliyetlerinde âşıklar rol alır. Âşıkların güncel ekonomik faaliyetlerinin başında derneklerin düzenlediği geceler yer almaktadır. Bu hususta televizyondaki âşık programlarında da sık sık dernek ifadelerine rastlanılmaktadır. Hatta programın sponsorluğu da dernekler tarafından üstlenilebilir. Programda her hafta farklı dernek temsilcileri ve üyeleri stüdyo dinleyicisi olarak yer alabilmektedir. Bunun dışında derneklerin faaliyetleri hakkında "hitap edilen kitlenin haberdar edilmesi ve katılacak kişiler hakkında bilgi verilerek, biletlerin satılması ve daha geniş bir kesime ulaşması" (Taşlıova, 2014: 97) amacıyla âşık programlarının yayın süresi içinde dikkat çeken bir dilim dernekler konusuna ayrılmaktadır. Derneklerin programlarda bu kadar öne çıkarılması kültürel ekonomik açıdan bakıldığında zaruret gibi görünse de televizyonun hitap ettiği genel izleyici kitlesinin dikkatini çekme ve programın takibini artırma adına olumsuz bir durumdur. Çünkü ülkenin farklı bir yöresinden olan başka bir izleyici için herhangi bir hemşehri veya yöre derneği; dernek ile ilgili konuşmalar çok önem arz etmemektedir. Dakikalarca aynı köyün veya kasabanın vurgulanmasından sıkılan izleyicinin eğlimi kanal değiştirme yönündedir.

3.2.1.10. Âşıkların Görüşleri Doğrultusunda Programlarının Ekonomik Boyutu

Günümüz âşıkları geleneğin ekonomik boyutu konusuna eleştirel bir şekilde bakmaktadırlar. Âşıklığı bir meslek olarak icra edenlerin son derece azaldığı, farklı bir işle geçimini sağlayan âşığın zaman ayırabildiği kadarıyla gelenekle ilgilenebildiği tespit edilmiştir. Âşıklık sanatına ayrılan zaman da geleneğin dinamizmini ve üretim niteliğini etkilemektedir. Günümüz âşıkları sanatları icra edebilecekleri her fırsatı değerlendirmeye çalışmakla birlikte özellikle medya bağlamındaki programların çoğunun ekonomik dönütü olmamakta, tanıtım vesilesiyle dolaylı yollardan ekonomik faaliyetlerin içinde bulunabilmektedirler. Bu konuda âşıklara, âşıklık sanatının günümüzde hangi ekonomik bağlamlarda icra edildiğini, televizyon programları

[48] Âşık Selami (Yağar, 2015) bu sistemin sağlıklı işlemediğini, çeşitli nedenlerle bakanlıkta evrakın geciktirildiğini, dolayısıyla kendisinin ve derneğinin planladıkları programları yapamayıp herhangi bir destek de alamadıklarını ifade etmektedir.

hakkındaki görüşlerini, bu programların ekonomik boyutunu öğrenmeye dönük sorular yöneltilmiştir. Âşıkların verdikleri cevaplar şu şekildedir:

"Âşığa hiçbir faydası yoktur. Hatta âşık cebinden yol parası ödeyerek o programa gider. Kültüre katkısının da olduğuna inanmıyorum. (...) Bu katıldığım televizyon programlarından yalnız TRT-Avaz'dan 400 Lira ücret aldım. Onun dışındaki televizyon programlarından herhangi bir ücret almadım. Hatta kendim de Marmara TV'de program yaptım, biz de kimseye bir ödeme yapamadık. (...) Sponsorların verdiği para televizyon gideri, üç beş kuruş da sunucuya kalmışsa kalmıştır. Başka da bir izahı yoktur. Ben bir inşaat firmasında çalışarak asgari ücretten emekli oldum, 950 Lira da maaş alıyorum. Bütün gelirim bu (Alper, 2015)."

"Radyo ve televizyon programlarında ücret ödenmesi nadirdir. Ödenirse ancak yol ve yemek masrafları ödenir. Günümüzde âşıkların çoğu ekonomik sıkıntı çekmektedir. Örneğin yakın ilçemizde elli yıl bu sanata emek veren ..... isimli âşık sokakta tespih satarak evini geçindiriyor. Bunu gören gençler âşık olmak için emek sarf eder mi? (Coşkun, 2015)."

"1996'dan bu tarafa yerel kanallar olsun, TRT olsun katıldım. TRT harcırah babında kötünün iyisi bir ücret veriyor, özel kanallar âşıktan ücret alıyor. Haftada 1.500 Lira yayın ücreti istiyor. Bu da âşığı rencide ediyor. Sponsorlar bulması gerekiyor. Sınır TV'de "Ata Elinden Âşık Telinden" programını dört hafta yaptım, sponsor bulmak istemedim, bıraktım. (...) Televizyonda reklama ağırlık veriliyor. Ekran pazarı kuruluyor. Bu da insan psikolojisini olumsuz etkiliyor (Ayaz, 2015)."

"Kanalla sezonluk anlaşma yapılıyor. Program başı 1500 alacağız diyor. Arkadaşlarımız dışarıdan âşık çağırmaya çekiniyorlar. Yol masrafları, konaklama sorun oluyor. Gezmesi, kalması masraf. Kanal, o akşamki reklam vs gelirleri toplayıp âşığa da %30'luk bir pay veriyor. Bundan da 1500 Lira'yı düşünce âşığa pek bir şey kalmıyor. (...) Televizyon konusunda en azından bakanlık RTÜK ile görüşüp destek alınırsa biraz daha programlar yaygınlaşır. Âşık kendini pazarlayamıyor. Bizde menajer yok. Karşı taraf da elini vicdanına koymuyor (Ayaz, 2015)."

"Televizyonda bu programlardan Doğu TV'de yayınlanan "Ozanlar Geçidi" adlı programı kendim başlattım ve sundum. Bu programlarda sponsor oluyor, ama ben

sponsor kabul etmedim ve kanala para vermedim. (...) Televizyon kanallarının kalitesine göre 1.000 TL ile 5.000 TL arasında program yapan âşıktan ücret alınıyor. Bu da sponsor bulunup oradan çıkarılıyor. Ben kimseden para istemedim. Almadım, almam da. Ben bu kültürü yaşatmak için program yaptım. Sadece misafirlerin yol ücretleri için Dadaş Turizm firmasıyla anlaştım. Diğer konaklama ücretlerini ben karşıladım Bazen TRT Türkü Radyo da programlara çıkıyoruz. Şimdi 130 TL civarında para veriyorlar. Televizyon'a çıkınca 350 TL civarında para veriyorlar (Yağar, 2015)."

"Ben devlet memuruyum. Âşıklıkla geçinmek hayal, çünkü hiçbir getirisi yok (Şahin, 2015)."

Bu bilgilerden hareketle TRT dışındaki televizyon kanallarında yayınlanan âşık programlarında kanalın program saatini sezonluk anlaşmalarla sunucu âşığa kiraladığı söylenebilir. Kanalın yayın ağına ve niteliğine göre değişmekle birlikte yapılacak program için 1.000-5.000 Lira arasında bir kira bedeli söz konusudur. Ayrıca sunucu âşık, bu ücreti ve konuk âşıkların yol-yemek gibi masraflarını çıkarabilmek için sponsor bulmak, reklam almak mecburiyetinde bırakılmaktadır. Sponsorlardan, reklamlardan ve operatörle anlaşmalı bir şekilde oluşturulan SMS sisteminden toplanan paranın yaklaşık %30'luk kısmı tekrar program yapımcısı âşığa verilmektedir. Bu meblağdan kiralama bedeli düşüldüğünde yapımcı/sunucu âşığın o akşamki programdan kazancı ortaya çıkmaktadır. Konuk âşıklar açısından bakıldığında TRT dışında hiçbir kanaldan program ücreti alınmadığı; sadece yol, yemek ve konaklama masraflarının program yapımcısı âşık tarafından karşılandığı görülmektedir. Bazı durumlarda bu masrafları da konuk âşıklar kendileri ödemektedir. Âşıklar arkadaşlarına destek, kültürü yaşatma gibi amaçlarla programlara katıldıklarını belirtmektedirler.

Ekonomik açıdan olumsuz olan tabloya rağmen her geçen gün yeni programların ekranlarda boy göstermesi diğer etmenlerle birlikte düşünüldüğünde anlaşılabilir olmaktadır. O etmenler yukarıda bahsedildiği üzere tanınır olma, kalıcı olma, dolayısıyla az da olsa ekonomik getirisi olan diğer etkinlikler içinde bulunabilme şeklindedir. Bu doğrultuda günümüz âşıkları gelenekle ilgili her türlü fırsatı değerlendirmeye çalışmaktadırlar. Bunun yanında bazı âşıklar yıllardır ekranlarda görünmelerine, program yapmalarına, aynı kanaldaki programlara sık sık konuk olmalarına, kaset çıkarmalarına, düğün, dernek gecesi, yöre şenliklerine katılmalarına,

lisans bitirme tezlerine, akademik araştırmalara konu olmalarına ve her fırsatta günümüz âşıklığının tescil araçları olarak gördükleri bu konuları dile getirmelerine rağmen; karamsar ve eleştirel bir şekilde geleneğin itibarsızlaştığından, adaletsizlikten, resmî kurumlardan, akademik camianın tutumundan yakınmaktadırlar. Sonuç olarak televizyonda âşık programları kültürel ekonomik bir alandır ve bu alan gelenek içinde yeni aktörler çıkarmaya devam etmektedir.

3.2.1.11. Televizyonda Yayınlanan Âşık Programlarının Değerlendirilmesi

M. Özarslan 1990'lı yıllardaki âşık programlarını değerlendirirken gerek süre gerekse reklam yoğunluğu nedeniyle âşıkların sanatlarını icra etmekte zorlandıklarını ifade etmektedir. Bunun temel sebebi olarak iletişim bağlamının değişmesini, geleneksel icra ortamındaki yüz yüze iletişimden medya bağlamındaki elektronik iletişime geçişi görmektedir. Bu yeni iletişim ortamında âşıklar telaşlanmış, doğal ortama göre sönük ve coşkudan uzak bir şekilde icrada bulunmuşlardır (2001: 328-329). Günümüze gelindiğinde ise durum biraz daha farklılaşmıştır. Küçük aksaklıklar yaşanmakla birlikte, âşıklar bu yeni iletişim bağlamının profesyoneli olma yolunda ilerlemektedir. M. Taşlıova (2014: 99) âşıkların televizyon icrasında kahvehane icrasına göre daha rahat olduklarını, program öncesinde eser seçme ve prova yapma şanslarının olduğunu belirtmektedir.

Bir dönem her hevesli âşığın televizyon programı yapması ve hemen hepsinin programlara konuk olması söz konusuyken, günümüzdeki programlara ve sunucu âşıklara bakıldığında uzun yıllar farklı elektronik bağlamlarda icrada bulunmuş, teknolojiyle barışık, aynı zamanda sunuculuk mesleğini benimsemiş âşıklar ön plana çıkmaktadır. Ayrıca âşıklar bu programlara olumlu yaklaşarak ustalığın sergilenebilmesi ve geleneğin aktarabilmesi için televizyon programlarını en önemli araç olarak görmektedirler. Televizyon programları yoluyla âşıkların ustalıklarının tescillenmesi sağlanmaktadır. Farklı bağlamlarda karşılaştıkları, icra töresinden uzak, kendini isimlerinin önünde âşık ifadesini kullanan kişilerin bu programlarla elendiklerini düşünmektedirler. Âşık Turabî'nin (Şahin, 2015) bu konuda "*Programlar sapla samanın ayrılmasına vesile oluyor. Donanımlı âşıklar ortaya çıkıyor. Her şeyde olduğu gibi bu işin de cambazları var"* şeklindeki ifadesi âşıkların programlarının ne derece önemsendiğine ve gelenek içi rekabete örnektir. Âşık Erol Coşkunoğlu da sürenin kısıtlı

olması nedeniyle âşıklık sanatının tam olarak icra edilemediğini belirtmekle birlikte bu programlar yoluyla geniş dinleyici kitlesine ulaşabilmenin altını çizmektedir. *"Televizyon programlarının çokluğu geniş dinleme potansiyeli oluşturdu. Programlarda en çok âşık atışmaları herkesin ilgisini çekiyor"* (Coşkunoğlu, 2015). Buna karşılık televizyon programlarının âşığa ve geleneğe herhangi bir katkısının olmadığı da dile getirilmektedir. Kendisi de Marmara TV'de bir dönem program yapan ve televizyonda âşıkların yaptıkları hemen her programa katıldığını belirten Âşık Cemal Divanî (Alper, 2015), programların âşığa da geleneğe de olumlu bir katkısının olmadığını düşünmektedir. Erzurumlu Âşık Selami de programların geleneksel icraya uygun yapılmasının mümkün olmayacağını ve mekânın, sürenin, içeriğin en önemli kısıtlayıcı unsurlar olduğu görüşündedir: *"Televizyonda bu programları esas geleneğe uygun olarak yapma şansımız yok. En başta Erzurum'da kahvede masanın üzerine sandalye konularak yapılır. Televizyonda ise orta yerde bir sunucu var, o kime sıra verirse o söyler… Bu programlarda selam gönderimleri çoktur. Muhtara, amcaya, dayıya selam gönderirler" (Yağar, 2015).*

Televizyon dünyası için her bir dakikanın ayrı bir önemi vardır. Ekonomik açıdan medyacılar süreyi etkin bir şekilde kullanarak dikkat çekmek ve daha fazla reklam alabilmek gayretindedirler. Dolayısıyla âşıklara ayrılan dilim kanalın izlenilirliğine göre azalma göstermektedir. Programa ayrılan sürenin yaklaşık üçte birlik bölümü tanıtım ve reklam gibi program içeriğiyle ilgisiz etkinliklere ayrılmaktadır. İcra ve reklam dışındaki sohbete ayrılan sürenin bir bölümü de dolaylı tanıtım ve reklamla geçmektedir. Özellikle selam-istek bölümleri bu dolaylı reklamlara örnektir. Âşıkların da en çok şikâyet ettikleri bu süre problemi icrayı ve icrada sunulan türleri doğrudan etkilemektedir. Âşıkların televizyon programlarındaki süre konusundaki görüşleri şu şekildedir:

"Radyo ve televizyon programlarında âşıklık sanatı, süre bakımından tam olarak icra edilememektedir. En çok popüler eserlere ve kısa atışmalara yer verilmekte, eserler kısaltılarak okunmaktadır"(Coşkun, 2015).

"Süre çok etkiliyor. Hikâye, destan türü uzun olduğu için televizyonda icra edilemiyor. Bazı türküler kısaltılıyor"(Şahin, 2015).

"En uzun televizyon programı iki saat. Bu süre zarfında üç reklam giriyor, onar dakikadan yarım saat. Geriye kaldı bir buçuk saat, onun yarım saati de selamla geçiyor. Kalan bir saat zarfında beş kıtalık türküyü üç kıtaya indirmek zorundasın, on bir kıtalık destanı dört kıtada bitirmek zorundasın. Bu da elbette ki geleneği etkiliyor. Örneğin semai, müstezat, muhammes, murabba türlerinden söyleyen yok denecek kadar da az"(Alper, 2015).

Televizyon programlarında âşıklık geleneğinin öne çıkan türlerinden halk hikâyeleri icra edilmemektedir. 1990'lı yıllarda Murat Çobanoğlu Mesaj TV'de birkaç bölüm hikâye icrasını denese de ilgiyi sağlayamadığı için devam etmemiştir (Taşlıova, 2014: 100). Bunun yerine eğer hikâyeden bir türkü okunacaksa türküyle ilgili epizottan bahsedilmekte veya okunacak olan türkünün bir yakılış hikâyesi varsa o özetlenmektedir. Âşıklık geleneğinde öne çıkan bir tür olan destanlar da uzunlukları nedeniyle televizyon programlarında tercih edilmemektedir. Her ne kadar Âşık Kurbanoğlu (Ayaz, 2015) yaptığı televizyon programında önceden planlayarak otuz iki haftalık süreçte leb-değmez, manevi atışmalar gibi her hafta geleneğin farklı bir tür ve konusunu ele almaya çalıştığını belirtse de türler açısından durum Cemal Divanî'nin belirttiği gibi daralma yönündedir. Yani bazı türler nadiren icra edilmekte, yaygın olarak icra edilenler de ya gelenekte öne çıkan usta malı deyişler ya da o âşıkla özdeşleşen eserlerdir. Televizyon programlarındaki icrada izleyici istek ve beğenisi göz önünde tutularak eserler seçilmeye çalışılması daralmayı tetiklemektedir. Programlarda sık sık âşıklık sanatının inceliklerinden, güzelliklerinden, zorluklarından bahsedilerek doğaçlama vurgusu yapılmasına rağmen okunan eserler o programdaki âşıklarla özdeşleşmiş türkülerdir. Hatta bazı programlarda "playback" yoluyla eserlerin seslendirilmesi söz konusudur. Bunun yanında izleyici kitle tarafından en çok ilginin atışmalara/karşılaşmalara gösterildiği ifade edilmektedir. Programlardaki atışmalar ise genellikle üçer dörtlük okunarak sunulmaktadır ve iğneleyici konulara (taşlama) pek girilmemektedir. Bunun sebebi olarak da "biz" ve "birliktelik" vurgusunun zedeleneceği düşüncesidir. Geleneği, sanatı, âşıklığı yüceltmeye çalışan âşıklar, medya bağlamındaki icralarda taşlama yoluyla arkadaşlarını küçük düşürmekten, itibarsızlaştırmaktan kaçınmaktadırlar.

Televizyonda âşık programları, yirmi beş yıla yaklaşan bir geçmişle, gelenekten getirilenlerle şekillenmiş, farklı açılardan daralmalar ve genişlemeler yaşayarak günümüze ulaşmıştır. Bugünkü şartlarda her ne kadar yerellik vurgusu yapılarak yerel kanallarda ağırlıklı olarak yayımlansalar da hem çağın teknolojik imkânları hem de TRT'nin bu tarz programlar yapmaya başlaması, geleneğin yurt çapındaki yeni kuşak izler kitleye tanıtılabilmesi açısından önemlidir. Ayrıca adlandırma, görselleri kullanma, geleneğe ait araç ve türlerin kullanımı, ustaların anılması eğitim ve kültür aktarımı açısından işlevseldir. Bununla birlikte bu programların sponsorlardan kurtulup medya profesyonellerinin denetiminde hazırlanabilmesi devamlılığı için gereklidir ve bu şekilde hedef kitlenin genişleyeceği düşünülebilir.

3.2.2. Televizyonda Âşıklık Geleneği Konusunda Yayınlanan Kültürel Aktarım ve Eğitim İşlevli Programlar

TRT kamusal yayıncılık anlayışıyla her dönemde kültür ve eğitim işlevli programlar yapmıştır. Medyanın geleneği tanıtma, aktarma ve eğitim işlevleri doğrultusunda hazırlanan programlar arasında âşıklık geleneğine de yer verilmiş; geleneğin müzik, şiir dünyası, hikâyecilik, icra töresi gibi dikkat çeken özellikleri bu programlarda işlenmiştir. Geleneği konu edinen bu tarz programlara akademisyenlerin ve Âşık Şeref Taşlıova gibi âşıkların danışmanlıkları, yaşayan âşıkların eserleriyle rol almaları kültürel tanıtım ve aktarım konusunda gösterilen titizliğe işarettir. Bu yayınlarla âşıklar bayramıyla başlayan akademisyen-âşık buluşmalarının yeni mecraya taşınması sağlanmıştır. TRT'nin 1990'lı yıllardan itibaren geleneği tanıtan belgesel tarzında "Ozanın Kopuzundan Âşığın Sazına", "Âşıklar Meclisi", "Âşık Edebiyatı" gibi programları buna örnektir. Özel kanallarda ise nadiren de olsa âşıklık geleneğini konu alan ve yaşayan âşıkları tanıtan programlara rastlanılmaktadır. Başkent TV'de yayınlanan "Sazımız Sözümüz" bu tarzda bir programdır. Ancak asıl yükün kuruluş amaçları doğrultusunda TRT'ye düştüğü açıktır. Bu programların yanında seri hâlde yayınlanan "Bir Yudum İnsan" gibi programlarda ve bağımsız belgesel yapımlarında âşıkların biyografileri, gelenek içindeki rolleri işlenmiştir.

1990 yılında TRT İzmir Televizyonu tarafından hazırlanan **"Ozanın Kopuzundan Âşığın Sazına"** (TRT Arşiv No: 06 BA 2684) programı yaklaşık 30'ar dakikadan oluşan 14 bölümle ekranlara taşınmış; günümüzde de TRT'nin kültür kanallarında

zaman zaman yayınlanmaya devam etmektedir. Hatta TRT yerel ve bölgesel kanalların bu ve benzeri programları düşük bir ücret karşılığında yayınlanabileceğini bildirtmektedir. "Ozanın Kopuzundan Âşığın Sazına" programına Fikret Türkmen, Saim Sakaoğlu ve Şeref Taşlıova danışmanlık yapmışlardır. Programın metin yazarlığını Reşit Muhtar, seslendirilmesini de Harun Yöndem yapmış; yönetmenliği Sadık Yalsızuçanlar üstlenmiştir.

Bölümler 80 saniyelik bir jenerikle açılıp kapanır. Birinci bölümde âşıklık geleneğinin tarihî kökenleri konu edinilmiş, İslamiyet öncesi Türk kültüründe kam, baksı, şaman tiplerinin rolü açıklanmıştır. Kamdan ozana ve âşığa dönüşüm temele alınmıştır. Bu bölümde Dursun Yıldırım kam'lık kurumu, Talat Tekin de Divanü Lügat-ıt Türk'teki şiir parçaları üzerine görüşlerini dile getirmişlerdir. Saim Sakaoğlu ise ozan tipinden âşık tipine dönüşümü değerlendirmiştir. Program, cönk ve minyatür görüntüleri eşliğinde 12. yüzyıldaki dönüşümden, tasavvufî atmosfer, tasavvufun âşıklık geleneğindeki yeri, kopuzdan saza geçiş ile devam etmiş ve Mahzunî Şerif'in okuduğu bir deyişle sonlandırılmıştır. Aynı konu Yunus Emre ile ikinci bölümde de devam ettirilmiş, Hakk âşıklığı kavramı irdelenmiştir. Bir yandan da minyatürlerden yararlanılarak yavaş yavaş tasavvuftan uzaklaşılarak bu erken dönemde saraydaki eğlence meclislerinde âşıkların da yer aldığı belirtilmiştir. Ardından geleneğe eklemlenen rüya motifi, hikâyecilik, usta-çırak ilişkisi gibi yeni unsurlar açıklanırken Murat Çobanoğlu rol almıştır. Âşık şiirinin genel temalarının da anlatıldığı ikinci bölümde Pir Sultan Abdal, Gevherî, Âşık Ömer, Karacaoğlan, Ercişli Emrah, Köroğlu gibi 17. yüzyılın öne çıkan âşıkları tanıtılmıştır. Bu âşıklara ait deyiş ve hikâyeleri seslendirme işi ise dönemin âşıkları ve sanatçıları tarafından gerçekleştirilir. Muhlis Akarsu, Feymanî, Ahmet Poyrazoğlu, Mehmet Erenler, Murat Çobanoğlu gibi âşık ve sanatçılar bu bölümde örneklendirme işinde rol almışlardır.

Programın üçüncü bölümünde âşıklık geleneğinde türler tanıtılmaya çalışılmış, öncelikle hikâyecilik ele alınmıştır. Aynı zamanda program danışmanı Şeref Taşlıova da hikâye anlatıcılığı ile ekrana taşınmıştır. Taşlıova, bir köy odasında "Âşık Garip Hikâyesi"nden bir bölüm anlatmış, ardından da hikâyeden bir türkü söylemiştir. Murat Çobanoğlu da bu bölümde çırağı Terhan İnan ile birlikte âşığın eğitimde usta-çırak ilişkisini değerlendirmiştir. Programın devamında 19. yüzyıl âşıkları anılmış,

gelenekteki âşık kollarının oluşumundan bahsedilmiştir. Dördüncü bölüm de ise âşık kolları konusuna devam edilmiş ve Erzurum yöresinden Sümmanî tanıtılmış, eserleri okunmuş, sağlığında onu tanıma fırsatı bulan bir köylüsünün anlatımına başvurulmuştur. Bu bölümün ağırlıklı kısmı ise 20. yüzyılın güçlü sesi yine Erzurum yöresinden Reyhanî'ye ayrılmıştır. Reyhanî'nin biyografisi, âşıklığa başlaması, mahlas alması, hikâyeciliği, doğaçlama kabiliyeti, atışmadaki ustalığı, şiir dünyası, işlediği temalar değerlendirilmiş, dönemin imkânlarını ve teknolojisini kullanmasından bahsedilmiş; kendisi de görüntüleri ve okuduğu deyişlerle programa katkıda bulunmuştur.

Beşinci bölüm ise âşıklık geleneğinin 20. yüzyılda zayıfladığından, yeni kaynaklar bulma noktasında sıkıntı çekildiğinden bahsedilerek başlamış ve bu daralmanın kısmen de olsa 1966 yılından itibaren düzenlenen Konya Âşıklar Bayramıyla aşıldığı ifade edilmiştir. Ayrıca bu bölümde yüzyılın öne çıkan isimleri fotoğraflar, köylerinden görüntüler, kahvehanede, televizyon programlarında, âşıklar bayramında icra görüntüleri eşliğinde tanıtılmışlardır. Kısaca biyografik bilgileri ve sanatlarında öne çıkan unsurların dile getirildiği âşıklar şunlardır: Âşık Veysel, Talibî Coşkun, Nihanî, Müdamî, Ali İzzet, Dursun Cevlanî, Davut Sularî, Ferrahî, Efkarî, Daimî, İlhami Demir, Rüstem Alyansoğlu, Feryadî.

Programın altıncı bölümü ise tamamen 19. yüzyılın usta isimlerinden Âşık Şenlik'e ayrılmıştır. Onun rüyası, sanatçılığı, geleneğe etkisi işlenmiştir. Ayrıca Şenlik koluna mensup İslam Erdener ve Şeref Taşlıova'ın icrasıyla Şenlik'in şiir ve hikâyeleri örneklendirilmiştir. Yedinci bölüm ise yakın geçmişin iki usta ismi Murat Çobanoğlu ve Şeref Taşlıova'nın tanıtımına ayrılmıştır. Programın ilk yarısı Murat Çobanoğlu'na ayrılmış, rüyası, genç yaşta şiir yeteneğiyle öne çıkması, on yedi yaşında kahvehanede yarışma kazanması, Birinci Konya Âşıklar Bayramında Müdamî'yle karşılaşıp dereceye girmesi, sanatının güçlü yönleri, yörede çağdaşı âşıklarla iletişimi değerlendirilmiştir. Âşığın dilinden örnekler ve görüşleri sunulmuştur. Ayrıca rüya motifiyle ilgili olarak Umay Günay'ın görüşlerine başvurulmuştur. Programın ikinci yarısında ise Murat Çobanoğlu'nun yol arkadaşı ve aynı zamanda bu programın danışmanlığını yapan Şeref Taşlıova'ya ayrılmıştır. Taşlıova'nın yetişmesi, şiir dünyası, sosyal ve sanatsal çevresi değerlendirilmiş; onun araştırmacı kimliğine vurgu yapılmıştır. Taşlıova'nın geleneğin

güncel problemlerinin üstüne gitmesi, âşıklık sanatının uluslararası boyutta tanıtımı için harcadığı emek, gelenek konusundaki görüşleri genel olarak ekrana yansımıştır.

Sekizinci bölüm Erzurum yöresinden Mevlüt İhsanî ve onun çırağı Nuri Çırağı'ya ayrılmıştır. Mevlüt İhsanî'nin dramatik hayatı, âşıklığa başlaması, Âşık Veysel'e benzeyen yönleri, şiirinin özellikleri, gözlerinin görmemesine rağmen hikâyecilikteki gücü, rüyasında görüp ailesine yazdırdığı "Bedri Sinan Hikâyesi" gibi öne çıkan unsurlar hem kendi örnekleri ve görüşleriyle hem de Saim Sakaoğlu ve Reyhanî'nin görüşleri doğrultusunda işlenmiştir. Bu bölümün devamında da Nuri Çırağı hakkında bilgiler verilmiş, onun görüntüleri ve icra ettiği eserler ekrana yansımıştır.

"Ozanın Kopuzundan Âşığın Sazına" programını dokuzuncu bölümü Mahzunî Şerif'in türküsünü seslendirmesiyle başlar. Programın devamında da âşığın köy ortamında eserlerini icra ettiği görüntülere yer verilir. Onun yereldeki birikimi kente taşıma özelliğine, üretkenliğine, şiir dünyasına vurgu yapılır. Bunun yanında sosyal çevresinin de şiir dünyasını etkilediğinden, ancak kalıcı olacak olan eserlerinin geleneksel temalar çevresinde oluşturulan şiirleri olacağına dikkat çekilir. Programda Mahzunî'nin de katıldığı bir cemde icra edilen Kırklar Semahı ekrana taşınır. Mahzunî'nin Bektaşilik merkezinde oluşan semah ve deyişleri icra edilirken onun sanatındaki bu tasavvuf etkisi değerlendirilir. Ayrıca onun rüya motifine karşı çıkışı ve ilhamın hayat içinde gönül aracılığıyla kazanılacağı fikri ifade edilir. Aynı zamanda doğaçlamada güçlü olmasına rağmen, atışmalara ve leb-değmez gibi türlere itibar etmediğinden bahsedilerek onun geleneği dönüştürücülüğüne dikkat çekilir.

Çukurovalı âşıkların tanıtımına ayrılan onuncu bölüm Musa Eroğlu'nun icrasıyla başlar. Programda Karacaoğlan, Dadaloğlu, Ferrahî gibi yörenin güçlü isimleri sıralandıktan sonra Dadaloğlu geleneğinde eserler veren, güçlü yönlerine rağmen pek tanınmamış Kul Mustafa'dan bahsedilir. Devamında yaşayan âşıklardan Hacı Karakılçık, Abdulvahap Kocaman, Eyyübî, Halil Karabulut gibi isimler sıralanır ve Feymanî'nin röportajına yer verilir. "Ahu Gözlüm" türküsüyle tanınan Feymanî başından geçen bir olay üzerine yaktığı bu türkünün hikâyesini anlatır ve eserini icra eder. Feymanî'nin şiirlerinde öne çıkan özellikleri, tasavvufî şiirleri, sadeliği, dili kullanma becerisi programda işlenmeye çalışılmıştır. On birinci bölüm ise Sivas âşıklarına ayrılmış, yöredeki geleneğin öne çıkan isimleri zikredilmiştir. Yaşayan âşıklardan Sefil Selimî'nin görüntülerine yer

verilmiş, eserleri okunmuştur. Selimî tanıtılırken Sivas'taki geleneğin durumu hakkında da bilgiler verilmektedir. Bu konuda Doğan Kaya'nın görüşlerine başvurulmuştur. Bu bölümün devamında ise Karslı Âşık Hasretî konu edinilmiştir. Kayseri'de yaşayan Hasretî'yle ilgili bilgiler verilirken de Tuncer Gülensoy rol almıştır. Âşığın görüntülerine ve icra ettiği türkülere yer verilen programda çırağı Meydanî de eseriyle yer almıştır. Hasretî'nin Kars âşıklık geleneğinden aldığı birikimi yaşadığı Orta Anadolu'da Seyranî ve Karacaoğlan etkisiyle birleştirmesi, geleneğe ait verdiği türlerden örnekler, tasnif ettiği "Haydar Bey Hikâyesi" değerlendirilen unsurlar arasında yer alır.

Yaşayan genç âşıkların temele alındığı on ikinci bölüm, Erzurumlu Mustafa Ruhanî'nin tanıtımıyla başlamıştır. Temalar ve söyleyiş yönüyle çağdaş bir şair izlenimi veren Ruhanî'nin âşıklık geleneği etrafında söylediği şiirler ekrana yansımıştır. Ardından yine Erzurum'dan Ozan Çerkezoğlu deyişleriyle kamera karşısına çıkmıştır. Çerkezoğlu'nun şiirlerindeki güçlü yönler, atışmadaki başarısı, işlediği temalar değerlendirildikten sonra yörenin bir diğer yaşayan âşığı Erol Erganî tanıtılmıştır. Bölüm, Erzincan'da yaşayan Âşık Kul Nuri'nin tanıtılması ve âşığın eserlerini icra etmesiyle sonlandırılır.

On üçüncü bölüm ise ağırlıklı olarak büyükşehrin geleneğe etkisinin değerlendirilmesi üzerinedir. İlkin Bektaşî âşıklardan Tokatlı Kul Semaî ve Hasan Selmanî'ye geniş bir şekilde yer verilmiştir. Ardından Çobanoğlu'nun çırağı Mürsel Sinan tanıtılmıştır. Geleneği büyükşehir taşıyan bu kuşak âşıklardan Mürsel Sinan İstanbul'a taşınmış, kısa bir süre konservatuvar eğitimi almıştır. Ahmet Poyrazoğlu, Mürsel Sinan, Sabri Şimşekoğlu, Veli Cenanî gibi yeni dönem âşıkların sanatlarını icra ettikleri bağlamlar incelenmiştir. Mürsel Sinan'ın da tar sazıyla sanatını icra ettiği görüntülere yer verilerek büyükşehirde geleneğin sorunları tartışılmıştır.

Yapımın son bölümünde ise günümüz âşıklarının çizilen prototipten çok uzaklaştığı, geleneğin sonlanmak üzere olduğu şeklinde olumsuz bir bakış açısı çizilse de âşıklar bunun tam aksi yönde bir görüşle "millet var oldukça geleneğin de, âşıkların da var olacağını" dile getirmektedirler. Elbette ki; çağın gereklerine göre değişim kaçınılmazdır, bu değişim geleneğin yok olduğu anlamına gelmez. Üretim ve ürünü sunum açısından önceki yüzyılın son çeyreğinden bugüne âşıkların imkânları mümkün olduğunca verimli kullanıldıkları görülmektedir.

2009 yılında TRT tarafından yayınlanan bir diğer program ise **"Âşıklar Meclisi"**dir[49]. 70 ile 80 dakika aralığında 69 bölüm şeklinde ekrana taşınan bu program, her bölümün kendi içinde beş parça şeklinde hazırlanması, örneklerin sunumuna dikkat edilmesi, araştırmacıların programlarda yer alması, âşıkların yanında tiyatro, ses ve saz sanatçılarının rol almasıyla tamamen eğitici-öğretici bir işlevle hazırlanmıştır. Her bölümün başlangıcında sunucunun gelenekten şiir okuması ve programı açmasından sonra "atışmalar"a yer verilmiş ve aynı mekânda bulunan araştırmacıların yönlendirmeleriyle âşıklar, atışma/deyişme/karşılaşma usulüyle gelenekten türleri örneklendirmişlerdir. Programın ikinci parçasında ise "halk hikâyeleri" sunulmuştur. Tiyatro sanatçısı Okan Şenozan, geleneksel anlatıcı rolüne bürünmüştür. Anlattığı hikâyeden türküleri ise âşıklar seslendirmiştir. Üçüncü kısım "ustalarımız" başlığıyla geleneğin tarihsel süreçteki öne çıkan ustalarına ayrılmıştır. Bu kısmın sunuculuğunu İlke Albayrak üstlenmiştir. Doğa ve dramatizasyon görüntüleri eşliğinde âşıklar tanıtılmış ve onlardan şiirler okunmuştur. Ayrıca biyografik bilgiler için araştırmacıların bilgilerine başvurulmuştur. Âşıklarla ilgili biyografik bilgileri ve sanatçılıklarını farklı halk edebiyatı araştırmacıları izah etmişlerdir. Devamında "ustalardan türküler" kısmı farklı bir stüdyoda çekilmiş kayıtlarla ezgiler ekrana yansımıştır. Tanıtılan âşığın öne çıkan eserlerini orkestra eşliğinde ses sanatçıları seslendirmiştir. Programın devamında "muammalar" başlığı altında tekrar "Âşıklar Meclisi"nden bir kayıt ekrana gelmiştir. Son kısım ise farklı "âşık havaları"nın tanıtımına ve örneklendirilmesine ayrılmıştır. Bu görevi de bir âşık fonda hava isimlerinin yazıldığı bir stüdyoda yerine getirmiş, bazen de eski bir ses kaydı farklı görüntülerle düzenlenerek ekrana taşınmıştır.

Sunuculuğu gerçekleştiren Zeynep Köşker'in şiirler okuması, âşıklar ve gelenek hakkında bilgi vermesi, geleneksel giysileriyle dikkat çekmektedir. Zeynep Köşker'in gelenek hakkında verdiği genel birlikle başlayan "Âşıklar Meclisi"nin birinci bölümünde uzmanlar/jüri üyeleri Doğan Kaya, Kubilay Dökmetaş ve Nazım İrfan Tanrıkulu görev almıştır. Atışmalar bölümünde Yener Yılmazoğlu, Zeki Erdalî, Kaptanî ve İmamî deyişme ayağıyla ilgili örneklerini sunmuşlardır. Bu mekân duvarda halı, kilim, gaz lambası, kılıç, tüfek, tablo gibi eşyalarla, kenarda yer alan bakır kap

[49] Danışmanlığını Umay Günay ve Saim Sakaoğlu'nun üstlendikleri bu programın kayıtları, 2014 yılında aynı zamanda programın jüri üyesi olan Cumhuriyet Üniversitesi öğretim üyelerinden Doğan Kaya'dan alınmıştır.

kacaklarla donatılmış, ayrıca uzmanların bulunduğu bir masa yerleştirilmiştir. Yer ise kilim, minder ve yastıklarla düzenlenmiş; âşıklar ve konuklar mindere oturtulmuştur. İcrada bulunacak olan âşık meydanda ayakta sunumunu yapmıştır. Halk hikâyesi bölümünde ise Âşık Şenlik'in " Salman Bey ve Turna Tel Hanım Hikâyesi" anlatılmış, bu hikâyeden türküleri Mürsel Sinan ve Arzu Kurbanî seslendirmişlerdir. Bu ilk bölümde geleneğin ustalarından Yunus Emre tanıtılmış, ondan deyişler okunmuştur. Devamında muamma ve havalar bölümü ekrana gelmiştir. Yine Mürsel Sinan, Kars yöresinden Yanık Kerem Havasını örneklendirmiştir.

İlk on bölüm incelendiğinde aynı formatın devam ettiği, sadece Âşık Elesker tanıtılırken, onun adına düzenlenen anma görüntülerine yer verildiği görülür. Bu bölümlerde "Şah Abbas ile Turna Tel Hanım Hikâyesi" anlatımına ve hikâyeden türkülerin seslendirilmesine devam edilmiştir. Atışmalar kısmında ise verilen ayağa göre lebdeğmez, muhammes, semai, divan, taşlama gibi gelenekten türler örneklendirilmiş farklı konular da serbest tarzda ele alınmıştır. Dönemin âşıklarından Günay Yıldız, Maksut Koca, Öksüz Ozan, Çerkezoğlu, Selahattin Kozanoğlu, Veysel Yıldızer, İsmail Aladağlı, Cenanî, Orhan Üstündağ, Musa Merdanoğlu, Devayî, Ali Rıza Ezgi, Turabî, Cemal Divanî, Hüseyin Sümmanoğlu, İsmail Aladağlı, Zeki Erdalî atışmalarla; Hüseyin Yazıcı, Kaptanî, Turabî, İmamî, Devayî, Yener Yılmazoğlu, Mustafa Aydın, Cenanî, Çerkezoğlu, Öksüz Ozan muammalarla ustalıklarını göstermeye çalışmışlardır. Bu on bölümde geleneğin ustalarının tanıtımına ve eserlerinin örneklendirilmesine devam edilmiştir. Ancak üçüncü bölümde format dışına çıkılarak Azerbaycanlı yaşayan Âşık Zelimhan Yakub konu edinilmiştir. Âşık hem kendisi hem de Azerbaycan'da geleneğin durumu hakkında bilgi vermiştir. Diğer bölümlerde Köroğlu, Erzurumlu Emrah, Karacaoğlan, Âşık Elesker, Pir Sultan Abdal, Âşık Veysel, Seyranî ve Sümmanî tanıtılmıştır. Bu âşıklarla ilgili Kutlay Doğan, Pakize Aytaç, Ali Yakıcı, Fatma Ahsen Turan gibi araştırmacıların bilgilerine başvurulmuştur. Âşık havalarının örneklendirilmesinde ise Kars yöresinden devam edilmiş; bu yöreden Garaçı, Baş Sarıtel, Zarıncı, Kerem Güzellemesi, Yanık Kerem, Memmetbağır, Tecnis, Mestirüstem havaları Mürsel Sinan ve Günay Yıldız tarafından örneklendirilmiştir.

69 bölüm hâlinde ekrana yansıyan "Âşıklar Meclisi"nin sonraki bölümlerinde Bayram Durbilmez, Şeref Boyraz, Oğuzhan Arslan gibi yeni jüri üyelerinin katılmasıyla

geleneğin tanıtılmasına devam edilmiştir. Bu program kapsamında bir de para ödüllü "Dede Korkut" konulu şiir yarışması düzenlenmiş, yarışmanın duyuruları sık sık program esnasında yapılmıştır. Programlara Paşa Susanoğlu, Bayram Denizoğlu, Nuri Çırağı, Kul Nuri, Ahmet Poyrazoğlu, Erol Aydın, İhsan Yavuzer, Feymanî, Adanalı Âşık Garip, Abdullah Gizlice, Erol Şahiner, Mustafa Kurbanoğlu, Celalî, Çağlarî, Hacı Karakılçık, Cihan Akçay, Salim Baba, İlgar Çiftçioğlu, Kul Mustafa gibi farklı yörelerden birçok âşık katılmıştır. Aynı şekilde geçmiş dönemlerden usta âşıkların tanıtımına devam edilmiş; Dertli, Ruhsatî, Kul Himmet, Âşık Veli, Sıtkı Baba, Reyhanî, İslam Erdener, Kul Ahmet, Derviş Ali, Daimî gibi isimler biyografileri, etkileri ve eserleriyle ekrana taşınmıştır. Yaklaşık kırk bölüm süren "Şah Abbas ve Turna Tel Hanım Hikâyesi" gibi Âşık Şenlik'ten "Sevdakâr ve Gülenaz Sultan Hikâyesi"nin de anlatım ve gösterimi yapılmıştır. Bunun yanında kısa hikâyelere de yer verilmiştir. Aynı şekilde Turna Havası, Emlek Ağzı, Kuyumcu Havası, Köroğlu Güzellemesi gibi farklı yörelerden âşık havalarının örneklendirilmesine devam edilmiştir.

"Âşıklar Meclisi" uzun soluklu bir program olması; geleneği şahıs, şiir, ezgi, tür gibi unsurları göz önünde bulundurarak bütünüyle işlemesi; akademik destek alması; icra ve gösterimde tiyatro, ses ve saz sanatçılarına başvurması yönüyle benzer programlara göre daha nitelikli bir şekilde hazırlanmıştır. Ayrıca rol alan âşıklarla ilgili çalışmalarda ve gelenek araştırmalarında başvurulacak programlar arasında arşivlik bir program olarak yer almaktadır. Bunun yanında yine TRT tarafından "Türk Halk Edebiyatı" adı altında, geçmiş yüzyılların öne çıkan âşıklarının tanıtıldığı kısa animasyonlar da hazırlanmıştır. Özel kanallarda ise daha çok ustaların biyografilerine ve ürünlere yer veren, kültürel magazin programlarını anımsatan Kanal B (Başkent TV)'de "Sözüm Sazımdır", HaberTürk'te "Müzik ve Yol" gibi programlar yakın dönemlerde seyirciyle buluşmuştur. Özellikle "Sözüm Sazımdır" programı her bölümde yaşayan bir âşığı konu edinmesi, sürenin tamamını o âşığa ve eserlerine ayırması ile dikkat çekmektedir. Emsali kanallarda bu tarz programların olmadığı düşünüldüğünde, belgesel programları içinde değerlendirilebilecek olan yapımın önemi ortaya çıkmaktadır.

İçerik açısından âşıklık geleneğini konu alan kültürel eğitim işlevli programlar birbirine benzemektedir. Özel kanallarda bu tarz programlarla nadiren karşılaşıldığı düşünüldüğünde TRT'nin özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısına ışık tutan birikimiyle

kültürü derleyen, işleyen, arşivleyen, yeniden değerlendiren yapısı geleneğin tanıtımı ve kültür araştırmaları için kaynak konumundadır.

3.2.3.Müzik-Eğlence Programları ve Âşıklar

Televizyon eğlence temelli bir medya aracıdır. Her ne kadar kurumsallaşma ve yayılma döneminde haber ve bilgi verme, eğitim gibi farklı işlevleri de üstlenmiş olsa da özel kanallarla birlikte eğlence işlevi diğer işlevleri geride bırakmış, neredeyse haber bültenleri bile eğlenceli hâle getirilmiş; tüm televizyon yapımlarının ortaya çıkarılmasında eğlence ve tüketim ilişkisiyle hareket edilmiştir[50]. Televizyonda eğlenceyi sağlayan başlıca yapımlar da müzik programlarıdır. Türkiye'de ilk ortaya çıktığından beri (başta İTÜ TV olmak üzere) televizyonda yayın akışını doldurmada müzik programlarından yararlanılmıştır. Bu programların içeriğinde genellikle popüler ürünlere ağırlık verilse de geleneksel müzik belleği de içerikleri doldurma adına başvurulan temel kaynaklardan biri olmuştur.

TRT döneminde Özay Gönlüm'ün yaptığı "Halk Müziği İstekler" programı, Mehmet Özbek'in ve Sümer Ezgü'nün programları, daha sonra Pazar günleri için hazırlanan müzik-eğlence programları, Barış Manço ve Mustafa Keser'in çalışmaları, özel kanallarla İzzet Altınmeşe'nin TGRT'de hazırladığı "İzzet-i İkram", Flash TV'de "Zenger Paşa'nın Konukları", İsmail Türüt ile "Türüt Show", yakın dönemde Dilberay'ın "Kader Mahkûmları" vb. programlar zaman zaman âşıkların davet edilip kendilerini ve eserlerini tanıtma fırsatı buldukları programlardan bazılarıdır.

Medya ortamında sürenin son derece planlı ve verimli bir şekilde kullanılması söz konusudur. Sözlü kültür ortamının yöneticisi-yürütücüsü âşık, bu ortamda zamanı serbest bir şekilde kullanabilmektedir. Medyadaki süre problemi âşığın doğallığını yitirmesine, doğaçlamadan uzaklaşmasına neden olmuş; âşık en çok bilinen eserlerini dile getirmeye başlamış; karşılaşma yapılacaksa önceden hazırlanarak ekrana çıkmıştır. "Bu hazırlıklı anlatım ve gösterim, bir taraftan âşıklık geleneğinin icra sistemini farklılaştırmış, diğer taraftan da daha özgün yaratıların ortaya çıkmasını sağlamıştır" (Özdemir, 2008: 257). Aşağıdaki metinde de görüleceği üzere dar sürede âşığın sanat yaşamında en çok beğenilen birkaç eserini okuma fırsatı yakalaması, bu vesileyle

[50] Bkz. televizyon ve eğlence ilişkisini eleştirel bir şekilde değerlendiren Modleski, 1998 ve Postman, 2004.

kendini yeni televizyon izleyicisi kitleye tanıtma fırsatı bulması gelenek aktörleri arasında istenilen bir durumdur. Böylelikle gelenek ustasının tanıtımı yapılmaktadır. Ancak doğaçlama söyleme, atışma gibi gelenekte var olan birkaç unsuru gösterme ve âşığın kendi biyografisinden özetler geçme dışında âşıklık geleneğiyle ilgili detaylı bilgiler verilememekte ve gelenekteki türler usulüne uygun olarak sergilenememektedir. Buna rağmen genel izleyici kitlesine hitap eden programlarla âşıklık geleneğinin tanıtımı sağlanabilmektedir. Yayınlandığı döndemde reyting ölçümlerinde ön sıralarda yer alan "İbo Show" adlı programa zaman zaman âşıklar da davet edilmiştir. Mahzunî Şerif ve Murat Çobanoğlu'nun birlikte katıldıkları aşağıdaki program konuyu örnekleme adına verilebilir. Bu programın sözel metni şu şekildedir:

"İBO SHOW EĞLENCE PROGRAMI[51]

(Program Konukları Âşık Mahzunî Şerif ve Âşık Murat Çobanoğlu/ Sunucu: İbrahim Tatlıses, Kanal: İnterstar, Tarih: 1994)

İ.TATLISES: Efendim hoş geldiniz, sevgili hocam nasılsın?

Â. MAHZUNÎ: Teşekkür ederim canım, sen nasılsın?

İ. TATLISES: Allah'a şükür. Efendim hocalarımın birisi Ankara'dan geldi, bir hafta önce randevulaştık; Sayın Âşık Mahzunî Şerif Ankara'dan kalkıp geldiler. Sayın Murat Çobanoğlu da ta Kars'tan geldiler. Orada durum nasıl hoca?

M. ÇOBANOĞLU: Efendim bizde bir laf var: Yağar eser yolcu havası var.

İ.TATLISES: Anlamadım.

M.ÇOBANOĞLU: Yağar eser yolcu havası var.

İ.TATLISES: Yolcu havası var.

M. ÇOBANOĞLU: Kış boran, tipi, iki metre kar var; bir şey yok.

İ.TATLISES: Bizde de burada bir gün kar yağdı bin iki yüz tane kaza, dört bin beş yüz tane çöküntü. Orda da böyle kaza oluyor mu?

---

[51] https://www.youtube.com/watch?v=PY0Y6lzkWvE (E.T.: 15.3.2013)

M. ÇOBANOĞLU: Efendim bizim orda on dört tane kaza var yirmi dört tane de nahiye var.

İ.TATLISES: Güzel.

M. ÇOBANOĞLU: Şimdi efendim çok özür dilerim. Tabi böyle bir alkışa baktım da çok eskiden bir delikanlıyı yamyamlar tutuyor, meğerse yamyamın başı uyanık, diyor ki kazana atacağız bunu, ama alkışlayın. Niye alkışlayın diyor? Diyor ki bu şairdir, ne kadar alkışlarsan şişer. O kadar adama gider onun için siz de alkışlayın.

İbrahim TATLISES: Sayın Mahzunî hocam, sen bir şey diyecek misin? Böyle bir fıkra söyleyecek misin?

Â. MAHZUNÎ: Ben evvela şunu söylemek istiyorum. Dostların çoğu tanır, biliyorum; tanımayan gençlerimiz de duysun istiyorum. Murat arkadaşım da, ben de hemen hemen otuz-otuz beş yıllık Anadolu sanatçısıyız. Bugün dört yüze yakın plaklarımız, kasetlerimiz yani on bine yakın Anadolu kültürüne eser vermiş eski karakteriz. Ne ilginçtir ki bir devlete on bine yakın eser veren bu ulu köklü kültüre hizmet eden bir insan olmaklığın, nedense devletin hiçbir medya kurulundan geçmedi, tenezzül bile edilmedi. Burada devlet bana kucak açmadı, ama İbrahim Tatlıses bana kucak açtı. Bu onun için nezih halkçı ve demokratik tavrını bir ozan yüreğimle kucaklıyor, aynı zamanda şu ekranda bizi göstermeye tavassut eden sevgili İnterstar'a çok teşekkürlerimi bildirmek istiyorum. Şimdi sevgili İbrahim söyledi. Eski bir dostum, çok severim İbrahim'i, yine de saygımı belirtiyorum burada. Bizim Âşık Hüdayî Baba'nın sözü aklıma geldi. Bu her iki ozan için de önemli bir nokta. Der ki Hüdayî Baba, 'Erenler!' diyor, 'Biz arılara bakarız, arılar bal üretir. Balı ayılar da yer, maymun da yer, ama arı bal üretmekten geri kalmaz, üretmeye devam eder.' Biz ozanlar neslimizde deriler verdik, başlar verdik, bizi kestiler, astılar, ama bu demek değildir ki üretimimiz kaldı, devam edeceğiz.

İ. TATLISES: İnanıyorum ki bu gece çok güzel bir âşıklar gecesi yaşacağız, türkülerimiz, ezgilerimiz Anadolu'dan doğunun o kırsal kesiminden derledikleri dersem biraz yanlış olur, hiçbir zaman onlar bir şey derlemedi, sürekli kendileri yaptılar, kendileri ürettiler. Kendileri ayrıca çok iyi birer arıdır, çok güzel bal verdiler bize. Bakalım o balın gerisi gelecek mi? Yani bize verdiler verdiler. Ben mesela biliyorsunuz

Âşık Mahzunî Şerif'in 'Dom Dom Kurşunu'nu da okumuştum. Ben o türküden beş tane ödül aldım, yılın erkek sanatçısı diye. Sen kaç tane aldın hocam?

Â. MAHZUNÎ: İki tane.

İ. TATLISES: Şimdi bazı medyada, gazetelerden yılın erkek (sanatçısı) olarak ödülünü alıyorsun, fakat türkü olarak, beste olarak. Bazıları, bazı yerde başkaları seçiliyor, normaldir. Sen iki tane Allah bereket versin.

Â. MAHZUNÎ: Ama ben burada yalan söylemiş oldum, aslında sevgili İbrahim'in halk ozanıyla kopuk yaşayan elit tabaka arasındaki köprüdeki yüceliğinde ben iki ödül almadım, hâlihazır ödülüm altmış milyondur.

İ.TATLISES: Şimdi hoca senden başlayalım. 'Boşu Boşuna' diye bir türkü vardı.

Â. MAHZUNÎ: Yılllar evvel.

İ. TATLISES: Yani bir bukle, kısa kısa.

Â. MAHZUNÎ: Hak bana bir ömür vermiş,
Boşu boşuna, boşu boşuna, boşu boşuna.
Vücuduma bir can girmiş,
Boşu boşuna, boşu boşuna, boşu boşuna.

Bakın çiçeklere n'olmuş,
Geride bir gazel kalmış,
Süleyman Şah sultan olmuş,
Saltanatı boşu boşuna, boşu boşuna, boşu boşuna,

Gahî gittim, gahî geldim,
Aradım kendimi buldum,
Bir Mahzunî Şerif oldum,
Emeklerim boşu boşuna, boşu boşuna, boşu boşuna.

İ.TATLISES: Yani hocam diyorsun ki boşuna mı geldik dünyaya?

Â. MAHZUNÎ: Yok emek verenler karşılığını görmezse o boşluktan dolayı çalışmışlığı boşu boşunadır. Ben burada biraz da naz ediyorum âşıklık cilvesidir. Halk ozanı hiçbir

zaman verdiği şeylerden karşılık beklemez. Ancak bu demek değildir ki boş ver, ozan nasıl çalarsa çalsın değil. Sahiyken görsek, mesela Pir Sultan Abdal'ı dün asan zihniyet bugün heykelini yapmak istiyor. İsterdim ki o zaman kesilmeseydi, asılmasaydı. Ben de gözümle görseydim bu taltıfı. Ben ölüp gideceğim, diyecekler işte 'Kel ölünce sırma saçlı olurmuş, kör ölünce badem gözlü olurmuş'. Bu güzel ülkemde ölmeden evvel bu taltıfı bir görsem dedim, göremediğim için boşu boşuna oldu. İşte hepsi bu.

İ. TATLISES: Sayın Murat Çobanoğlu, sen bize ne söyleyeceksin?

M.ÇOBANOĞLU: Efendim bundan, 1974-1994, 20 yıl önce değerli, bülbül sesli, Davut nefesli kardeşim İbrahim Bey'le tanışmıştık Ankara'da.

İ. TATLISES: Allah razı olsun.

M.ÇOBANOĞLU: Ta o zamandan beri diyalogumuz vardı, ama samimi olarak bir haftaya kadar içimden geçiyordu. Acaba İbrahim Bey unuttu mu bizi. Seneler evvel şeydik, ama baktık ki gardaşım yaz günü unuttu, ama kış günü unutmadı bizi.

İ. TATLISES: Allah razı olsun.

M. ÇOBANOĞLU: Tabi mühim olan o kış günü unutmaz. Şimdi âşık dedi de vallah hepiniz âşıksınız. Âşık olmayan kimse yok. Sadece bizim sizden fazlalığımız bağırmaktır, başka bir şey değil. Öyledir tabi Allah kâinatın aşkına dünyayı yarattı, olmasaydı yaratmazdı. Aşk olmasa meşk olmaz. Çok özür dilerim ben bazen konuşurum. Kadının biri diyor ki 'Ya Rabbi bana erkek çocuğu ver, eşeği minareye çıkaracağım'. Eşek de minareye çıkar mı? Çıkar çıkar, Allah'ın hikmeti. Allah olmayanlara da versin, erkek çocuğu oluyor. Kadın bakıyor ahtım yerine gelmesi hocanın yanına geliyor, diyor: 'Hocam böyle bir ahtım var'. 'Otur' diyor, 'ondan kolay ne var, ya cemaat ölmek hak mı tabi, dirilmek hak mı amenna, ee sevmek sevişmek de var'. Biri oradan diyor ki: 'hocam sevmek sevişmek ne?' Kadına diyor: 'Eşeğe lüzum yok, kulağından tutun, minareye çıkarın'.

Biri durur, biri kalkar,
Kirpik kaştan ne götürür?
Biri bir bağrına basar,(2)
Toprak taştan ne götürür.(2)

Kim doldurur, kim içer,
Kimi eker, kimi biçer,
Biri yürür, biri uçar,
Yılan kuştan ne götürür, ne götürür?
Yılan kuştan ne götürür?

Biri birini eritir,
Biri birini çürütür,
Biri birini yürütür,
Vücut baştan ne götürür, ne götürür?

Çobanoğlu olsan kâmil
Biri dağdır, biri sahil,
Biri kâmil, biri cahil,
Dolu boştan ne götürür, ne götürür?

İ. TATLISES: Dünya'da en güzel şey kâmil olmak gerçekten. Cahil olmak çok kötü, ayrıca diyor ki dolu boştan ne götürür? Bir şey soracağım, âşıkların bir araya geldikleri zaman ki atışmalarını çok seviyorum. Programın ortalarına doğru ikiniz atışacaksınız. Çünkü kavgayı severim abi. Kavgayı bırakıp kaçıp gideyim.

Â. MAHZUNÎ: Birbirimize gül atarız biz. Atışırız, ama gülleri atarız.

M. ÇOBANOĞLU: Atışımız gül atışıdır. Ama (biz) âşıklar ne kadar birbirimizi taşlasak, ne kadar birbirimizi haşlasak, yine kenara çıktığımız zaman dostuzdur, ahbabızdır. Bizler dil kavgası yaparız gönül değil.

İ. TATLISES: Sen nereliydin hoca?

M.ÇOBANOĞLU: Karslıyım.

İ. TATLISES: Sen?

Â. MAHZUNÎ: Ben Afşinliyim, Kahramanmaraş'a bağlı. Aslen dedelerim Hozat'tan gelmiş ama Afşinliyim. Yani Dersim'den gelmiş, fakat Afşin'de doğmuşum ben.

İ. TATLISES: Ben de Urfa'da doğdum da yani ortanın biraz yarısındayım.

M. ÇOBANOĞLU: Şimdi İbrahim Bey nerelisin deyince yarı buçuk cevap verdim. Ben de Mahzunî kardeş de yarım cevap verdik. Aslında Türkiyeliyiz.

İ. TATLISES: İşte birisi Alevi, birisi Sunni, buyurun. Ama hepimiz Türk insanıyız. Hepimiz Türkiye'de yaşıyoruz, hiçbir zaman bunun ayrımını da yapmadık. Kardeşliği, dostluğu işte şimdi ikisi de birden konuşacaklar. Bakalım ne diyecekler; evet şimdi gelelim ben yarışmada kalmıştım. Senin ödülün var mıydı?

M. ÇOBANOĞLU: Konya Âşıklar Bayramında mı? Naçizane tabi, bu televizyon karşısında her an için Türkiye birinciliğim vardır.

İ. TATLISES: Yani konuda iddialısın.

M. ÇOBANOĞLU: Evelallah, Allah'ın izniyle.

İ. TATLISES: Yani Mahzunî Şerif falan dinlemem diyorsun?

M. ÇOBANOĞLU: Yok estağfurullah. Mahzunî kardeşimizdir, üstün âşığımızdır, canımdır, ciğerimdir.

İ. TATLISES: İkiniz de benim başımın üstündesiniz. Peki, Dünya insanlarına bir şey der misiniz barışla ilgili?

Â. MAHZUNÎ: Onu sonunda söyleyeceğiz zaten. Ben sevgili İbrahim'in sözünü kesmiş oldum şimdi. Vatan bir insanın doğduğu ülke olduğu kadar, aynı zamanda Dünya'dır da. Biz Türkiye'de halk ozanlarıyız, ama en azından bir Şilili Neruda kadar düşünen, Özbekli Dalaylama kadar bilen, bir Suriyeli Abdülvahap kadar Dünya'yı da vatan kabul eden, bütün Dünya halklarına saygı duyan Türkiyeli, ama Dünya ozanlarıyız.

İ. TATLISES: Yarışmada hoca hazır o, ne derler ona?

M. ÇOBANOĞLU: İrticalen.

İ. TATLISES: İrticalen o anda nasıl? Sihirbazlık gibi bir şey mi? Ben enteresan buluyorum. Nasıl oluyor da o an doğuyor bir de durmuyor.

Â. MAHZUNÎ: Şimdi kaşınıyorsun aslında.

M. ÇOBANOĞLU: Aklıma bir şey geldi.

İ. TATLISES: Nedir?

M. ÇOBANOĞLU: Şimdi benim irticalen, o anda okurum. Mesela şu anda bana bir kafiye verir, ona içimden gelen tabi irticalen okurum.

İ. TATLISES: Yani konu versin diyorsun.

M. ÇOBANOĞLU: Tabi konuyu verdiği zaman okuruz. Ben irticalen söylediğim zaman, o eski sözlerimi unutuyorum.

Gönlümüze neşe verdi,
İbo Show'un gecesinde,
Gözüm gördü, gönlüm sevdi,
İbo Show'un gecesinde.

Â. MAHZUNÎ: Bir de ben söyleyeyim.

M. ÇOBANOĞLU: Buyur canım.

Â. MAHZUNÎ: Gönlüm güzele vuruldu,
Sanma ki gönlüm darıldı,
İlk defa zincir kırıldı,
İbo Show'un gecesinde.

M. ÇOBANOĞLU: Urfalı Kars, bir de Maraş,
Savaşacak yavaş yavaş,
Üçümüz de aynı gardaş,
İbo Show'un gecesinde.

İ. TATLISES: Güzel. Peki, sevgili hoca. Efendim Âşık Mahzunî Şerif'in şimdi söyleyeceğim, çok hatırlayacaksınız, çok meşhur türküleri vardır. Mesela iki tanesini ben okudum ki onlar öbürlerinin yanında şey kalır. Mesela 'Çeşmi Siyah'ım, nedir bu hoca?

Â. MAHZUNÎ: Benim ilk türkümdür. 1962'de okuduğum ilk türkümdü. Tekrar gündeme dönmüş. Dedim ya bizim bütün dünya edebiyatında böyledir, bir eser çürüdükçe güzelleşmeye başlar. Aynen odunların, tezeklerin ve maddî canlılığı olup ve

sonra cansızlığa dönüşen oluşumların sonunda altın olması gibi, platin olması gibi, kömür olması gibi bir olay var ya demek türküler de eskidikçe bundan daha öteye gitmiş. İşte benim 'Çeşmi Siyah'ım ilk türkümdü, onu mu okuyayım?

İ. TATLISES: Evet.

Â. MAHZUNÎ: İşte gidiyorum çeşmi siyahım,
Önümüze dağlar sıralansa da,
Sermayem derdimdir, servetim ahım,
Karardıkça bahtım karalansa da.

Bağladım canımı zülfün teline,
Sen beni düşürdün elin diline,
Güldüm Mahzunî'nin berbat hâline,
Mervân'ın elinden hey dost parelense de.

İ.TATLISES: Bir de hocam bir vakıf kurduğunuzu duydum. Vakıf neyle ilgili?

Â. MAHZUNÎ: Efendim ben bir Anadolu halk ozanıyım. Zaten halk ozanlarının işlerinden belli ki halk ozanı yayla ozanı değil, derebey ozanı değil, filan beyin ozanı değil, ikimiz de halk ozanıyız. Halk ozanı doğduğu halkın bütün gelenek, görenek, kavgasını, derdini, tarihini çok iyi çok yakından izleyen bir gönül adamıdır. Bir dostluk elidir. Hele hele Anadolu gibi Türkiye'nin çok farklı ismi olan Anadolu'da yaşayan on bin yıllık medeniyette, yakın çağ dediğimiz şurada işte yedi yüz yıllık bir geçmişimizde, Anadolu halk kültürünün, halk dilinin, halk tasavvuf edebiyatının bir büyük siması vardır: Hacı Bektaş-ı Veli. O yüce zat Anadolu'nun bugününe ve yarınına hitap eden, yetmiş iki millete bir nazarla bak diyen, Anadolu medeniyetlerinde yaşayan, bine yakın kültürü kucaklayan bu kuruluşun adına biz Hacı Bektaş-ı Veli Anadolu Kültür Vakfı diye biz ozanlar, seyyidler, işte bir iki halk adamı, beş on tane, yüz tane halk insanı bir araya gelip bütün Türkiye'nin yüceliği olan Hacı Bektaş-ı Veli'ye selamlar gelsin, yardımlar olsun, bu kültür vakfı desteklensin. Bir su içebilir miyim?

İ. TATLISES: Kiziroğlu Mustafa Bey, bir beyin oğlu, zor beyin oğlu.

Â. MAHZUNÎ: Eyvallah.

İ. TATLISES: Su vereyim mi?

M. ÇOBANOĞLU: Teşekkür ederim sağ ol.

İ. TATLISES: İçin için İbo Show'da. Şunu kim doldurdu, Allah onun cezasını verecek içinde kurtlar var.

M.ÇOBANOĞLU: Fark etmez.

İ. TATLISES: (Stüdyo görevlisine seslenir) Kurt değil de bir ben eksiğim, gel bunu değiştir.

Â. MAHZUNÎ: (Sürahiyi kast ederek) Tayyip Bey de aynı şeyi yaptı, ama sonunda kurtlar gene çıkmaya devam etti.

İ. TATLISES: Şimdi bu Kiziroğlu Mustafa değil de az önce kuliste bana okudun, söyledin. O yukarıda en başta söylediğin miydi?

M. ÇOBANOĞLU: Yok.

İ. TATLISES: Hangisiydi o?

Â. MAHZUNÎ: Ben dilerseniz bir istekte bulunayım tüm sevenler adına. Murat kardeşimizin yıllar evvel ki bendeki kalan hatırası bu: 'Neyine Güveneyim Yalan Dünyanın'. Çok güzel parça.

İbrahim TATLISES: 'Kerem'i yandırıp kül etmedi mi? On bir ay bülbül eyledi feryad gül için, bülbülü lal etmedi mi?'

M.ÇOBANOĞLU: Neyine güvenem yalan Dünya'nın
Kerem'i yandırıp kül etmedi mi?
On bir ay bülbül feryat eyledi,
Gül için bülbülü lal etmedi mi?
Aman efendim, derman efendim ,

Gardaş bu Dünya arsızındır,
Cehennem hırsızındır,
Nerede bir güzel görsem,

O da bir nursuzundur.

Bülbül âşık idi gonca güllere,
Arzusunu söylerdi esen yellere,
Mecnun Leyla için düştü çöllere,
Ferhat'a dağları yol etmedi mi?
Aman efendim, derman efendim,

Gardaş yatan karı,
Dağların yatan karı,
Yiğidi erken öldürür,
Akşamdan yatan karı.

Çobanoğluyam, yaram döndü çıbana,
Kurduğun bağların oldu virana,
Kardeşi Yusuf'u attı zindana,
Kaderi Mısır'da kul etmedi mi?
Aman efendim, derman efendim,

Yarasızdır, doldur ver yarasızdır,
Güle güle gezerim, el sanar yarasızdır,
Vay zalım vay.

Â. MAHZUNÎ: Eline sağlık.

İ. TATLISES: Ben vazgeçtim, hepsinden vazgeçtim. O arada bir laf söyledin, ne erkenden yatan, ne karı?

M. ÇOBANOĞLU: Olur ya bacılarım, kardeşlerim kusura bakmayın. Olur da erkeği işi olduğunda geç geldi. Ölse açmaz kapıyı. Bekle ki kapıyı aç, istersen mecbur bekleyeceksin. 'Yatan karı, dağların yatan karı/ Yiğidi tez öldürür akşamdan yatan karı' Eskiden beklerdiler, ama diyeceksiniz Çobanoğlu o zamana değişti tabi. Eskiden yiğidi eve gelmeyene kadar yatmazlardı, içimizde var görüyorum o eskileri var. Bazıları var, Allah için yok değil, ama şimdi zamana değişti.

İ. TATLISES: Yani sen şimdi diyorsun ki 'yirminci asrın sonuna kaldık, kızı ana oldu'.

M. ÇOBANOĞLU: Yirminci asırın sonuna kaldık,
Kızı ana, oğlu baba bilmiyor,
Meyhaneler doldu, cami boşaldı,
Hafız namaz, hoca dua bilmiyor,
Vallah bilmiyor, billah bilmiyor.

Parmakları oje, dudakları boya,
Kadınlar atlıdır, erkekler yaya,
Mini etek çıktı, kalmadı haya,
İğne iplik, gömlek, yama bilmiyor.
Vallah bilmiyor, billah bilmiyor.

Çobanoğlu ne söylesem ne diye,
Saklayana bu sözlerim hediye,
Bismillahsız el atıyor ekmeğe,
Sofrası boş karnı doyabilmiyor.
Vallah bilmiyor, billah bilmiyor.

İ. TATLISES: Güzel güzel. Bir karı benden erken girecek yatağa, yatacak, kıyameti kopartırım, yer yerinden oynar, kimse beni tutamaz. O zaman kalkarım, bir duble rakı koyarım, kendime keyif sürerim. ‘Han sarhoş, hancı sarhoş/ Yolda yabancı sarhoş el çek tabip yaramdan/ İçimdeki sancı sarhoş’. Neydi hocam sözü, müziği? Sayın Âşık Mahzunî Şerif’e ait. Benden dinlediniz değil mi? Bu ‘Han Sarhoş, hancı Sarhoş’u. Onu hoca, bir dinleyelim senden. Bir de ben kalkıp okuyayım. İlk başta senden bir dinleyelim.

Â. MAHZUNÎ: Çok memnun olacağım. Ama bir ben okuyum, dinleyin.

İ. TATLISES: Peki.

Â. MAHZUNÎ: Karlı dağlar kara bulut içinde,
Yaylası hüzünlü, yöresi bir hoş,
Sevdalı yolcular umut içinde,
Hayâlin düğünü töresi bir hoş.

Han sarhoş, hancı sarhoş,

Yolda yabancı sarhoş,
El çek tabip yaramdan,
İçimdeki sancı sarhoş.

Bizim evde bayram günü kutlanmış,
Obalar dağılmış, dostlar yadlanmış,
Eyvah ayrılığın yaresi bir hoş,
(Bağlantı)

Mahzunî yıldızım aylar içinde,
Bağlanmışım zülfü yaylar içinde,
Yüzemez yunuslar çaylar içinde,
Deniz vurgununun yaresi bir hoş.
(Bağlantı)

İ. TATLISES: 'Han sarhoş, hancı sarhoş.' Hoca sen de sever misin Allah aşkına Mahzunî Şerif'i? O seni çok seviyor bak?

M. ÇOBANOĞLU: Evet çok severim. Gönülden gönüle yol var demişler, demek ki gönlümüz birbirimizi çok sevdiği için bir araya geldik.

İ.TATLISES: Yok yani, o seni çok seviyor da, sen de seviyor musun? Düşüremiyorum birbirlerine, peki ikiniz bir düşün hele nasıl düşeceksiniz?

Â. MAHZUNÎ: Bir düşek hele kardeşim, nasıl düşeceksek.

M. ÇOBANOĞLU: Şimdi efendim, ben de sözü, zaten ilk vuruş hedeflidir. Onun için ben sırayı değerli kardeşimiz Mahzunî Usta'ya bırakıyorum. Ben de bakalım yavaş yavaş onun sözüne hedef olacağım. Ama bakalım ya cevap vereceğim ya da veremeyeceğim. O an ki olan içimizden gelen, irticalen okuyacağız, yani inşallah. Bir hazırlığımız yok. Babayı kırmayalım.

Â. MAHZUNÎ: Murat bizim aramızda,
Bayram olur barış olur,
İnanma sen İbrahim'e,
Bayram olur barış olur,

Tatlı tatlı yarış olur.

M. ÇOBANOĞLU: Ayrımız gayrımız yoktur,
Bayram olur, barış olur,
Bir yetim güldüğü zaman,
Bayram olur barış olur,
Bir fakir güldüğü zaman,
Bayram olur barış olur.

Â. MAHZUNÎ: Aktı kanım ılık ılık,
Biz yabancı çölde idik,
Arada kalsa ikilik,
Bayram olur, barış olur,
Bir dost dosta kavuş olur.

M. ÇOBANOĞLU: Aynı beden, aynı yürek,
Kalem yazsın, duysun melek,
Ne Alevi, ne Kürt, ne de ki Laz,
Hepsi Türk'tür barış olur.

Ne Alevi, ne Kürt ne de ki Laz,
Hepsi Türk'tür barış olur.
Bayram olur, barış olur,
Kim gülerse bayram olur.

Â. MAHZUNÎ: Çekilmez bayramın yası,
Olmaz bayramın kavgası,
Çözümüdür demokrasi,
Bayram olur, seyran olur,
Dost dostuna kurban olur.

M. ÇOBANOĞLU: Evde kazan kaynar ise
Kız anayı anar ise
Oğlu babayı tanırsa,
Barış olur, bayram olur.

Oğul babayı tanırsa,
Bayram olur, barış olur.

Â. MAHZUNÎ: Mahzunî gel kendin tanı,
İkilik olmasın yani,
Gel öpelim İbo seni,
Bayram olur, seyran olur,
Can canana kurban olur.

M. ÇOBANOĞLU: Çobanoğlu düşme derde,
Sırrını verme namerde,
Tatlıses olduğu yerde,
Bayram olur, barış olur.

Tatlıses olduğu yerde,
Canım canım, benim canım,
Barış olur, bayram olur,

Koca karıyı severse,
Karı kocayı severse,
Bayram olur, barış olur.

İ. TATLISES: İkisiniz de birleştiği bir nokta var kine, nefrete karşılar. Barışın yanındalar, savaşın karşısındalar. Mutluluğun ve huzurun yanındalar. Ben bunu sezdim ikisinin de sözlerinden. İkisine de teşekkür ediyorum, saygılarımı sunuyorum, ikisinin de ellerinden öptüm. Sırf barış, bayram kelimeleri için. Biz insanlar arasında kavga istemiyoruz, barış istiyoruz gerçekten. Şimdi hoca son bir kasetin yok mu senin?

M. ÇOBANOĞLU: Son kasetimi Cihan Aksakal diye bir firma Erzurum'da, bu firmada dolduruyorum. Efendim, değerli İbrahim kardeşimiz senelerden beri, ben yetimim ana yüzü görmedim, şöyle boynu bükük ben de duruyorum da, ben de kardeşimi dinlemek istiyorum, hiç merhamete gelmiyor. Hep bize söyletiyor, kendisi söylemiyor. Şimdi Kiziroğlu Mustafa Bey'i okuyacağım, burada bir espri var, söylemeden geçemeyeceğim. Ama bekârlar iyi dinlesin, zaten evlilerden iş geçmiş. Şimdi eskiden bir delikanlı otuz yaşını ikmal etmeden evlenmezdi. İaşesini temin ederdi ki çoluk

çocuk beni çökermesin, kahretmesin. Şimdi yaşı on dört: ‘ana!’ ‘Can yavrum!’, ‘Ana aşağıki mahleye de gidemem’. ‘Niye oğlum, ne oldu, borcun mu var, korkuyor musun oğlum?’ ‘Yok korkmuyorum ya’. ‘Babana da söyleyeceğim da’. ‘Da’ demek, biliyor musun ne demek?

İ.TATLISES: Ne?

M. ÇOBANOĞLU: ‘Da demek’ evlenmek istiyorum demek. Anaya evlat, en sırrını anaya açar. Çünkü şunu arz edeyim: Dünya’nın en tatlı, en güzel varlığı anadır. Dünya’da, özür dilerim analarımdan, bacılarımdan ben de sevgiyle evlendim, ama hâşâ ölse bir kadın kocaya can demez, imkânı yok. Bizim bir âşık var, bir tanesi gidiyor, diyor ki filanını görmek istiyorum. İsmi de Ezrail. Diyor ki ‘bacı, âşık usta evde mi?’ ‘İsmin ne?’ Öyle diyor ki ‘Ezrail’. ‘Erzail isen akşama gel, kocam evde yok. Akşam gelir’. Bak şimdi en can kimdir, biliyor musunuz: Ana. Ana, evlada can anadır. Şimdi gelelim delikanlı on dört yaşında evlenmek istiyor, evleniyor. Bundan olan çocuk yüz elli gram, ismini de koyuyor Gürbüz (!) Hiç oldu mu?

Bir fend ile geldi geçti, peh, peh, peh!
Kiziroğlu Mustafa Bey, hey, hey, hey!
Hışmı dağı deldi geçti,
Ağam kim, paşam kim, Nigar kim?
Gözüm kim, kanım kim, canım kim?
Kim, kim, kim?
Kiziroğlu Mustafa Bey,
Bir beyin oğlu, zor beyin oğlu!

Vay ben ona eş olaydım, peh, peh, peh!
Anadan on beş olaydım hey, hey, hey!
Keşke onlan kardeş olaydım,
(Bağlantı)

Bir atı var ala paça, peh, peh ,peh!
Ecel vermez kır at kaça hey, hey, hey!
Az kaldım ortamdan biçe.
(Bağlantı)

Hay edende haya teper, peh, peh,peh!
Huy edende huya teper, hey, hey, hey!
Köroğlu'nu suya teper.
(Bağlantı)

İ. TATLISES: Gerçekten çok güzel bir türkü çok. Hoca bunu neyi kastederek yazdın, neyi düşündün de Köroğlu'ndan falan bir şeyler katıyorsun? Nedir yani, bir alıp veremediğin mi var?

M. ÇOBANOĞLU: Efendim, bu yiğidin hakkı her zaman için söylenir tabi. Şimdi efendim, bunun tabi inşallah bir daha görüştüğümüz zaman hikâyesini anlatırım da uzun uzadıyadır da. Herkes karısının yanında kendini metheder. Hani eve dövülür gelir karısı der ne oldu? Sorma yav ikisini dövdüm, ikisi kaçtı, üçü zor kurtuldu. Tabi ki dövüldü, eve geldi. Ama Kiziroğlu Mustafa Bey, Köroğlu'nu yendiği zaman elbisesi çamurlu. Köroğlu'nun iki hanımı vardı biri Gül Nigar, diğeri ise Döne Sultan. Gül Nigar'ın karşısına geldiği zaman 'Köroğlu ne oldu?' 'Sorma hanım.' Meğerse Kiziroğlu keleşlerin arkasında Köroğlu'nu dinliyor, bakalım bu kendini mi methedecek yoksa beni de söyleyecek mi yendiği mi? Hâlbuki söyler mi bunu imkânı mı var? Ama burada Köroğlu diyor ki 'bir fend dile geldi, geçti/ Kiziroğlu Mustafa Bey/ Hışmı dağı deldi geçti/ Kiziroğlu Mustafa Bey'. Karısı dedi 'Köroğlu, bırak canım senden başka yiğit var mı?' 'Yok hanım, öyle şey olur mu? Bir atı var ala paça/ kılıcının ucu haça/ az kaldı ortamdan biçe/ Kiziroğlu Mustafa Bey.

İ.TATLISES: Allah Allah.

M. ÇOBANOĞLU: Tabi, bu işler yiğitliğe, kahramanlığa bakar. Eski yiğitler diyor ki:

Hay edende haya teper
Huy edende huya teper
Köroğlu'nu suya teper
Kiziroğlu Mustafa Bey.

İ. TATLISES: Harran'a su geliyor,
Aney kalk bir zılgıt çal,
Urfa'ma su geliyor.
Fırat dağı deliyor (2)

Urfa'ma su geliyor,
Harran'a su geliyor,
Aney kalk bir zılgıt çal (2)
Urfa'ma su geliyor (2)

(U.H.)
Suya hasret kara toprak, suya hasret, suya hasret,
İçeriden bağrım yaniy!
Aney kurban, içerden bağrım yaniy,
Ah ah, dudağım, dudağım suya hasret!
Aney kurban ah, içerim içerim kan ağliy,
Dudağım suya hasret.
Aney kalk bir zılgıt çal,
Urfa'ma su geliyor,
Harran'a su geliyor.

İ. TATLISES: Teşekkür ederim. Şimdi Sayın Âşık Mahzunî Şerif, Allah'ına kurban senin. Ben bir gazetede okumuştum, 'Dom Dom Kurşunu'nu insanlar siyasî şeye çekmek istediler. Hatta sen hanımına yazdığını, yani 'kaşların arasından dom dom kurşunu' yani hani insan böyle göz göze gelir ya, o arada hanımınla mı göz göze geldin, bunu hanımına mı yazdın?

Â. MAHZUNÎ: 'Dom Dom Kurşunu'ndan evvel 'İnce İnce Bir Kar Yağar Fakirlerin Üstüne' demiştim. Urfa'ya su gelmesini otuz iki yıl evvel istemiştim.

Yolsuz Maraş, susuz Urfa,
Yandık yandık bir yudum su,
Etme ağam ne olur,
Hamd olsun geldi su.

İ.TATLISES: İnce ince bir kar yağar, fakirlerin üstüne,
Neden felek inanamıyor, fukaranın sözüne,
Öldük öldük, yandık yandık,
Etme ağam n'olur n'olur
N'olur n'olur n'olur.

Adam mı ölür insan sevince,
Okul olunca n'olur, n'olur, n'olur gardaş n'olur.

Â. MAHZUNÎ: İstanbul'a benzemiyor bizim köyün kızları,
Yolsuz Maraş, susuz Urfa, ya Diyarbakır'ları
Yandık yandık susuzluktan,
Etme ağam n'olur, n'olur, n'olur.
Adam mı ölür okuyunca okul mu olur?
Yol yapılınca n'olur, n'olur, n'olur.

İ.TATLISES: Eskilerimizin sezisi çok kuvvetli.

Â. MAHZUNÎ: Efendim, demin Murat can anlatıyordu. Bir memleketin toprağına başka bir ülkenin askeri göz diker, gelir yarısını elinden alır, gider. O memleket tekrar kuvvetlenir, onu tekrar alır. Bu kolay iştir, ama bir memleketin kültürüne dokundukları zaman bu bin yıl gider. Onun için çok dikkat etmek gerekir. Benim ulusumun kültürüne dokunulmuş durumdadır. Yani batılılaşmak adına Anadolu'nun kültürü her taraftan savsaklanır gider. Ben sanatın her yönüne saygı duyan bir insanım. Mesela bir Anadolu halk ozanı olarak ben Hint müziği de severim, bu çok doğaldır. Öbürü de Arjantin müziği de sever, bu da çok doğal. Ancak ben taş atmış olmayayım, sevgili Çetin Alp Fransa'ya Eurovision yarışmasına giderken, ben taş atmak için söylemiyorum, saygımı da sunuyorum. 'Opera' (1983) isimli bir parça ile gidiyor. Yani bir kerpiç isimli parça ile gitse daha iyi değil mi? Opera zaten Fransızların kendi dilidir. Yani bir Fransız, Parisli yahut Londralı bir adam bir 'Lorke'yi bizim kadar okuyabilir mi? Yahut bir 'Konyalı' türküsünü bir Konyalı kadar okuyabilir mi? Ben isterim ki ana kültürümüzü otantik değerimizi korumak durumundayız. Çocuklarımıza, gençlerimize bütün batılı meselelere saygı duysunlar. Benim batıya imrenmem için bir tek nedenim vardır: batı teknolojisi, batı demokrasisi, batı işi çok güzeldir. Ama ille de şarkısına mecbur olacağım diye bir şey hiç kabul etmiyorum, mecbur da değilim.

M. ÇOBANOĞLU: En iyisini İbrahim Tatlıses okuyor. Bir tane daha dinleyelim.

İ. TATLISES: Yeter ya daha ne okuyayım? 'Haydi söyle onu nasıl sevdiğimi/ Ne söyledim, ne söyledim sana ne söyledim ki? Dam üstünde un eler/ Tuti-i mucize… Hiç böyle bir potpori dinlediniz mi?... (Sanatçı 'Ben de Bir İnsanoğluyum' parçasını okur.

Ardından Mahzunî Şerif'in 'Dom Dom Kurşunu' türküsünü birlikte okurlar ve program sonlandırılır.)

3.2.4. Kültürel Magazin Programlarında Geleneksel Müzik ve Âşıklar

Tek kanallı televizyon döneminde başlayan yerelin kültürel değerlerini tanıtmaya dönük programlar, TRT'nin GAP kapsamında yayına başlattığı kanalıyla artarak devam etmiş; özel kanallar için de bu kültür programları örnek teşkil etmiştir. M. Taşlıova "ülke içinde il, ilçe ve köyleri gezerek, katılımlı veya gözlem yoluyla tespit edilen 'halk hayatı' ürünlerini televizyondan yayınlamak üzere" (Taşlıova, 2011: 121-122) hazırlanan bu tarz programları televizyon folkloru içerisinde elektronik turist rehberi olarak düşünmektedir. Genelde kültürel magazin programı olarak ifade edilebilecek olan bu programlarda, yerelde yaşayanlarla, yerelden kente göçmüş birinci kuşak toplum hedef alınarak köy ve kasaba yaşamı, folklorik unsurlar, yerelin kültürel değerleri, genel olarak somut ve somut olmayan kültürel miras ekrana taşınmıştır. Bu yapılırken TRT, devlet kanalı olmanın verdiği üslubu korumuş ve programlar bilgi paylaşımı, kültürel değerlerin yaşatılması vb. düşünceleri savunur tarzda hazırlanmıştır. Aynı zamanda yörelerin ve özelliklerinin tanıtımı esnasında dikkat çekme adına görsel kültüre ve yerel müziklere, oyunlara ağırlık verilmiştir. Giyim-kuşam, araç-gereçlerin yanında geleneğin ustaları ve geleneksel meslekler; yöre ekiplerinin, mahallî sanatçıların ve âşıkların katkısıyla geleneksel müzik ve halk oyunlarından örnekler sunulmaktadır. Cumhuriyetin kuruluş felsefesine göre dikkat çekilen millî kültür ve Anadolu'nun, televizyon çağıyla yeniden keşfi bu programlarla sağlanmıştır.

"Köy Odası, Anadolu, Dağarcık, Köyden Köye Çiftçiden Çiftçiye, Tarım ve Köy, Daldan Dala, İlimizden Obamızdan, İl İl Türkiye, Bir Yöremiz, Kültürlerin Yeşerdiği Ülke Türkiye, Bizim Sazımız Bizim Sözümüz, Anadolu'dan Çeşitlemeler, Kınalı Koçum Sürmeli Koyunum, Anadolu'da Düğün, Karadeniz'den Çeşitlemeler, Bu Toprağın Sesi, Türkü Türkü Türkiyem, Yörelerimiz Türkülerimiz, Bir Dilden Bir Telden, Dere Tepe Türkiye" (Özdemir, 2008: 252) gibi programlar konularını yerelden ve yerelin folklorundan almıştır. Genel teması geleneksel müzik olan bu programlarda, müzik doğal bağlamında halk hayatıyla birlikte sunulmuştur. Farklı tarzda yine TRT'de ekranlara gelen "Gezelim Görelim" programı ise sıralanan örneklerle oluşan yayın birikiminden hareketle geleneksel kültürü işlerken çok kanallı televizyon dünyasının

yerleşmeye başladığı bir dönemde, öne çıkma adına magazinselliğe ve mizaha biraz daha fazla ağırlık vermiştir. Seyirci tarafından ilgiyle izlenen ve Türk televizyonculuğunun en uzun soluklu programlarından biri olan, Nuray Yılmaz'ın hazırlayıp sunduğu "Gezelim Görelim"e, bu geçiş evresinde ticarî kaygılarla yayın içeriğini doldurmanın ve reyting alabilmenin öne çıktığı özel kanallar tarafından öykünülmüştür. Yakın dönemde "Şoray Uzun Yolda, Maceracı, Bam Teli, Gez Göz Arpacık, Anadolu Gezgini, Anadolu Keyfi, Dolu Dolu Anadolu, İkbal'le Diyar Diyar, Hakan'la Geziyorum, Gezelim Tozalım" gibi gezi programları ulusal kanallarda ekrana gelmiştir. Bunun yanında "Oktay Usta, Davetsiz Misafir, Ezgi Sertel ile Lezzetin Haritası, Turgay Başyayla ile Lezzet Yolculuğu, Soframız, Ezgi ile Şifalı Yemekler" gibi programlar tema olarak geleneksel mutfağı öne çıkarmış olsalar da yine halk hayatına ve geleneksel müziğe tamamlayıcı unsur olarak yer vermektedirler.

N. Özdemir birbiri ardına yayına başlayan kültürel magazin programlarını "sözde yerelin yeniden keşfedilmesi ve kent tükendiğinde yerele gitme" şeklinde yorumlar ve televizyon dünyasındaki rekabetin yerelin ayağına gidilmesiyle sonuçlandığını belirtir (Özdemir, 2008: 253). Bir dönem, birkaç dakikalığına da olsa televizyona çıkmanın önemli bir etiket olduğu, âşıkların radyo ve televizyon yayını için Ankara'ya gittikleri düşünüldüğünde bugünün yayın dünyasında televizyona çıkmanın da sıradanlaştığını ve programlarla kısıtlı sayıda izler kitleyle temas kurulabildiğini belirtmek gerekir. Ancak bu programların arşivlenmesi, uydu aracılığıyla yurtdışında izlenilebilmesi, dahası internette video sitelerine, belde sitelerine yüklenilmesi keşfedilen yerelin küresele aktarılması açısından önemlidir.

Kültürel magazin programları günümüzün gezi yazıları olarak düşünülebilir. "Bugün gezi türünün kapsamı, matbu yayınların yanında, radyo, televizyon ve internet bağlamlarında sıklıkla rastlanmaya başlayan 'gezgin programları'yla genişletilmiştir" (Özdemir, 2009: 38). Programların televizyondaki yayınları veya internetteki kayıtları yerli turistlere rehberlik etmekte, hangi şehirde ne yapılacağına, ne yenileceğine programlar incelendikten sonra karar verilmektedir. Programların doğurduğu sonuçlar ve izleyicide algılanış biçimiyle kültürel tanıtımın yanında "tematik reklam işlevi, geleneği taşıma, izleyiciyi görsel/sanal seviyede yöresine götürme, yeni turistik mekân oluşturma/turistik alan açma" (Taşlıova, 2011: 123) gibi işlevleri de bulunmaktadır.

Türkiye'de kültürel magazin programlarının ilk dikkat çeken örnekleri "Gezelim Görelim"den sonra Barış Manço'nun "7'den 77'ye" programıdır. Karma yapıdaki program 1988'de başlamış ve 350 bölüm devam etmiştir. Programın içeriğinde çocuklar için "Adam Olacak Çocuk" dikkat çekmiş, ayrıca her hafta bir klibe yer verilmiştir. Bunun yanında Barış Manço'nun yurt içi gezilerinden oluşan "Dere Tepe Türkiye" ve yurtdışı için "Dönence" bölümleri yer almaktadır. Sanatçının bu yurtiçi ve yurtdışı gezi programları benzer tarzda hazırlanan programlara rehberlik etmiştir. Barış Manço, Doğu Anadolu gezilerinde Ankara ve İstanbul'dan tanıştığı âşıkları ziyaret etmiş, sözlü kültür ortamından aldığı örnekleri elektronik kültür ortamına taşımıştır. Bu programların arşivlerdeki kayıtları ve sosyal paylaşım sitelerindeki bölümleri incelendiğinde âşıklık geleneği için de bu tür programların birer depolama görevi gördüğü anlaşılmaktadır.

"Dere Tepe Türkiye" 1988'de Türkiye'nin kuzeydoğu noktası Kars'tan başlamıştır. Kars ile ilgili bilgiler verildikten sonra traktörle köye gelen Barış Manço doğal icra bağlamı olan köy odasında âşık sohbetine katılmıştır[52]. Murat Çobanoğlu, Şeref Taşlıova ve halktan kimselerin bulunduğu odada şu şekilde muhabbet ve deyişme gerçekleşmiştir:

"B. MANÇO: Kars'a geldikten sonra Kars'ın yetiştirdiği iki büyük halk ozanı, iki büyük saz şairi… Onları görmeden gitmek olur mu? Üstelik ikisi de benim yirmi yıllık eski dostlarım Şeref Taşlıova ve Murat Çobanoğlu. Gelin birlikte izleyelim. (Köy odasına girer.)

Barış MANÇO: Aşk olsun âşıklar, meşkiniz bol olsun.

Ş.TAŞLIOVA: Aşk-ı cemalimiz olsun, hoş sefa geldiniz.

M. ÇOBANOĞLU: Hoş geldiniz Barış Bey, şeref getirdiniz. Buyurun şöyle, aramıza buyurun da muhabbetimiz daha sıcak olsun.

B. MANÇO: Hayrola Muratcığım, senli benli konuşurken ne zamandan beri sizli bizli olduk. Barış Bey falan, hayırdır?

[52] Dere Tepe Türkiye- Kars (1988) https://www.youtube.com/watch?v=jzJF06G16Is (E.T.: 20.9.2014)

M.ÇOBANOĞLU: Hiçbir zaman dostlarımız gönlümüzden ırak değildir, kalbimizde yeri vardır. Onun için bizler sizi hiçbir zaman unutmayız.

Ş. TAŞLIOVA: Uzak yoldan geliyorsunuz, bir gün dahi geç olsa bile insanlar uzaktan geldiği zaman ona bir de hasret duyduğu için gönlümüzde yeriniz var, onun için hoş safa geldiniz, diyoruz.

B. MANÇO: Evet, işte çocuklar bunlar kitaplarda olmuyor yani bu yazmakla olmuyor. Hep anlatırız ya Türk'ün geleneksel misafirperverliği, o saygısı tarihten beri gelen saygısı, işte bu sazda sözde, bu güzel lafta da bunlar yatıyor zaten. Ben ne kadar yirmi yıllık dostlarım Şeref kardeşim ve Murat kardeşimle berabersem de, ikisi de böyle uzun bir aradan sonra görüşünce gene "Barış Bey hoş geldiniz, şöyle buyurunuz" gibi oluyor. İşte esas bu Türk'ün o geleneksel misafirperverliği, o saygısı burada yatıyor. Muratcığım görüşemedik uzun zamandan beri, şöyle sazınla sözünle tatlı dilinle bize söyle. İki kıta bir şey dinlesek?

M. ÇOBANOĞLU: Dostlarım sefa gelmiştir,
Yolumuz yabancı değil,
Aynı toprağın insanı,
Dilimiz yabancı değil (2)

Çobanoğlu söz gulunur,
Gönül arzu yaz bulunur,
Âşıklarda saz bulunur,
Telimiz yabancı değil. (2)
Canım, canım, benim canım…

B. MANÇO: Aşk olsun Muratcığım, eline diline sağlık.

M. ÇOBANOĞLU: Çok teşekkür ederim, siz de sağ olun, var olun.

B. MANÇO: Evet Şeref abi bir de senden dinlesek. Şöyle senin de tatlı sesinden, sazından, sözünden bizi dinleyen milyonlarca kardeşlerimizi de faydalandırır mısın?

Ş.TAŞLIOVA: Tabi, âşıkların sazı bir gönül selamıdır, gönül muhabbetidir. O muhabbet bahçesinden bizde karınca kararınca bir şeyler söyleyelim:

Burası serhat yaylası,
İşte benim güzel yurdum.
Yüksektir Kars'ın kalesi,
İşte benim güzel yurdum (2)

Şeref der ki güzel âlem,
Gönlüm kâğıt dilim kalem,
Vatanıma olsun selam,
İşte benim güzel yurdum. (2)
Serhat Kars'tan olsun selam,
İşte benim güzel yurdum. (2)

B. MANÇO: Aşk olsun Şeref, aşk olsun…"

Görsel 31: Dere Tepe Türkiye' programının Kars bölümünden bir kesit. Barış Manço, bir köy odasında Âşık Şeref Taşlıova ve Âşık Murat Çobanoğlu ile sohbet ederken.

Kars'tan sonra Sarıkamış'a geçen Barış Manço'yu yolda bir bekçi karşılamış, daha sonra sanatçı okulları dolaşmış, lokantada cağ kebabını tanıtmış ve Erzurum'un yolunu tutmuştur[53]. Ahmet Hamdi Tanpınar'ın öğretmenlik yaptığı Erzurum Lisesi'nde mezunlarla sohbet gerçekleştirilmiştir. Programın on beş gün sonraki bölümünde Oltu

[53] Dere Tepe Türkiye-Erzurum (1988) https://www.youtube.com/watch?v=5nxGsMtw_6Q (E.T.:20.9.2014)

taşı, kıtlama çay içme anlatıldıktan sonra kalan süre âşıklar kahvesine ayrılmıştır[54]. Reyhanî'nin yöneticisi olduğu Doğu Halk Ozanları Derneği olarak kullanılan kahvehanede sözlü kültür geleneğine uygun bir icra düzeninde, akşam saatlerinde masanın üzerine konulmuş sandalyelerde oturan Reyhanî ve arkadaşları "Barış Geldi" hoşlamasıyla sanatçıyı karşılarlar:

"BARIŞ GELDİ
Akıllı başla beraber, (2)
Gidin arkadaşla beraber,
Erzurum'a kışla beraber,
Barış geldi, barış geldi. (3)

Halil İbrahim sofrasına,
Barış geldi, Barış geldi.
Gözün aydın vatanıma,
Barış geldi, Barış geldi (4)

Reyhanîdir uygun çağa (2)
Yapraklar bitirir bağa,
Sarı Çizmeli Mehmet Ağa,(2)
Barış geldi, Barış geldi (3)
(Son menzile varış geldi.)

Reyhanî'ye böyle uyan,
Kulak verip sözü duyan,
Arkadaşım eşek diyen, (2)
Barış geldi, Barış Geldi. (3)

Uzun bıyık, sırma kaşlı,
Vazifesinde savaşlı,
Sigortalı, uzun saçlı,
Barış geldi, Barış geldi. (2)

[54] Dere Tepe Türkiye-Erzurum-2 (1988) https://www.youtube.com/watch?v=bncKWmw8jaA (E.T.:20.9.2014)

Görsel 32: Dere Tepe Türkiye'nin Erzurum bölümünde kahvehanede Barış Manço Erzurumlu âşıklarla sohbet ederken.

Ardından kısa bir sohbet gerçekleşir ve dışarısında da yoğun bir kalabalığın olduğu kahvehanede Barış Manço "Aldı Cengiz Yaranî, görelim ne söyledi" diyerek Yaranî'nin şiir okumasını istemiştir. Âşık, şiirini okuduktan sonra Barış Manço "Eee, Çerkezoğlu durur mu, şimdi de onu dinliyoruz" diyerek Fuat Çerkezoğlu'na sıra verir:

Çerkezoğlu saz çalayi,
Telinde vatan aşkı,
Beşikte bebeklerin
Dilinde vatan aşkı.

Vatan için goynu yormuşuz,
Yolunda vatan aşkı,
Vatana candan bağlı,
Hakıkı vatandaşız,
Korkmamak hakkımızdır,
Her millete biz başız.

Ya Rab kelle koymuşuz,
Yolunda vatan aşkı,
Vatana candan bağlı,
Hakiki vatandaşız.

Günümüz âşık programlarının prototipi sayılabilecek olan bu kısa programda Çerkezoğlu deyişini okuduktan sonra lebdeğmez tarzını örneklemek üzere dudakları arasına kibrit çöpünü yerleştiren Ali Rahmanî'ye söz verilir. Onun lebdeğmez türünde şiirini okumasından sonra program kapatılır.

TRT dönemi olarak adlandırılan 1991 öncesi dönemde kamusal yayıncılık anlayışıyla program içeriklerinin ciddiyetle seçildiği ve örneklerin doğal icra bağlamlarında, yapmacıksız bir şekilde verildiği görülmüştür. Yakın dönem kültürel magazin programları da içeriklerini doldurma ve sıradanlığı kırma adına <Barış Manço hassasiyetiyle olmasa da> sık sık geleneksel müzik icralarına başvururlar. Mahallî sanatçıların, yöre ekiplerinin, âşıkların katılımı ve örneklemesiyle türküler, halk çalgıları, halk oyunları bu programların olmazsa olmazıdır. Yakın dönemde yayınlanan programlara genel olarak bakıldığında "Maceracı'da (STV 25 Mart 2011) geleneksel oda sohbet ve eğlence geleneğinden Barana toplantıları ve bu bağlamda halk oyunları ve türküler; aynı programın 22.4.2011 tarihli Bitlis'in Ahlat ilçesinde hazırlanan bölümde erkek meclisinde yapılan eğlence toplantısı, türküler ve halk oyunları ekrana yansımıştır (Taşlıova, 2011: 124-125). Âşıklar da eğer böyle bir programa katılmışlarsa görüşmelerde belirtme gereği duymaktadırlar. 1984'ten beri TRT'de ekranlara gelen sunucusu Nuray Yılmaz ile özdeşleşen "Gezelim Görelim" kültürel magazin programlarına model olmuştur. 05 Şubat 2006'da Sabah gazetesinde yayınlanan haberde sunucu, bu programlara hangi ortamda başladığını anlatmaktadır:

> TRT'de haftada bir yayınlanan 'Gezelim Görelim'in özelliği Nuray Yılmaz'ın nereden yayın yapacağını tahmin edememeniz. Yılmaz'ı bir gün Kars'ta dağların arasında yol bulmaya çalışırken, bir gün Gaziantep'in yakıcı sıcağında biberlerin arasında otururken veya halay çekerken görebilirsiniz. Öyle ki, Türkiye'nin her karış toprağında ayak izi olan, köylünün 'bacısı', gittiği yerlerin sayısını dahi hatırlayamıyor. ODTÜ İşletme bölümünü bitirdikten sonra TRT'de görevli komşusuna özenen Yılmaz, çalışmak için TRT'ye başvurmuş. 1976 yılında Türkiye'nin tek televizyonunda asistanlık yapmaya başlayan Yılmaz'ın 'Pazar 10' magazin programında canlı yayın sunmasını istemişler. Ancak, Yılmaz'ın hiperaktif yapısına uygun olmayan program bir süre sonra canını sıkmaya başlamış. 'Canlı yayında televizyonda kim görünmek istemez? Ama ben sıkılıyordum. Kamera karşında herhangi bir ruh yok' diyerek köy-kasabada program çekme fikrini ortaya atmış. Erkeklerle mücadele etmek için de bu işe soyunduğunu saklamıyor; 'O zamanlar prodüktörlük, erkek mesleği olarak görülüyordu. Kadınlar stüdyoda oturur düşüncesi hâkimdi. Bunu kırmak istedim' diyen Yılmaz, ilk programını yapmak için Doğu'nun yolunu tutmuş. 'Erkek Fatma' lakabını kendisine yakıştıran Yılmaz, yönetmen eşi Kadir Yılmaz ile çalışıyor (Akdağ, 2006).

"Gezelim Görelim" programı şehir yerine köy hayatını merkeze almıştır. Köy yaşamında folklorik malzemenin çokluğundan yararlanmaları bu programları renkli kılan ve yayınların uzun yıllar devam etmesini sağlayan noktalardandır. Örneğin, Nuray Yılmaz, 18 Nisan 2015 tarihli programı için Fethiye'ye gitmiş burada yerelin halk hayatıyla ilgili örneklerini ekrana yansıtmaya çalışmıştır. Bunun için son dönemlerde ziyaret edilen yerler folklor müzeleridir. Ekip, Fethiye'de Kerimoğlu İsmail Yörük Müzesinde çekimleri yapmış, burada mahallî sanatçılar sazlarıyla geleneksel ezgileri örneklendirmişlerdir.

Görsel 33: Gezelim Görelim ekibi 18 Nisan 2015'te TRT-1'de yayınlanan programın hazırlanış aşamasında Fethiye'de mahalli sanatçılarla birlikte.

Kültürel Magazin programlarından müziği temel alarak hazırlanan bir program Habertürk'te yayınlanan "Müzik ve Yol"dur. Paul Dwyer'in hazırlayıp sunduğu programın içeriği tamamen geleneksel müziğe ayrılmaktadır. İcra bağlamı, âşıklar, mahalli sanatçılar, çalgıcılar, halk çalgılarından örnekler yörelere göre ekrana yansıtılmaktadır. Örneğin "Müzik ve Yol"un Kırşehir ile ilgili bölümü Kırşehir Kalesi'nde çekilmiş, programda Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesindeki tanıtma grubunda görev alan mahalli sanatçı rol almıştır[55]. Muharrem Ertaş'ın yeğeni Birol Ertaş kemanıyla, Çekiç Ali'nin oğlu Aydın Çekiç bağlamasıyla, mahalli sanatçı Ali

[55] http://www.haberturk.com/video/haber/izle/muzik-ve-yol-kirsehirde/61842 (E.T.: 29.4.2016)

Çakıcı da darbukasıyla icrada bulunmuştur. Yerel müzikte keman ve bağlama uyumuna dikkat çekilerek yöreden kırık havalar ve bozlaklar seslendirilmiştir. Ayrıca bozlak ve barak türlerinin benzerliklerine dikkat çekilerek, kemanıyla Barak havalarını icra etmesiyle meşhur olan, kısa bir süre önce vefat eden Gâvur Hacı da anılmıştır. Son olarak sazlar ve eserler hakkında bilgi verilmiştir.

Son yıllarda sayıları gittikçe artan yemek programları da kültürel magazin programları içinde değerlendirilmelidir. 2014'te STV kanalında yayınlana "Oktay Usta-Yeşil Elma" programına âşıklar davet edilmiştir. Mutfak şeklinde düzenlenene stüdyoda âşıklar gelenekten mahsulleri örneklemeye çalışmışlardır. Bir âşığın saz çaldığı programda üç âşık ağızlarına kürdan alarak doğaçlama bir şekilde lebdeğmez tarzında şiirlerini söylemişlerdir:

Birinci Âşık: Gönlünde şeytana tuzak
Kurarak söyle sözünü
Yalandan, riyâdan uzak
Durarak sözle sözünü

İkinci Âşık: İçindeki o aşk ile
Örerek söyle sözünü
Şu gönülden, şu gönüle
Girerek söyle sözünü

Birinci Âşık: Aşka salanlar serini
Görür cennette yerini
İnançsızlık zincirini
Kırarak söyle sözünü

İkinci Âşık: Herkes görsün güldüğünü
Dosta konak geldiğini
Sen ekranda olduğunu
Görerek söyle sözünü

Birinci Âşık: Dosta uzat ellerini
Yakın eyle yollarını

Oktay Usta güllerini
Sererek söyle sözünü

İkinci Âşık: Yan Oktay Usta nârına
Yadigâr olsun yarına
Aşçılığın sırlarına
Ererek söyle sözünü[56]

THM sanatçısı olan ve aynı zamanda "Davetsiz Misafir" adlı yemek ağırlıklı kültürel magazin programını yapan Turgay Başyayla, gittiği yerlerde geleneksel müzik temsilcilerine özellikle yer vermektedir[57]. Programın Şanlıurfa'ya ayrılan bölümünde Göbeklitepe, Halilü'r-Rahman Gölü gibi tarihî alanlar hakkında bilgi verildikten sonra geleneksel müziğin yaşamaya devam ettiği sıra gecesi toplantından görüntüler ekrana yansıtılmış, sıra gecesi geleneği, gazelhanlar, sohbet tarzı, çalgılar hakkında bilgi verildikten sonra şehrin geleneksel yemeği çiğ köftenin hazırlanışı sergilenmiştir. Habertürk'te benzer bir tarzda ekrana gelen Ezgi Sertel'in sunuculuğunda Lezzet Haritası'nın[58] 5 Ocak 2014 tarihli bölümü Türkiye'de mutfak kültürüyle ön plana çıkan Gaziantep'e ayrılmıştır. Şehrin tarihî dokusu, geleneksel meslekler ve el sanatları, halk hayatından kesitler Gaziantep türküleri eşliğinde verildikten sonra baklava ve yemeklerin tanıtımına geçilmiştir. Programda ayrıca edebiyatla müziğin buluştuğu, Karagöz ve Hacivat'a yüzyıllar boyunca ev sahipliği yapan Tahmis Kıraathanesinde gezici bir şekilde icrada bulunan çalgıcılara ve mahalli sanatçılara da yer verilmiştir. Programda bu örneklerin dışında televizyon yaygınlaşana kadar devam eden "ikindi sazı" gibi bir müzik icra geleneği hakkında bilgi verilmiştir.

Yörelerin tanıtımına dönük bahsi geçen kültürel magazin programlarının son dönemlerde artmasının nedenleri arasında öncelikle içerik sıkıntısı yaşayan yapımcıların daha düşük maliyetle bu programları yapabilmeleri ve doğal sponsorlarla maliyeti düşürebilmeleri yer almaktadır. Bu programları belediye gibi idari kurumlar destekleyeceği gibi daha çok "sponsorluğu ulusal veya uluslararası seviyedeki kurum, kuruluş ve markalar üstlenmektedir" (Taşlıova, 2011: 126). Hem doğrudan verilen

[56] Oktay Usta https://www.youtube.com/watch?v=UIROtcMR89g (E.T.: 15.12.2015)
[57] Davetsiz Misafir https://www.youtube.com/watch?v=HYendrUjOuU (E.T.: 15.12.2015)
[58] Lezzet Haritası https://www.youtube.com/watch?v=w12aR_Ba1F0 (E.T.: 15.12.2015)

reklamlar hem de program içindeki dolaylı reklam ve tanıtımlar programın ekonomik getirilerinin başlıcalarıdır.

Geleneksel müziğin ustaları âşıklar açısından kültürel magazin programlarına bakıldığında, E. Alev ulusal kanallarda yayınlanan kültürel magazin programlarının âşıklık geleneğinin tanıtımı açısından yerel kanallarda yayınlanan âşık programlarından daha işlevsel olduğu görüşündedir. Ona göre reyting oranı yüksek, genel izleyici kitlesine hitap eden programlarda birkaç dakikalığına da olsa yöreye has değerlerden âşıklara yer verilmesi, geleneğin ulusala yayılmasına yardımcı olacak niteliktedir (Alev, 2014: 90). Kültürel tanıtım adına olumlu yaklaşılabilecek bu tarz programlardan bazıları, sunucuların tutumu, işi komedyenliğe dökmeleri, yöreye ve konuya hâkim olamamaları gibi açılardan eleştirilebilir. Âşık, "televole" formatıyla hazırlanan ve sunucunun bin bir türlü reyting çekme davranışlarına karşılık vermeye hazır değildir. Geleneğin aktörü, bu bağlama taşınırken özgünlüğünden uzaklaştırılarak sıradanlaştırılmaktadır. Kültürel magazin programları, televizyonun doğası nedeniyle, öncelikle eğlendirmeyi ve hoşça vakit geçirmeyi hedeflemektedirler. Bu programın izleyici kitlesi yerelden büyükşehre yerleşen orta sınıf ile yerelde yaşayanlardır. Dolayısıyla rehberlik etme işlevinden ziyade özlem giderme işlevini yerine getirme işlevi daha ağır basmaktadır. Âşık ve mahallî sanatçılar açısından bakıldığında da bu programlar aracılığıyla şöhret olma veya yurt çapında tanınma gibi bir durum çok inandırıcı değildir. Bunun yerine <kültürel magazin programları yerelde sözlü kültür ortamlarında zaten tanınan sanatçının yerel kültür piyasasında tanınırlığının artmasına ve kültürel ekonomik faaliyetlere daha fazla katılabilmesine katkı sağlanmaktadır> yargısına ulaşılmaktadır.

3.3. TELEVİZYON REKLAMLARINDA GELENEKSEL MÜZİK BELLEĞİNİN KULLANIMI[59]

3.3.1. Reklam, Reklamcılık ve Kültür

Reklam, "bir şeyi halka tanıtmak, beğendirmek, böylelikle sürümünü sağlamak için denenen her türlü yol ve bu amaç için kullanılan yazı, resim, film" (TDK, 2011: 1972)

[59] Televizyon reklamları ve geleneksel müzik ilişkisinin değerlendirildiği bu başlık oluşturulurken tarafımca sunulan "Reklam-Müzik İlşişkisi Bağlamında Televizyon Reklamlarında Türk Halk Müziği Unsurlarının Kullanımı" (Fidan, 2014) başlıklı bildiriden yararlanılmıştır.

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 (Boyraz, 2001a: 94; Tayfur, 2008: 7). Toplumsal yaşamda yaygınlaşan kitle iletişim araçlarıyla el ilanı ve afişlerden, sesli, sesli-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 (Boyraz, 2001a: 95). Bu hususta iletişimin gerçekleşmesi, yani reklamın başarılı olması için reklamın kültürel boyutu günümüz reklamcılığında ön plana çıkmaktadır. Reklamcılar için öncelikli başvurulan yer ise hedef kitlenin, yani halkın kültürel unsurlarıdır:

> Sözlü kültürün düşünceyi kalıplarla yaratma, aktarma biçimi, reklamlarla benzerlik göstermektedir. Reklamların, 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 izler kitleye 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.

3.3.2. 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'i 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 reklamcıların 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 bütününü algılayan beyin, zaman içinde bunu birleştirecektir. Bu veriler birleştirildiğinde hatırlamalar da o kadar yüksek olacaktır" (Batı, 2010: 792'den akt. 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

kazandırılmasına (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 aza 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 özelliklerini 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 (Akalın, 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.

3.3.3. Reklam Müziği Olarak Geleneksel Müziğin Kullanıldığı Televizyon Reklamları

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 izler kitlenin 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. Ş. 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, 2001a: 97) tespitinde bulunarak halk müziği unsurlarının reklam içerisinde kullanılmasının sebeplerine açıklama getirmeye çalışır. Bu doğrultuda N. Özdemir de görüşünü şu şeklinde dile getirmektedir:

> 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).

Bu bakış açısıyla reklamlarda kullanılan halk müziği unsurlarına bakıldığında ilk olarak âşıklık geleneği ile karşılaşılmaktadır. Âşıklık geleneği ve 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.[60] Mekânın da kilim, sedir, halı yüzlü

[60] 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?

yastıklarla bağlamı tamamlaması düşünülmüştür. Gazetenin bir sonraki reklamında da İngilizce eğitim CD'lerini tanıtma görevi bu âşıklara verilmiştir. Âşıklar CD'ler vesileyi İngilizce öğreneceklerini, sahilde turistlerle sohbet edeceklerini aynı tarzda dile getirmektedirler.[61]

"Sabah" gazetesinin bu reklamlarında birincil sözlü kültürün temsilcileri olan âşıklara ikincil sözlü kültürün araç gereçlerini tanıtma görevi verilmiştir.[62] Birincil sözlü kültür çağında âşıkların temel görevlerinden biri de haber vermedir. Her ne kadar kültür endüstrilerinin yaygınlaşmasıyla, bu işlevin radyoya ve daha sonra diğer kültür endüstrisi araçlarına geçmesi 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 kırsalı temsil ettiği düşünülerek "âşıklar bile teknolojinin son ürünlerinden olan CD'li İngilizce eğitim seti almış kullanıyorlar, siz daha ne duruyorsunuz" (Boyraz, 2001a: 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 Denizoğlu ve Âşık Kevserî'nin deyişmesi oluşturmaktadır. Mekân olarak da âşıklık geleneği için önemli bir icra mekânı olan kahvehane seçilmiştir. Kahvehanenin bahçesinde âşıklar sazlarını çalıp deyişlerini söylemekte, o sırada da deyişe uygun bir şekilde ürünün üretim aşamasındaki görüntüler akmaktadır. Reklam metni Bayram Denizoğlu'nun hoşlamasıyla başlar: "Ayşe Özgün

---

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, 2001a: 101)

[61] Reklamda geçen deyiş şu şekildedir: Yaza sahile gideriz/ Sazı kenara iteriz/ Tüm ecnebi güzellere/ Biraz hoş beş ederiz (Boyraz, 2001a: 101).

[62] Bkz. W. Ong, 2003.

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:

ÂŞIK KEVSERÎ: 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:

BİRLİKTE: Bakteri çoğalmasın diye
Koruyucusuz dayansın diye

Reklam metin kısmı şu şekilde devam eder:

B. DENİZOĞLU: Sütler test edilmeden alınmaz
Hemen soğutulur riske atılmaz

BİRLİKTE: Bakteri çoğalmasın diye
Koruyucusuz dayansın diye

Â. KEVSERÎ: Süte meyvelerle lezzet katılır
Danino'nun ağzı sıkı sıkı kapatılır

BİRLİKTE: Bakteri çoğalmasın diye
Koruyucusuz dayansın diye

B. DENİZOĞLU: 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!"

Görsel 34: Âşık Kevserî ve Âşık Bayram Denizoğlu'nun da rol aldıkları, metin kısmını deyişme yoluyla aktardıkları Danino reklamından bir kesit.

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 reklamlarında 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 giyimi, saç ve sazıyla rol almıştır. "Üç Cihanda Dört Çeker" sloganıyla beyliği tanıtan

ilk reklamda ozan, önce üç saniyelik bir görüntüyle ekrana yansımaktadır. Bu kısımda meydana gelip yerine oturmakta, bağlamasının burgusunu düzelterek akort yapmaktadır. Bir müddet sonra ise birkaç saniyeliğine 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 yıların, Türk halk müziği unsurlarından yararlanılarak 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 yararlanılarak 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 güler yüzlü 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 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 (2001a)'ın tespitlerinden hareketle "Mavi Jeans" reklamında "Yaylalar", "Selam" sucukların 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 özlemini yoğurtla gidermektedir. Reklamın sonunda ise "Hasret çekenlere bire bir, halis muhlis kaymaklı yoğurt, Şütaş-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 yabancısı olmayan izleyiciye yoğurt, tanıdık bir yapı içerisinde verilmiştir" (Boyraz, 2001a: 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 çalmaktadır. Bu reklamla üzülmeye gerek olmadığı, "Türk Telekom"un hizmetleri sayesinde insanımızın 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 uzaktayken 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 şeklide de "Anneler Gününde sizi büyütüp okutan anneleriniz için en makul hediye "Profilo"nun küçük ev aletleridir" mesajıdır. Bu kodlamalar yapılırken de "Yüksek Yüksek Tepelere Ev Kurmasınlar" türküsünün sözleri görsellere ve Anneler Gününün anlamına göre düzenlenip reklamın ana müziği olarak kullanılmıştır:

Uzak uzak şehirlere ev kurmasınlar,
Aşrı aşrı okulları kazanmasınlar.
Annesinin bir tanesini aç koymasınlar,

Annesinin bir tanesini çok yormasınlar.

Uçan da kuşlara malum olsun,
Ben annemi özledim.
Hem annemi hem evimi,
O günleri 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 "Pringıls" 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 mutfağı yemekleri, sokakta yuvarlanan davullarla onlara doğru koşan davulcular gibi imgelerle kutlamaktadır. Böylelikle halkın zihninde var olan referanslarla birlikte sunulan ürün veya hizmetlerin, izleyici tarafından kolaylıkla benimseneceği düşünülmektedir (Boyraz, 2001a: 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 üzerine isim yazmış, bunun devamında da kutuların üzerine markayı Türkçe okunuşuyla da yerleştirmiştir. Küresel ölçekteki bu marka pazar payındaki liderliğini kaybetmemek için bilinçaltı reklam (subliminal) tekniğini[63] dahi kullanmaktadır. Markanın en çok dikkat çeken yönü ise yerel motifleri dikkatli bir şekilde kullandığı glokal 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

[63] Bkz. Küçükerdoğan , 2011.

bir kavramdır. Ürünün pazarlandığı ülkenin değerleri, dili, kültürü 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 aktarılabileceği 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 Azerbaycan 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 hüzünlenen 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 yanındaysa zaten bayramdır." Reklamın slogan cümlesi de bu son cümledir. Ezginin de yardımıyla

yalnızlık, ayrılık, hüzün temaları kodlandıktan sonra insanların yakın çevrelerini hatırlamaları sağlanmakta, hedef kitle bayram ziyaretlerinde bulunmaları için güdülenmektedir. Kent'in, 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. Klarnet taksimiyle hüzünlü 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 kodlamalar 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 vesileyle 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" reklamı ise bir saz evinde geçmektedir. Reklamda Orhan Gencebay kendi kimliğiyle rol almıştır 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, *"sınıf atlayacağı", "yaşamın olumlu anlamda değişeceği", "bir gruba ait olacağı"* ya da *"farklı olacağı"* yönünde iletiler ile karşılaşır (Dağtaş, 2009: 23). Bu tip iletilerin daha 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 hammaddesi hangi yörede meşhur ise o yörenin geleneksel ezgileri 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"in piyasaya sürdüğü kaşık cipsi reklamında ise sık sık kaşık vurgusu yapılmış, reklam için hazırlanan müzikte kaşık havası çağrıştırılmaya çalışılmış, mekânla ve mesajla uyum sağlamak amacıyla da kaval, cura, vurmalı 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 konuma geldiğini 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 geleneksellikle 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" (Boyraz, 2001a: 107).

Bir sakız markası olan "Falım"da hem ürünün adında hem de promosyonunda, halk arasında farklı şekilleriyle yaygınlık gösteren fal unsuru kullanılmıştır (Boyraz, 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 türküyle sakız özdeşleştirilerek sakızın kolayca hatırlanması sağlanmaya çalışılmıştır (Boyraz, 2001a: 100).

Bunların dışında marketçilik sektöründen "Tekzen" ve "A-101" reklamlarında da geleneksel ezgilerin üzerine marketin özelliklerinin anlatıldığı sözler yazılarak reklamların ana müzikleri oluşturulmuştur. Ev dekorasyonuyla 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 tanıdık 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 Adalet ve Kalkınma Partisinin 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. Cumhuriyet Halk Partisinin ise 2014 mahalli seçimlerinde İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı adayı için hazırlattığı reklamın cıngılını geleneksel müzik enstrümanlarının da kullanıldığı özgün bir beste oluşturmaktadır. 2015 genel seçimlerinde de siyasî partiler geleneksel ezgilerden, çalgılardan, oyun ve türkülerden fazlasıyla yararlanmıştır. Bu seçim kampanyalarında da temel amaç sağlıklı bir iletişim için halka yakın olmak, halk kültürünün unsurlarıyla halka seslenmektir.

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 şeklide 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 siyasî 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 bölümde 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 siyasî 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 içerisindedir. Dolayısıyla televizyon ekranlarında doğal, otantik, geleneksel gibi ifadeler duyulmaya devam edecek, yerel motifler geniş kitlelere ürün hâlinde sunulacaktır. Geleneksel müzik unsurlarının da bundan sonra hazırlanacak televizyon reklamlarında artarak kullanılacağı öngörülebilir. Bunun olumlu tarafı kültürel öğelerin görünürlüğü, tanınırlığı olmakla birlikte tehlikeli tarafı ise hızlı tüketim 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.

3.4. TELEVİZYON DİZİLERİNDE GELENEKSEL MÜZİK BELLEĞİNİN KULLANIMI

3.4.1. Dizi Kavramı ve Türkiye'de Dizilerin Serüveni

Günümüz medya ekonomisinde, Türkiye'de ve dünyada özel televizyonların ayakta kalması için gerekli malî kaynağın sağlanabilmesi için reklam gelirleri şüphesiz birinci kalemdir. Bu geliri yakalayabilmek için doğrudan ve dolaylı reklamlarla donatılan televizyon dizileri ekranlarda başat rol oynar. "Her bir bölümün bağımsız ve kendi içinde kapanma mantığı içeren olaylar dokusu etrafında kurulduğu, uzun yıllar boyunca

sürdürülebilen *diziler ve mini diziler*; bütünlüklü bir hikâyeyi belli sayıdaki bölüme yayarak anlatan *seriyaller* ya da bütünlüklü bir öyküyü çok daha uzun bir süreye yayarak yan öyküler ve yeni katılımlarla iki üç yıl devam ettiren *süren seriyaller*" (Çelenk, 2005: 290-291) televizyon draması olarak adlandırılmaktadır. Genel olarak "dizi" kavramıyla ifade edilen bu televizyon dramaları biçim, süre, mekân, tema gibi kriterlere göre alt türlere ayrılmaktadır. S. Çelenk, televizyon dramalarının dizi, seriyal, süren seriyal gibi formatların yanında, B.G. Rose (1985)'dan hareketle, dedektif dizileri, polisiyeler, hastane melodramları, bilim-kurgu ve fantezi dizileri, durum komedileri, pembe diziler, televizyon filmleri gibi alt türlere ayrılabileceğini ifade etmektedir. Aslında izleyici eğilimleri, modalaşma, siyaset ve ticarî kaygıların da yönlendirmesiyle yeni alt türlere ve sentezlemelere televizyon dünyasında her geçen gün bir yenisi eklenmektedir. Amerikan televizyonculuğun ürünü olan bu alt türler dünyanın her tarafına yayılmakla birlikte yerelin iç dinamikleri, yerele mahsus alt türleri ortaya çıkarmıştır.

Türkiye'de televizyon dizilerinin serüveni on-on beş yıllık periyotlar hâlinde değerlendirilebilir. Başlangıç ve yayılma dönemi TRT'yle birlikte Türk toplumunun televizyona ve dizilere alıştırılma dönemidir. Daha çok Güney ve Kuzey Amerika'dan ithal edilen dizilerle toplum dizi seyretmeye alıştırılmış, sektör ise bu alana dönük altyapısının oluşmasını sağlamıştır. Yabancı dizilere olan ilgi henüz yeni yeni oluşmakta olan Türk televizyon yapımcılığının da ilk örneklerini sunmasını sağlamış; ilk dizi "Hayattan Yapraklar" (1973)'ın ardından, 950 bölümle Türk televizyonlarının en uzun soluklu dizisi olma özelliğini hâlâ koruyan "Kaynanalar (1974)" bu dönemde Türk izleyicisiyle buluşmuştur. Ayrıca edebî eserlerin diziye uyarlanmasıyla yerli diziler yavaş yavaş ekrana taşınmıştır. "Aşk-ı Memnu (1975), Çalıkuşu (1986), Ateşten Gömlek (Ateşten Günler, 1987), Yaprak Dökümü (1988), Osmancık (Kuruluş, 1988)" gibi Türk romanının klasikleri ekrana getirilmiştir. Yine 1980'li yıllarda uzun soluklu "Kuruntu Ailesi (1983), Perihan Abla (1986), Bizimkiler (1989)" gibi komedi unsurlarıyla zenginleştirilmiş aile ve mahalle dizileriyle yerli dizi izleme alışkanlığı topluma yerleştirilmiştir. Bu diziler ileride özel yayıncılık sektörünün ürünleri olan dizilere de öncülük etmiştir. Sonraki dönemde ilgiyle izlenecek dizilerden birçoğunun öncül yapımı TRT'yle ekrana taşınmış, kültürel bellekte yer edinmiştir. Bunun farkında olan sektör aktörleri daha farklı bir misyonla, kültür ve eğitim işlevi gibi kamusal

yayıncılık anlayışından sıyrılmış ve ticarî kaygılarını ön planda tutarak bu yapımların benzerlerini aşk, cinsellik, mafya, ideoloji, kara komedi çeşnileriyle ve gelenek giysisiyle yeniden sunmuşlardır.

1990'lı yıllara gelindiğinde Star 1 ve yan kanallarının tartışmalı bir şekilde izleyiciyle buluşması ve bir anda birçok televizyon kanalının açılması Türk televizyonculuğu için dönüm noktası olmuştur. TRT'den çok farklı bir söylemle yayına başlayan bu kanallar ilk yıllarında içeriklerini doldurmak için yabancı menşeli yapımlara ağırlık vermişlerdir. TRT'den kopan yayıncı, yapımcı ve spikerler içeriği doldurmaya çalışmış, ancak bu ağırlığı kaldıracak dizi altyapısı özel sektörde henüz kurulamamıştır. Bu şartlarda TRT'de uzun yıllar yayınlanan ve ilgiyle takip edilen yabancı diziler tekrar izleyiciyle buluşturulmuştur. Star 1'in 8 Ekim 1991 tarihindeki yayın akışı bu durumu göstermektedir (Bkz. Çelenk, 2005: 293). Kanalda bir gün içerisine "Başka Bir Dünya, Dallas, Beni Rahat Bırak, Cesur ve Güzel, Çocuklarla Evlilik, Simon ve Simon, Dedektif Gabriel, Dedektif Marlow, Komşular, Hastane Günlüğü, Bütün Çocuklarım, Santa Barbara" adlı on dört yabancı dizi sığdırılmıştır. Bu durum kanalın o dönemdeki altyapı eksikliğine işarettir ve ister istemez toplumla kurulacak olan ilişkinin dizi noktasında zayıf kalmasına sebep olmuştur. Bu sendromu çabuk atlatan özel yayıncılık sektörü, Türk sinemasındaki ekonomik krizi lehine çevirip sinema sektörünü dizi yapımcılığına eklemleyerek 1990'lı yılların ortalarında ilgiyi yerli yapım dizilere çekmeyi başarmış ve TRT'nin alandaki hâkimiyeti sarsılmıştır.

Bu dönemde dizi sektörü, farklı tür ve formatlarda uzun yılar izlenecek dizilerle 2000'li yılların habercisi olmuştur. Hastane dizileri, dedektif-polisiye diziler, cinsel içerikli diziler, etnik diziler, öğrenci dizileri, çocuk dizileri, gençlik dizileri, durum komedileri, dinî içerikli diziler gibi çoğaltılabilecek türlerde dizi enflasyonu başlamış, ama akılda kalıcı olanlar TRT dönemindeki gibi aile ve mahalle hayatına odaklanan, her yaşta insanın özdeşim kurabileceği karakterleri barındıran "Mahallenin Muhtarları"(1992-2002) ve "Süper Baba (1993-1997)" gibi diziler olmuştur. "Ekmek Teknesi (2002-2005)" ile mahalle yaşamı ve geleneksellik öğeleriyle 2000'li yıların başlarında süreç devam etmiştir. "Çocuklar Duymasın (2002-2014)" ile de modernlik ve geleneksellik tartışılmış, tipler üzerinden mizah vurgusu yapılmış, yeni çağda aile yaşamında karşılaşılan sorunlar ele alınmıştır.

2000'li yıllar Türk televizyon dizilerinin parlak dönemidir. Her kanalda her seviyede izleyici için yüzlerce dizi üretilmiştir. Uyarlamalar ve yabancı diziler ikinci planda kalmış, küresel eğlence endüstrisi bu durumu aşmak için kanallara farklı yarışma ve eğlence formatları satmaya başlamıştır. Türk yapımcılar artık dizi ihraç eder konuma gelmiştir. Dış dünyada izlenen diziler, küresel kültür ekonomisinin farkına varılmasını sağlamıştır. Başlangıçta sembolik ücretlerle Orta Asya Türk Cumhuriyetlerine başlayan dizi ihracatı, zamanla ekonomik anlamda önemli seviyelere gelmiştir.[64] Orta Asya'nın yanı sıra Ortadoğu ve Balkanlar başta olmak üzere dünyanın farklı bölgelerinde Türk dizileri ilgiyle izlenir hâle gelmiştir[65]. Dizi ihracatı ekonomik girdi sağlanması, turizme ve kültürel tanıtıma katkısı ve Türkçenin dolaylı öğretimi noktalarında önemsenmektedir. 2000'li yıllardaki bu başarıda ise geleneksel öğelere vurgu, dizilerde yerelleşme, Anadolu'nun ve edebî eserlerin yeniden keşfi, konularda modern-gelenek sentezlemesi, müziğin etkin kullanımı başlıca etmenler olarak sıralanabilir. TRT'nin de yeniden yapılanarak eski izleyicisini kazanmak için yüksek maliyetli yapımlarla rekabete girişmesi, değinilmesi gereken bir diğer noktadır.

Bu dönemde dikkat çeken türler yerele yönelmiş mahalleli dizileri, yöre-ağa dizileri, aşk temelli, modern-gelenek sentezli melodramlar, mafya-derin devlet dizileri, aile temelli komediler, asker dizileri, çocuk dizileri, öğrenci-gençlik dizileri ve polisiyelerdir. Polisiye ve dedektif dizileri, her dönemde ekrana taşınsa da başarılı yapımların ortaya çıkması yakın dönemdedir. Bunda Türkiye'de dedektiflik gibi bir kurumun faaliyette olmaması ve yerli polisiye roman yazarlığının yeni yeni yaygınlaşması etkilidir. Türk izleyicinin dizilerde kendinden olanı görme isteği bu alana da yansımıştır. İzleyici kendi polisinin maceralarını, kendi mahallesindeki sosyal hayatı, kendi hastanesi, kendi okulunu dizide görmek istemektedir. Bu noktada Emrah Serbes'in romanından uyarlanan ve mekânın İstanbul dışı olduğunu vurgulamak için "Bir Ankara Polisiyesi" sloganıyla ekrana taşınan "Behzat Ç."(2010-2013) dizisinin ilgiyle izlenmesi, görüntülerle Ankara'nın farklı mekânlarını vurgulamasına bağlanabilir. Aynı zamanda aykırılık ve bürokrasiyi sorgulayan yapısı, müzikte zaman zaman Neşet Ertaş

[64] Osman Sınav (yapımcı-yönetmen) katıldığı bir toplantıda ilk dizi ihracatının "Deliyürek" dizisiyle gerçekleştirildiğini, bu dizinin bölüm başı 1 Dolar gibi sembolik bir ücretle Kazakistan'a verildiğini belirtmiştir.

[65] 2014 verilerine göre Türkiye 53 ülkeye 46 farklı dizi ihraç etmektedir. Bölüm başı 500 dolar ile 200.000 dolar arasında bir ücretle dağıtılan dizilerden 2013 yılı itibariyle elde edilen gelir yıllık 200 milyon doları bulmuştur (Tanrıöver, 2015).

vurgusuyla geleneksele yönelmesi dizinin başarısında ve sinema filmlerinin çekilmesinde etkilidir. Bir diğer polisiye dizi "Arka Sokaklar" da uzun soluklu bir şekilde ekranda kalabilmeyi başaran diziler arasındadır.

Genel olarak mafya dizisi olarak adlandırılan, farklı bir konseptle Türk televizyonlarında ekrana gelen aşk-aksiyon karışımı dizilerden ilk dikkat çeken yapım "Deliyürek"tir. Osman Sınav'ın yönetmenliğini üstlendiği dizi 1998'ten itibaren dört sezon ekranlarda kalmıştır. Konusu, karakter seçimi, mekânlarla, kullanılan türkülerle dikkati çekmiş, ayrıca şiddeti teşvik etiği ve gençliği olumsuz bir şekilde etkilediği gibi noktalarda eleştirilmiştir. Sürecin devamında ise "Deliyürek"ten çok daha fazla eleştiri alacak ve bu eleştirilere rağmen yoğun izlenme başarısı yakalayacak olan dizi "Kurtlar Vadisi" Türk dizi izleyicisiyle buluşmuştur. Osman Sınav'ın yönetmenliğinde başlayan dizi, sık sık kanal, yönetmen ve oyuncu değiştirmesine rağmen yayınlanmaya devam etmektedir. Mafya dizisi olarak başlayan dizide derin devlet yapılanması ve siyasî gündeme dair yorumlamalar dikkat çekmiş, toplum nezdinde dizinin kanala göre söylem değiştirdiği ve algı yönetiminde kullanıldığına dair tartışmalar baş göstermiştir. Müzik açısından ise "Deliyürek"le başlayan kahramanlarla ve olaylarla özdeşleşen türkü kullanımı devam ettirilmiş, 2003'ten bu yana dizide otuzdan fazla türküye yer verilmiştir.

1990'lı yıllarda televizyonculuğun hızlı gelişimiyle sektördeki konu ve oyuncu açığını kapatmak için diğer kültürel alanlardan yararlanılmıştır. Aslında diziler televizyon, sinema, tiyatro, müzik dünyasının birleştiği alanlara dönüşmüştür. Bu dönemde müzik piyasasının hızlı yükselişi, kaset satış rakamları, klip sektörü dizi yapımcılarının müzik dünyasına yönelmesi sonucunu doğurmuştur. Birçok isim artık dizilerle ekrana gelmiş, markalaşma yolunda bu alanı iyi kullanmıştır. Aynı dönemde özgün içeriklerin oluşturulmasında zorlanan sektör, şarkıcı-türkücülerle birlikte, Yeşilçam konulu dizilere de yönelmeye başlamıştır. "Fırat (1997), Marziye (1998), Derman Bey (2000), Berivan (2002) gibi yapımlarla yöreye ve geleneksele adım atılmış, 2000'li yıllarda iyice yerleşecek olan yöre-ağa alt türlü yapımların hazırlayıcısı olmuştur. Müzik piyasasının yıldızları ve televizyon dünyasının diziler yoluyla bu buluşmasını S. Çelenk şu şekilde açıklamaktadır:

> Türkiye'de 1990'lı yıllarda oldukça istisnaî bir durum yaşanmaktaydı: Endüstriyel alan ve üretim pratikleri geniş ölçüde küresel kapitalizme eklemlenirken, içeriklerde tıpkı televizyon içeriklerinde olduğu gibi, dikkate değer bir yerelleşme eğilimi görünmekteydi. Bu yerelleşme eğilimi çok sayıda yeni icracının müzik piyasasına dâhil olmasını ve hızla ün kazanmalarını getiriyordu. Bu ünlenme biçimi yoğunluklu olarak televizyon ekranlarında maniple ediliyordu (Çelenk, 2005: 309).

Oyuncu ve mankenlerin kaset çıkarmasıyla tersine bir akışın da yaşandığı bu dönemde ekranlarda uzun soluklu dizilerle görünen isim Özcan Deniz olmuştur. Daha önce denenmiş olan yöre-ağa dizilerine 2002'de Özcan Deniz'le bir yenisi eklenmiş, "Asmalı Konak" toplumda hiç alışılmamış bir şekilde ilgi uyandırmış, yurt içi turizm sektörü Kapadokya'yı dizi sayesinde keşfetmiş, dizinin çekildiği konak için turlar düzenlenmiştir. "Kurtlar Vadisi" ve "Muhteşem Yüzyıl" dizileriyle de ortaya çıkacak olan yasal ve işporta ardıl ürün piyasası oluşmuştur. Sürekli İstanbul'un, lüks yaşam tarzının, üst sınıftan insanların dünyasının kodlandığı diziler karşısında "Asmalı Konak"la modern ile geleneksel sentezlenmiş, yöre merkeze alınmıştır. Gerçekle kurgusal arasında farklı bir dünya kodlayan bu dizi ağalık sisteminin yirminci yüzyılın ortalarında son bulduğu Orta Anadolu'nun doğal ve tarihî dokusu zengin bir yöresini temele alarak fantastik bir dünya yaratmıştır. "Asmalı Konak"ın etkisi ilerleyen yıllarda Mardin, Şanlıurfa, Gaziantep gibi şehirlerde şehir kültürü, sosyal yaşam, tarihî doku bileşkesinde ağa-yöre dizilerinin çekilmesine öncülük etmiştir.

Son yıllarda ise dizi üretimi hızlı bir şekilde devam etse de izlenme oranlarında ve reklam girdilerinde düşüş yaşanmaktadır. Bunda reyting ölçme sisteminde değişikliğe gidilmesinin etkili olduğu noktasında görüşler dile getirilmektedir. Türkiye'de reyting ölçümleri 2012'den beri TNS araştırma şirketi tarafından yürütülmekte olup farklı sosyokültürel düzeyde izleyiciler üzerinden sonuçlara ulaşılmaktadır. Reklam şirketlerinin hedef kitleye göre hareket etmelerinden dolayı bu sistem çok önemsenmektedir. Şirketin yayınladığı sonuçlara göre dizilerin ekranda kalacağı süre belirlenmektedir. İzleyiciyi yakalayamayan diziler ya televizyonun yoğun olarak seyredildiği (PT1-PT2) dilim dışına kaydırılmakta ya da tamamen yayından kaldırılmaktadır.

Dizi talebinin azalmasında reyting sisteminin yanında başta internetin etkisinin, yeni dönem eğlence anlayışıyla birlikte dizilerin gizli ideolojik mesajlar vermesinin, fantastik bir dünyadaki kahramanlarla izleyiciyi özdeşleştirmesinin, şiddet, cinsellik ve

tüketimin ileri derecede kodlanmasının, aile içi yaşamda sorunlara neden olmasının da etkili olduğu düşünülebilir. Ekranda uzun soluklu kalabilmenin çok zor olduğu günümüz dizi piyasasında, geleneksel aile değerlerini koruma ilkesiyle yayına başlayan, konu ve görsellik açısından muhafazakârlığı kodlayan dizilerde bile bir noktadan sonra cinsellik çeşnisine rastlanmaktadır (Atay, 2016). Bazı kanallar dizi sektöründeki ekonomik krizi hissettirmemek adına her sezon dikkat çekecek bir iki yapımı ekranlara taşımaya devam etmekte, bazıları ise düşük maliyetli, küresel eğlence sektörünün patent ve formatlarının satın alınması yoluyla oluşturulan yetenek yarışmalarıyla ve eski dizilerle yayın akışlarını doldurmaya çalışmaktadır. Bu dönemde dizilerdeki gözde tür anlayışı ise tarihî konuların işlendiği, yüksek maliyetli yapımlardır. "Muhteşem Yüzyıl"la yakalanan başarı, TRT yapımlarıyla devam ettirilmektedir. TRT'nin ekonomik koşulları ve krizden etkilenmemesi, birikimi, tek kanallı dönemdeki yayın anlayışını değiştirmesi, son yıllarda dizilere ayırdığı bütçe dikkat çekmekte ve bütün bunlar tartışılmaktadır. İçinde bulunduğumuz dönemde "Osmanlı Tokadı", "Filinta", "Yunus Emre" ve "Diriliş Ertuğrul" dizileriyle tarihî dizi trendini devam ettirmektedir. Kayı Boyunun Anadolu'ya gelişi ve buradaki yurt tutma mücadelelerinin işlendiği, tekniğe ve görsellere önemli oranda bütçe ayrılan, epik karakterli müziğinin konuyla uyumu gibi noktalarda dikkat çeken "Diriliş Ertuğrul", yayına girdiği ilk haftadan itibaren seyircinin ilgisini çekmiştir. Star'da ise "Muhteşem Yüzyıl"ın devamı niteliğinde çekilen "Muhteşem Yüzyıl-Kösem" dizisi ise beklenen ilgiyi yakalayamamış ve yayından kaldırılma tehlikesi altındadır. Ölçüm sonuçlarına göre ilk on programdan altısının dizi olması Türk televizyon izleyicisinin, ekran başında geçirdiği zamanını hâlâ bu programlara ayırdığını gösterse de dizi üretiminde nicelik olarak yaşanan düşüş göz ardı edilmemelidir. Bu durum ilerleyen yıllarda bir yandan dizi pastasının küçülmeye devam edeceğine, öte yandan yüksek bütçeli, tekniği iyi kullanan, dikkat çekici bir konu belirleyen, görsellik ve müzik unsuruna önem veren yapımların ses getireceğine işarettir.

TOTAL AB ABC1

Sıra	Program	Kanal	Başlangıç	Bitiş	Rating	Share
1	DIRILIS ERTUGRUL	TRT 1	19:56:29	22:21:28	8.42	20.68
2	BENI AFFET	STAR TV	17:13:49	18:20:43	4.34	19.44
3	GUZEL KOYLU	STAR TV	20:58:28	23:38:12	4.24	10.77
4	HAYAT YOLUNDA	KANAL D	20:43:13	23:41:39	4.22	10.75
5	ECE UNER ILE SHOW HABER	SHOW TV	18:58:34	20:00:14	4.08	12.98
6	KARA PARA ASK	ATV	20:32:04	23:46:44	4.01	10.28
7	BU TARZ BENIM	SHOW TV	15:59:28	18:58:28	3.35	16.28
8	CUNEYT OZDEMIR ILE KANAL D HABER	KANAL D	18:59:56	19:59:31	3.29	10.47
9	STAR ANA HABER	STAR TV	18:27:54	19:26:12	3.26	11.54
10	FATIH PORTAKAL ILE FOX ANA HABER	FOX TV	18:59:44	20:00:10	3.20	9.99

Tablo 3: "Diriliş Ertuğrul" dizisinin ilk bölümünün yayınlandığı 10 Aralık 2014 tarihli AB kategorisi reyting ölçüm sonuçları[66]

TOTAL AB ABC1

Sıra	Program	Kanal	Başlangıç	Bitiş	Rating	Share
1	DIRILIS ERTUGRUL	TRT 1	19:56:29	22:21:28	8.07	18.27
2	GUZEL KOYLU	STAR TV	20:58:28	23:38:12	5.66	12.93
3	KARA PARA ASK	ATV	20:32:04	23:46:44	5.03	11.61
4	BENI AFFET	STAR TV	17:13:49	18:20:43	4.82	17.59
5	YILANLARIN OCU	SHOW TV	20:42:58	23:36:56	4.51	10.38
6	GUZEL KOYLU (OZET)	STAR TV	20:31:20	20:58:28	4.43	10.30
7	BU TARZ BENIM	SHOW TV	15:59:28	18:58:28	4.30	17.19
8	STAR ANA HABER	STAR TV	18:27:54	19:26:12	4.27	13.24
9	ECE UNER ILE SHOW HABER	SHOW TV	18:58:34	20:00:14	4.21	11.97
10	HAYAT YOLUNDA	KANAL D	20:43:13	23:41:39	3.97	9.09

Tablo 4: "Diriliş Ertuğrul" dizisinin ilk bölümünün yayınlandığı 10 Aralık 2014 tarihli ABC1 kategorisi reyting ölçüm sonuçları.

Televizyon ve diziler, 1970'li yıllarda hazır bulduğu, dinlemeye ve seyretmeye alışık, aktif sözlü kültür toplumunu pasifize ederek kendi karşısında 'bir arada' tutmayı başarmıştır. 1980'li yılların siyasî atmosferiyle sosyal zamanlar, aileyle ve komşularla bir arada televizyon izlenerek geçirilmeye devam edilmiştir. Bu pasif bir aradalık, özel kanallarla birlikte her odaya bir televizyon anlayışının kazanılması ve ailenin her

[66] www.haberler.com (E.T.: 06.02.2016)

ferdinin diğerlerinden bağımsız bir şekilde kendi dizisini veya programını seyretme isteği sonucunda çözülmeye başlamıştır. İnternet altyapısının gelişmesiyle, hızlı erişim ve yeni medyalarla bireysel kullanım artmış, fizikî ve sosyal çözülme hızlanmış, post-modern bireysel kültür yerleşmeye başlamıştır. Artık televizyon kanalları yayın içeriklerini doldurma adına yeni diziler yayınlasalar da bunların toplumda gündem oluşturma, günlük sohbetlerin konusunu belirleme, kullandıkları şarkı ve türkülerin popülerleşmesini sağlama, moda yaratma noktalarında etkilerinin giderek azalacağı öngörülebilir. Bu işlevler bireysel kullanıma ve izlenecek içeriğe uygun, televizyondan daha az zaman ayrılarak ve bölümleri birleştirme yoluyla izleme seçeneği sunan internete devredilecektir. Diziler dijital paketler hâlinde kiralama veya satın alma yoluyla tüketilmek üzere hazırlanacak ve yeni medya kullanıcılarına sunulacaktır.

3.4.2. Diziler, Medya Kültürü ve Sözlü Kültür İlişkisi

Türk modernleşme sürecinde basın-yayınla başlayan ve diğer araçların eklemlenmesiyle günümüze kadar gelen bir medya kültürü oluşturulmuştur. Her yeni medya aracı bir sonrakinin hazırlayıcısı olmuş, kültür endüstrilerinin biçimi yeni içeriklerin doğmasını ve yaygın bir şekilde kullanılmasını sağlamıştır. Birbiriyle bağlantılı ve alışveriş hâlinde olan bu kültürel aktarım ve tüketim araçları, var olanı kendi iç dinamiklerine göre dönüştürüp "yeni" etiketiyle sunmuşlardır. Tanzimat Döneminde yazılı medyanın başlamasından beri anlatmaya ve göstermeye bağlı sözlü kültür ürünleri de medyacılar tarafından değerlendirilmiştir. Gazetelerde tefrika edilen metinler, çizgi romanlar; taş plaklarda meddah anlatıları; 45'lik plak döneminde mizahî dramatik plaklar, bunlara eşzamanlı olarak radyoda "arkası yarın" kuşaklarıyla türkü hikâyelerini ve halk hikâyelerini bölümler hâlinde dinleyiciyle buluşturma, film senaryosu olarak anlatmaları kullanma, halk hikâyelerini kasetlere okuma ve nihayetinde televizyon dizileri bu sürecin ürünleridir. Süreç yeni medyalarla devam edecek, bir ayağı geleneğe, diğer ayağı da kültür endüstrilerine basan yeni içerikler ortaya çıkacaktır. Yeni medyaların kuralları, biçim ve işleyişi, kullanıcısı içeriklerin tarzını belirleyecektir.

Geleneğin anlatım ve gösterim tarzlarından beslenerek oluşturulan medya birikiminde matbuattan sonra sesi kaydederek paketleyen ve yayan ürün olarak 78 devirli taş plaklar dikkat çeker. 1912-1932 yıları arasında piyasaya sürülen taş plaklar arasında "komik monolog" etiketiyle meddah hikâyeleri yer almaktadır. Meddah Sururi, Meddah

Mazlum, Hazım Körmükçü gibi isimler sözlü bellekten hikâyeleri farklı firmalardan plaklara okuyarak yeni kültür tüketicisine sunmuşlardır (Anhegger ve Ünlü, 1991a; 1991b; 1991c). Ses kayıt teknolojileriyle sözlü kültür anlatılarının ilk kez buluştuğu bu ürünler, meddah ve Karagöz gibi şehir merkezli geleneksel Türk tiyatrosu türlerindendir. Radyonun yaygınlaşmasıyla birlikte hitap edilen kitle genişlemiş, halk hikâyeleri ve türkü hikâyeleri gibi türler, radyo ortamında dönüştürülerek yeni dinleyici kitlesine sunulmuştur. "Arkası Yarın" şeklinde sunulan bu radyo içerikleri yavaş yavaş hikâyeci âşıkların yerini almaya başlamıştır:

> Özellikle TRT radyolarında yayımlanan 'Arkası Yarın' türünden, bazıları sözlü kültür belleği kökenli dramların, hikâyeci âşıkların işlevini üstlendikleri görülür. Bu programlarda çok kere tiyatro sanatçıları tarafından halk hikâyeleri bölümler hâlinde anlatılmaktadır. Radyocular, sözlü kültürde yaşayan halka, onun ürünleriyle ulaşma yolunu seçmiştir. Diğer yandan âşıkların icralarını birkaç geceye yayması ve gazetelerin romanları tefrika etmesi şeklindeki kültürel arz yöntemi, radyocular tarafından devam ettirilmiştir. 'Devamı gelecek' türünden programlarda bazen de tek kişilik anlatıların yerine birden fazla tiyatro sanatçısının görev aldığı radyo oyunları kullanılmıştır. Bu tür radyo programları sayesinde halk televizyon dizilerine hazırlanmıştır (Özdemir, 2008: 252).

Radyo programlarıyla birlikte, dizilerin hazırlayıcısı dramatik 45'lik plaklar 1970'li yıllarda yaygın bir şekilde piyasada yer bulmuştur (Çelik, 2003). Aynı dönemde sinema alanında geleneksel anlatıların dönüştürüldüğü türkülü filmler ve kaset piyasasında âşıkların oluşturdukları anonslu-hikâyeli kasetlerle sözlü kültür geleneği piyasaya taşınmıştır. Kültürel bellek temelli bu ürünlere aşina olan toplum televizyona yabancılık çekmemiş, televizyon içeriklerinden en çok beğendiği ve en fazla tükettiği ürünler diziler olmuştur.

Dizilerin başarılarında, kullandıkları anlatı teknikleri de etkilidir. Türk dizilerinde Doğu anlatı geleneğinin yaygın bir tekniği olan çerçeve hikâye tekniği sıkça başvurulan tekniklerdendir. Türk kültür dairesine adaptasyon yoluyla dâhil edilen Sindbâdnâme, Bahtiyarnâme, Tûtînâme, Kırk Vezir Hikâyeleri, Bin Bir Gece Masalları gibi hikâye külliyatları, bir ana hikâye etrafında iç içe geçmiş küçük hikâyelerin anlatımıyla oluşturulmuş metinlerdir (Fidan, 2012: 68). Dizilerde de bütün bölümleri kapsayan ve seyircide merak uyandıran bir ana hikâyenin içinde her bölüme yerleştirilmiş küçük hikâyeler yer alır. Ana karakterler ve mekânlar büyük hikâyenin sürekliliğini sağlarken küçük hikâyeler için diziye yardımcı oyuncular ve yeni mekânlar dâhil edilir ve görevleri bitenler diziden çıkarılır.

Dizi yapımcıları mekân ve dekorda, maddî ve görsel kültürden; dizi müziğinde geleneksel müziğin ezgi ve ürünlerinden, kurgu ve anlatım tekniği açısından halk hikâyesi, meddah, efsane gibi sözlü kültür ürünlerinden yararlanmaktadırlar. Geleneği ve yereli konu alan dizilerde halk kültürü unsurları titiz bir şekilde yerleştirilmeye çalışılmaktadır. Bunun dışında modern yaşam tarzıyla bezenmiş bir dizide bile konunun uygun bir yerine yerel motif yerleştirilmeye çalışılmaktadır. "Yerelliğin yaratılmasında öncelikle saz imgesinin (ses/görüntü) kullanılması gerektiği şeklindeki uygulama (dahası kolaycılık), medyatik bir geleneğe dönüşmüştür" (Özdemir, 2008: 253). Hatta Batı müziği enstrümanlarıyla yapılan dizi müziğinde de bağlamanın görselliğinden yararlanılmaktadır**.** Bunun yanında yöresel giyim unsurları ve halı, kilim, bakır eşyalarla bütünlük sağlanmaya çalışılmaktadır.

Diziler farklı açılardan anlatmaya bağlı türlerle ilişkilendirilmektedir. Mit (Silverstone, 1988; Çelenk, 2005) ve masalla (Mutlu, 1991) olan benzerliklerine dikkat çekilen televizyon dizileri çeşitli noktalarda âşıklık geleneğinin ürünü olan halk hikâyeleriyle ilişkilendirilmektedir. M. Çevik (2015: 37-43), "Televizyon Dizileri Halk Hikâyelerinin Modern Şekli midir?" sorusuna cevap ararken, bu iki farklı kültür ortamı ürünü arasında yapı ve kurgu, icra/gösterim, dinleyici/izleyici ve işlev noktalarındaki benzerlikleri çözümlemiştir. Şekil açısından bakıldığında halk hikâyelerinin uzunluk, bölümlenerek anlatılma, nazım ve nesir birlikteliği dizilerin anlatım yapısıyla örtüşür. Ayrıca âşığın dinleyicinin ilgisine göre hikâyeye eklediği yan hikâyeler gibi, dizilerde de reytinge göre yan hikâyeler eklenip çıkarılabilmektedir. "Karavellilerle hikâyesini genişleten hikâyeci gibi, dizi üreticileri de kısa yan hikâyelerle dizilerin uzamasını ve sonraki bölümlere taşmasını sağlarlar" (Çevik, 2015: 38). Hikâyelerde âşık, nesir kısımların arasında saza ve türkülere başvurur. "Mühim hadiselerle şiddetli hislerin ifade edilmesi gereken yerlerde kahraman telle söylemeyi dille söylemeye tercih eder" (Boratav, 2002: 35). Dinleyicinin de ilgisini en çok çeken bu bölümler, özellikle Yeşilçam'ın türkülü filmlerine ve onun ardılı olarak düşünülebilecek televizyon dizilerine öncülük etmiştir.

Bir filmin veya televizyon yapımının metin, görsellik ve müzik olmak üzere üç önemli parçası vardır. Birinin eksikliği diğerlerinin değer kaybetmesine neden olur. Özellikle müzik insanların bilinçaltını etkilediğinden, duyguları başarılı bir şekilde uyarma gücüne sahiptir. Bu nedenle duygusal seanslar, doğru atmosfer ve tarzın yaratılmasında

büyük ölçüde müziğe bağımlıdır (Miller, 2009: 204-206'dan akt. Çevik, 2015: 38). Filme göre daha faza süre serbestisi olan dizi yapımcıları duygu yoğunluğunu aksettirebilmek için ve konuyu diğer haftalara yayarak anlatabilmek için ana müzik unsuru olarak sık sık şarkı ve türkülere başvururlar.

Hikâyeler ve diziler, icra açısından bakıldığında başlangıç, sunum, ara, bitiş gibi noktalarda da benzerlikler göstermektedir. Gelenekte hikâyelerin tekerlemelerle başlaması ve dizilerdeki başlangıç jeneriği; hikâyede anlatılanların gerçeklikle ilişkisinin belirsizliğinin ifade edilmesi için âşıkların "râviyân-ı şirin ve nâkılân-ı âsâr şöyle rivâyet ve bu yüzden hikâyet ederler ki, geçmiş zaman ve eski günlerde…" (Türkmen, 1983; Alptekin, 1997: 12) veya "evel padışahlar zamanında" (Görkem, 2000: 222) gibi kalıp ifadeleri; meddahların "isim isme, kisip kisbe, semt semte benzer, geçmiş zaman söylenir, yalan gerçek vakit geçer" gibi ifadelerle dizilerin girişindeki dizide anlatılacakların gerçek hayatla ilgisinin olmadığına dair ifadeler (And, 1985: 224-225; Çevik, 2015: 39); Boratav'ın "yatılacak yer" (2002: 33) olarak tâbir ettiği âşıkların, hikâyelerin heyecanlı yerlerinde dinlenme amaçlı verdikleri aralarla dizilerin seyirciyi televizyon başında tutmak için heyecanlı bir yerde kesip reklam arası vermeleri, hikâyelerin anlatıldıkları kış ayları ile dizilerin "sezon" diye tabir edilen Ekim-Mayıs ayları arasında ekrana gelmeleri icra ve gösterim açısından bu iki farklı kültür ortamı ürününün benzerliklerinden bazılarıdır.

Performans teorinin önemli savlarından olan bağlamdaki herhangi bir küçük değişikliğin bile metni etkileyeceği görüşü, geleneksel hikâyelerin sunumunda ve dizilerin yayınlanmasında kendini göstermektedir. Hikâye dinleyicisinin tepkisine göre âşığın metni kısaltması, olay örgüsünde değişikliğe gitmesi gibi dizi yapımcıları da seyircinin tepkisine göre konuyu genişletebilmekte veya hızlı bitiş yapmaktadırlar (M. Çevik (2015: 41-42). Yayına girdikten birkaç hafta sonra reyting sonuçları düşük çıkan bir dizi eğer dokuz on bölümlük paket hâlinde çekilmemişse sonlandırılmakta, paket hâlinde ise başka bir kanalda ekrana getirilmeye çalışılmaktadır.

İlhan Başgöz'ün Âşık Müdamî'den iki farklı ortamda derlediği "Öksüz Vezir Hikâyesi"nin doğal icra ortamı olan kahvehanedeki icrasıyla memurların ağırlıklı olarak yer aldıkları bir ortamdaki icrası arasında 1 saat 15 dakika fark ortaya çıkmıştır (2012: 151-152). Benzer bir şekilde, Erzurum'da doğal ortamda hikâye icrasının ustası olan

Reyhanî, televizyon çekimleri için Kocaeli'nde bir köyde dinleyicilerle doldurulmuş bir kahvehanedeki icrası için gerekli atmosferin sağlanamadığını ve şevkinin kırıldığını belirtmektedir (Özarslan, 2001: 329-330). Bundan başka âşıkların hikâyenin sonunu değiştirmeleriyle ilgili anıları da kayıtlara geçmiştir. Kendini hikâye kaptıran dinleyici hikâyedeki acı bir olay karşısında veya hikâyenin uzaması hâlinde âşığı tehdit edebilmektedir. Murat Çobanoğlu'nun Kars'ta yaşadığı olay şu şekildedir:

> *Kars Âşıklar Kahvesi'nde hikâye anlattığım zaman Trabzonlu biri gelmiş, arabasını çekmiş garaja. İran'a yük götürüp dönmüş, 'bir gün de Kars'ta âşıkları dinleyip geçeyim' demiş. Kars'a geldiğinde bayrama on gün varmış. Meğerse beni bir hafta dinlemiş. Ertesi gün gidecek, dedi ki 'Âşık bu hikâyeyi bitirecen mi? Yoksa ben seni öldürürüm, ben bunun sonunu alıp gideyim (Çiftlikçi, 1996: 100)*[67].

Bu gibi örnekler bağlamın ve dinleyicinin sözlü kültür metni üzerindeki etkisine örnektir. Medya kültürünün ürünü diziler de yayınlandıkları bağlam olan televizyon kanalının misyonuna, ideolojik yapısına göre değişikliğe gidebilmekte, reyting alınamadığında sonlandırılmakta veya olumlu tepkiler karşısında konu sündürülerek dizi uzatılmaktadır.

Televizyonun açık ve örtük hedeflerinin temelinde izleyiciyi etkilemek ve tüketimi sağlamak yatmaktadır. Televizyon medyasının bir ürünü olan diziler yarattıkları sanal kahramanlarla izleyicinin özdeşim kurmasını ve tüketim hareketini başlatmasını amaçlar. Dizilerin geleneksel olana yönelmelerinin temel nedenlerinden biri bu özdeşim olgusunun gerçekleşmesi içindir:

> Televizyon dünyasının kahramanları birçok noktada izleyiciler üzerinde imgeler bırakmaktadır. Bu imgeler, gündelik hayata kimi zaman cep telefonu melodisi olarak, kimi zaman karakterlerin giyim tarzı, saç şekli, konuşma biçimi, jest ve mimikleri şeklinde kendisini göstermektedir. Hülasa görsel medya üzerinden bir toplumun istenilen yere kanalize edilmesinin mümkün olacağı gün gibi aşikârdır, hele bazı yerel ve dinî motifleri de bu yapımlara ilave ederseniz o imgelerin ardında istenilen her türlü mesajın kitlelere verileceği bilinen bir gerçektir (Ersoy, 2012: 23).

İzleyiciyle kurduğu iletişim sonucunda, izleyici kendine çekmeyi başaran diziler artık toplumda gündem oluşturmayı, davranış değiştirmeyi başarmaktadır. Öyle ki dizi kahramanları gibi giyinme, onlar gibi süslenme, onlar gibi oturup kalkma, onlar gibi konuşma, onlar üzüldüğünde üzülme, öldüklerinde yas tutma ve hatta mevlit okutup

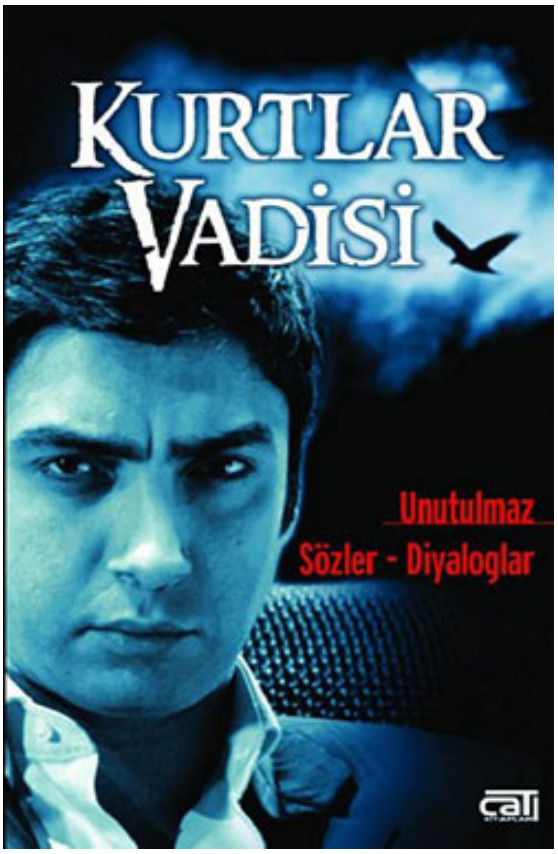
[67] Bu anıyı benzer bir şekilde âşığın oğlu Şentürk Çobanoğlu (2014) da dile getirmektedir.

gıyabî cenaze namazı kılma hadiseleri yaşanmaktadır. "Kurtlar Vadisi"nin 2004 yılında yayınlanan bölümlerinde, dizi karakterlerinden Süleyman Çakır'ın (Oktay Kaynarca) 43. Bölümde vurulması ve 45. Bölümde öldüğünün anlaşılması üzerine gazetelere ölüm ilanları verilmiş, saygı duruşları sergilenmiş, hatta Trabzon'da gıyabî cenaze namazı kılınmıştır. Benzer bir durum "Arka Sokaklar"da yaşanmış, dizinin 22.4.2016'da yayınlanan 398. bölüm fragmanları başladığında, dizi kahramanlarından Hüsnü Çoban'ın (Özgür Ozan) yaralandığının görülmesi üzerine Facebook sosyal ağından cenaze etkinliği oluşturulmuştur. Kahramanın ölüp ölmediği 399. bölümde de anlaşılmamış ve düğümün çözümü 6 Mayıs 2016'da ekrana gelecek olan 400. bölüme bırakılmıştır.

Görsel 35: "Arka Sokaklar" dizisinde Hüsnü Çoban'ın vurulması üzerine Facebook'ta düzenlenen cenaze etkinliği sayfası ve katılımcı sayıları (E.T.: 30.04.2016)

Dizilerdeki özdeşim kurulan kahramanların isimleri çocuklara ad olmaktadır ve ad istatistiklerini belirleyici konuma gelmektedir (Bkz. Köse, 2014). Ayrıca ilginç bir şekilde dizi replikleri atasözü muamelesi görecek kadar günlük hayatta kullanılmaktadır. "Kurtlar Vadisi" dizisinde Polat Alemdar (Necati Şaşmaz)'ın birkaç kez kullandığı "Sonunu düşünen kahraman olamaz" (2004) ifadesi, sosyal yaşamda atasözü mahiyeti kazanmıştır. Durumun farkında olan sektör, dizi repliklerini kitap olarak basarak ardıl ürün ekonomisi için Türkiye'de yeni bir alan oluşturmuştur (Bkz. Görsel 36). Sponsorları ve reklam verenleri memnun eden bu durum, hem popüler

kültürün tüketim sektörü açısından hem de medya patronunun, dizi senaristinin, siyasi iktidarın mesajlarını aktarma, güncel siyasete yön verme, ideoloji aktarımı açısından değerlendirilmektedir.



Görsel 36: "Kurtlar Vadisi" dizisinin senaristleri tarafından hazırlanan "Unutulmaz Sözler-Diyaloglar" kitabı (Şaşmaz ve Özdener, 2005).

4.4.3. Dizi Müziği

Sinemanın ardılı olarak televizyon ekranlarında yer bulan dizilerin oluşumunda birçok unsurun etkisi vardır, ancak ana unsurlar metin, görsellik ve müzikten oluşur. Filmlerde sinemanın başlangıcından beri müzik bir şekilde yer edinmiştir. Sessiz sinema döneminde kafede veya salonda filme eşlik etmek üzere canlı müzik yapıldığı bilinmektedir (Onaran, 2004; Scognamillo, 2014). Sonraki dönemde filmin montajlanması esnasında plaklardan eserler filme yerleştirilmiştir. "İlk sesli film diye ünlenen 'Caz Şarkıcısı' da az konuşmalı, çok şarkılı bir müzikaldir" (Onaran, 2004: 11). Sektörün gelişmesi ve teknik imkânların sağlanmasıyla sadece film müziği yapan müzisyenler ortaya çıkmıştır**.** Paul Tonks, müziğin başka bir şeyi desteklemek için üretildiği zaman 'saf müzik'in tersine 'kullanılan müzik' olarak adlandırılacağını

belirtmektedir. Ona göre yeni şarkılarla, eski olanların yeniden düzenlenmesiyle, klasik parçalardan alıntılarla ve ses efektleriyle ortaya çıkan film müziği 'gösterilen filmdeki teatral hareketleri desteklemek için kullanılan müzik' şeklinde tanımlanabilir (2006: 9). Film müziği, belirli işlevleri yerine getiren ve belirli özellikleri üzerinde barındıran film anlatım elemanlarındandır. Müziğin filme yerleştirilişi yönetmen, senarist ve müzisyenin kararları doğrultusundadır (Erdoğan ve Solmaz, 2005: 227). Oluşturulan müzikler hem filmin promosyonu için kullanılmış hem de zaman içerisinde filmden koparak kendi başlarına dönemin meşhur müzik eserlerini oluşturmuşlardır (İmik ve Yağbasan, 2007: 103). N. İmik ve M. Yağbasan'ın (2007: 106) aktarımıyla film ve film müziğinin ilişkisi şu şekilde özetlenebilir:

> Sinemada film ve müziğin karşılıklı durumuna bakıldığında iki yolun olduğu görülmektedir. Bunlardan biri müzik için film, diğeri ise film için müzik anlayışıdır. Bunlardan ilkinde film, üzerine müzik kaydedilen bir araç konumundadır. Burada asıl olan müziktir. Film, müziği kaydetmek için öne sürülen bir bahane durumundadır. "Film müziğini filmdeki anlatı akışı sırasında aktörün veya aktrisin söylediği şarkı veya türkü ile karıştırmamak gerekmektedir. Filmde bu tür müzik kullanımın nedeni kurgusal anlatımın bir parçasını oluşturmaktır. Buna film müziği denilemez. Özellikle popüler olan şarkıcıları veya popüler müzik parçalarını filmde anlatı sırasında bir yere yerleştirmek, seyirci çekmek için kullanılan yöntemlerden bir tanesidir (Erdoğan ve Solmaz, 2005: 55).

Bu araştırmacılara göre film içinde çalınan eserler film müziği olarak değerlendirilmeseler de müzikli filmler bir dönem Türk sinemasında epeyce yer bulmuştur. Özellikle arabesk müziğin Türk sosyokültürel yaşamında yer edinmesinde etkili olan bu yöntem, başka müzik tarzlarında dönemin temsilcileri tarafından da kullanılmıştır. Özel televizyon yayıncılığıyla birlikte ise dizi sektörü benzer mantığı işletmiştir. Bize göre genel olarak dizi müziği dört türlü incelenebilir ve jenerik, efektler, duyguları pekiştirici sözsüz kısa müzik kesitleriyle birlikte son olarak da başlıkta değerlendirilen ana müzik unsurudur. Dizinin açılış ve kapanışında kullanılan ve diziyle özdeşleşen jenerik müziği ile sahneye göre farklı duyguları hissettirmek amacıyla kullanılan efektler ve benzer sahnelerde benzer duyguların aktarımını sağlamak için kullanılan müzik kesitleri çalışma dışında tutulmuştur. Diziye farklı amaçlarla yerleştirilen, tamamı veya bir bölümü çalınan ve/veya söylenen eser ana müzik olarak değerlendirilebilir. Bu çalışmada dizilerde ana müzik olarak yer alan türküler incelenmiştir.

4.4.4. Dizilerde Geleneksel Müzik

Geleneksel müzik belleği özel kanallarla birlikte televizyon dizilerinde farklı amaçlarla yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Yapılan taramalarda[68] 2002'den itibaren artarak devam eden bir şeklide halk türkülerinin ve âşıklık geleneği mahsullerinin kullanıldığı görülmektedir. Yoğunluk açısından çoğu dizide, dizi için hazırlanan özgün eserlere yer verilse de dizinin herhangi bir bölümüne geleneksel müzik unsurunu yerleştirme anlayışı ortaya çıkmıştır. Öyle ki "Avrupa Yakası, Kardeş Payı, Çocuklar Duymasın" gibi dizi için hazırlanan özgün çalışmaları tercih eden komedi dizilerinde de nadiren de olsa türkülere rastlanmakta; bir nevi geleneksellik akımına çoğu yapımcı uymaktadır. Genel olarak dizide konunun bütünleyicisi olarak oyuncu tarafından okunan veya dış ses olarak verilen türkü, zamanla fon müziğine dönüşebilmektedir. Türkülerin çoğu izleyiciyi etkileme adına duygu yoğunluğunun arttığı sahnelerde kullanılmakla birlikte az da olsa eğlence işlevinin yerine getirmekte de kullanılmaktadır. Özellikle ölüm, yaralanma, ayrılık, gurbet, elden bir şey gelmeme gibi dramatik sahnelerde Türk halk müziğinin temel enstrümanı bağlamaya ve türkülere başvurulmaktadır. Ayrıca dizi kahramanının ismine atfen, içinde o ismin geçtiği türkülerle birlikte kahramanın karakteristiğini yansıtan türküler de göze çarpmaktadır. Bu tarz türküler veya türkü ezgilerine kahramanın görüntüleri eşliğinde sık sık yer verilmektedir.

Tespit edilen bir diğer nokta da dizinin çekildiği veya konu edindiği yöreye has türkülerin kullanımıdır. Özellikle ağa-yöre dizilerinde bu tarz türkü kullanımı yoğunlaşmaktadır. Dizide kullanılan mekânla seyirciyi bütünleştirme adına da geleneksel ezgiler kullanılmaktadır. Bir başka nokta ise dizi geleneksel müzik, müzisyen veya müzik bağlamını konu edinmişse o dizide doğal olarak kullanımın arttığı görülür. Konuyla ilgili olarak geleneksel müzik belleğinden yararlanan dizilere bazı örnekler şu şekilde sıralanabilir:

Er Yapım tarafından hazırlanan ve 2002 sonlarıyla 2003'te Kanal D'de yayınlanan "Gülbeyaz"da "Kınamı Yoğurdular, Gelevera Deresi, Evün Alti Arpaluk" adlı türküler

[68] Geleneksel müzik belleğinin televizyon dizilerinde kullanım durumunu tespit etmeye dönük olarak 2002-2014 yılları arasında TRT 1,Kanal D,Show TV, ATV, FOX, STV, Star kanallarında yayımlanmış diziler belirlenmiş ve müzik unsurları açısından incelenmiştir. Taramalar tarafımca yürütülen Gaziantep Üniversitesi TMDK TB-323 ve TB-324 kodlu Araştırma Teknikleri dersleri kapsamında farklı yıllarda gerçekleştirilmiştir.

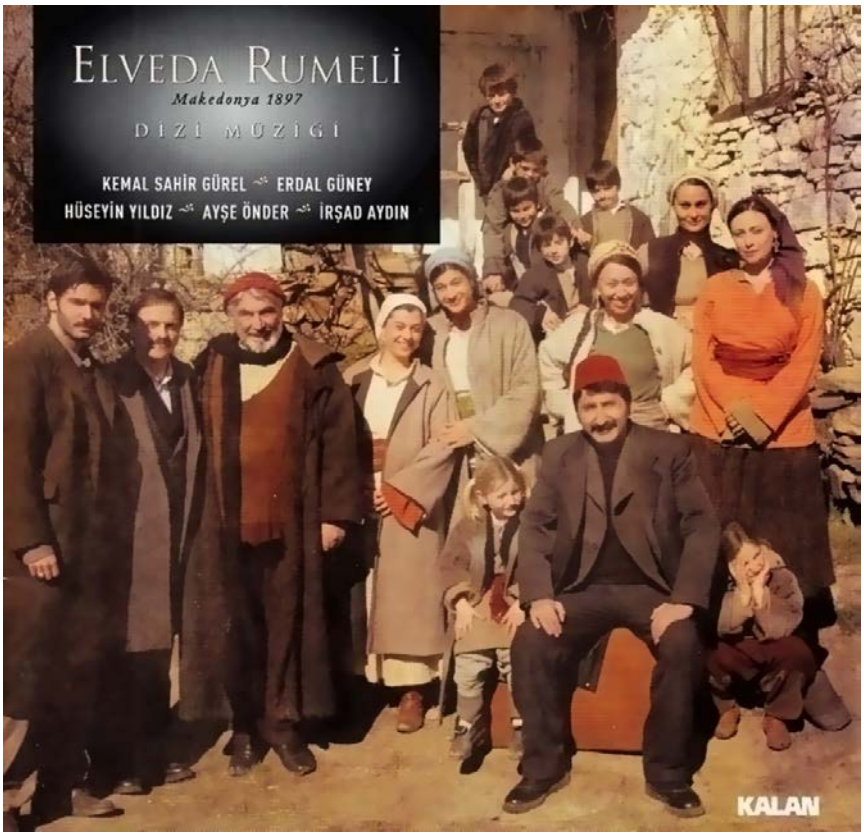
söylenmiştir. Türküleri dizide başrol oyuncusu olarak yer alan Şevval Sam seslendirmiştir. 2003 yapımlı Kanal D'de yayımlanan bir diğer dizi "Serseri"de Bülent karakterini canlandıran Erkan Petekkaya hapishane koğuşunda geçen bir sahnede Celal Güzelses'ten alınan Diyarbakır türküsü "Fincanın Etrafı Yeşil"i, bağlama çalan bir mahkûmla birlikte söylemiştir. Aynı yıllarda Kanal D'de ekrana gelen "Berivan, "Kınalı Kar"; Show TV'de "Gurbet Kadını, Kurtlar Vadisi", ATV'de "Deliyürek, Çocuklar Duymasın, Ekmek Teknesi, Kurşun Yarası"; Star'da "Beşik Kertmesi" gibi dizilerde türkülere yer verilmiştir. Meltem Cumbul, Fatma Girik, Nuray Ülker'in başrol oyuncusu oldukları "Gurbet Kadını" dizisinde "Oy Gelin, Edalı Gelin, Felek Beni Nazlı Yârdan Ayırdı" türküleri ses sanatçısı Aynur Doğan tarafından seslendirilmiştir. 2002'de 19 bölüm şeklinde Star'da ekrana gelen "Beşik Kertmesi Dizisi"nde Neşet Ertaş türkülerine yer verilmiştir. Meltem Cumbul, Erdal Özyağcılar, Olgun Şimşek'in başrol oyuncuları olarak yer aldığı dizide "Şad Olup Gülmedim, Neredesin Sen, Dane Dane Benleri Var" seyirciyle buluşturulmuştur.

1998-2001 arasında 90 bölüm halinde Show TV'de ekrana gelen "Deliyürek" dizisi, 2002 sezonunda 23 bölüm hâlinde ATV'de ekrana gelmiş, daha önceki izleyici kitlesini Kurtlar Vadisi'nden tekrar çekememiş ve yayınına son verilmiştir. Osman Sınav yapımı olan, Kenan İmirzalıoğlu'nun Yusuf Miroğlu karakterini canlandırdığı, mafya dizilerinin öncüsü olan "Deliyürek" adlı dizi türkülere yer verilme konusunda ayrı bir öneme sahiptir. Osman Sınav'ın daha sonraki "Kurtlar Vadisi, Ekmek Teknesi, Acı Hayat, Sakarya-Fırat, Kızılelma" gibi çalışmalarında da yoğun bir şekilde değerlendirdiği geleneksel müzik konusunda dikkatleri ilk kez bu dizide çekmiştir. Dizi kahramanları Zeynep ve Yusuf için kullanılan Âşık Süleyman Fahri'nin "Zeynep Türküsü" ve Yunus Emre'nin şiiri ve Cengiz Onural'ın bestesiyle "Yusuf'u Kaybettim Kenan İlinde" adlı eser diziyle özdeşleşmiştir.

2005 yılında ATV'de ekrana gelen "Köpek" dizisinde "Turnam Yükseklerden Uçar", "Avrupa Yakası"ında "Urfa Türküsü", 2006 Show TV'de yayınlanan, Kayserili bir aileyi konu edinen ve ismini de ana karakteri Hacı Hayrullah Gesili'den alan "Hacı" dizisinde "Gesi Bağları", 2006'da ATV'de yayınlanan "Gözyaşı Çetesi"nde "Evlerinin Önü Mersin", "Hatırla Sevgili"de "Gemerek Türküsü", 2004-2005'te Kanal D'de yayınlanan ve diziye adını veren "Çemberimde Gül Oya", aynı kanalda "Yabancı

Damat"ta "Müdür Beyin Yeşil Kürkü", "Seher Vakti" dizisinde Âşık Hilmi Şahballı'nın "Ben Bende Değilim Bugün", "Ihlamurlar Altında" dizisinde "Oy Gelin/ Akşam Olur Karanlığa Kalırsın" türküsü, "Acı Hayat" dizisinde Neşet Ertaş'ın "Niye Çattın Kaşlarını" adlı eseri seslendirilmiştir.

2007-2009 arasında 90 bölümle ATV'de yayınlanan "Elveda Rumeli" adlı dizide birçok folklorik özellikle birlikte Rumeli türkülerine yer verilmiş, bunlar daha sonra CD şeklinde piyasaya sürülmüştür. 2008'de TRT 1'de ekrana gelen Çanakkale Savaşıyla ilgili bir kahramanlık hikâyesini konu edinen "Kınalı Kuzular" adlı yapımda "Eledim Eledim Türküsü" ve "Çanakkale Türküsü" seslendirilmiştir. Aynı yıl TRT 1'de yayınlanan "İpsiz Recep" dizisinde ise "Denizde Bir Karartı Var" adlı Karadeniz ezgisi; Star'da "Baba Ocağı" dizisinde "Deniz Üstü Köpürür, Haticem", 2009'da "Papatyam" dizisinde Neşet Ertaş'ın "Neredesin Sen" türküsü, Show TV'de 2008'de yayınlanan "Eşref Saati"nde "Dağlar Dağımdır Benim, Ne Feryad Edersin, Ela Gözlüm Ben Bu Elden Gidersem, Yaralı Ceyranım, Aman Eşref" adlı geleneksel eserler, "Pusat" dizisinde "Çiğdem Der ki Ben Âlayım", STV'de yayınlanan "Tek Türkiye"de "Ay Akşamdan Işıktır, Kara Dağın Boz Yılanı", 2009'da Kanal D'de yayınlanan "Hanımın Çiftliği" dizisinde "Hüseynik, Adana Köprü Başı, Mamoş"; ATV'de "Ezel" dizisinde "Karadır Kaşların Ferman Yazdırır, Çatık Kaşlarını İndirirsin", Fox'da "Unutma Beni" adlı dizide "Bebeğin Beşiği Çamdan" adlı ninni, "Arka Sıradakiler" adlı öğrenci dizisinde " Urfanın Etrafı" adlı türkü izleyici kitleye aktarılmıştır.



Görsel 37: Elveda Rumeli-Makedonya 1897 Dizi Müziği CD Kapağı (Gürel vd.: 2008).

2011 yılında TRT'de ekrana gelen "Yamak Ahmet" adlı tarihî dizide bir Köroğlu türküsü/Ayvaz güzellemesi olan "Gel Ayvazım Dolaşalım Çamlıbellere", 2012'de"Kurt Kanunu"nda Sivaslı Âşık Talibî Coşkun'un "Nasip Olsa Gene Gitsem Yaylaya" adlı eseri, "Bulutların Ötesi" adlı dizide Erzurumlu Emrah'ın"Ne Feryad Edersin Divane Bülbül"ü, Nostaljik dizi"Seksenler"de "Uyan Sunam Uykudan", "Şubat" dizisinde Âşık Özlemî'den "Değme Felek" türküsü; STV'nin "Tek Türkiye" adlı dizisinde "Seher Yeli, Ela Gözlerinin Sevdiğim Dilber, Karadağın Boz Yılanı, Divane Bülbül" gibi türküler, "Şefkat Tepe"de "Bülbül Havalanmış, Ellerini Çekip Benden, Karlı Dağlar, Oy Gelin, Değirmen Başında Vurdular Beni" gibi âşık tarzı eserler ve halk türküleri; Fox'ta yine "Arka Sıradakiler"de "Urfa'nın Etrafı", "Esir Şehrin Gözyaşları" dizisinde Neşet Ertaş'ın kendi yorumuyla "Hapishanelere Güneş Doğmuyor", "Unutma Beni"de "O Yâr Gelir", "Yer Gök Aşk" adlı dizide ise "Gönül Dağı, Nenni Bebek, Mevlam Şu Taşa Can Ver, Seyyah" gibi geleneksel ezgiler kullanılmıştır.

Show TV'de ise 2010, 2011 ve 2012 yıllarında yirmi üç yeni dizi ekrana getirilmiştir[69]: Es-Es, Gönül Ferman Dinlemiyor, Lale Devri, Güneydoğu'dan Öyküler Önce Vatan, +18, MUCK, Deli Saraylı, Karadağlar, Türk Malı, Canım Babam, Gün Akşam Oldu, Karakol, Muhteşem Yüzyıl, Adını Feriha Koydum, Beni Affet, Adını Feriha Koydum: Emir'in Yolu, Sensiz Olmaz, Türk'ün Uzayla İmtihanı, Düşman Kardeşler, Eve Düşen Yıldırım, Suskunlar, Ustura Kemal. Bu dizilerden "Önce Vatan"da Zaralı Halil Söyler'den Bir Bulut Kaynıyor Sivas Elinden" türküsü; "Vatan Türküsü", "Karakol"da "Arnavut Türküsü"; "MUCK"da "Yağmur Yağar Taş Üstüne, Odam Kireç Tutmuyor"; "Düşman Kardeşler"de "Kırmızı Gülün Alı Var, Arda Boyları"; "Suskunlar"da "Bir Fırtına Tuttu Bizi", "Ustura Kemal"de Fikret Dikmen'in şiiri, Yusuf Gül'ün bestesi "Nazlı Yâr Oturmuş Gül Gölgesine"; "Pis Yedili" adlı gençlik dizisinde farklı bir söyleyiş tarzıyla "Karadır Kaşların, İki Keklik, Selanik, Gönlüm Ataşlara Yandı, Bir Fırtına Tuttu Bizi, Ellerini Çekip Benden" türküleri dile getirilmiştir.

ATV'de aynı yıllarda (2010, 2011, 2012) otuz dört dizi yayınlanmıştır. Bunlardan "Kılıç Günü"nde "Var Git Ölüm" adlı bozlak, "Ezel"de "Karadır Kaşların Ferman Yazdırır", "Gönülçelen"de plak kaydından Seyyan Hanım'ın Hasret Türküsü, "Çocuklar Duymasın"da "Karadeniz'in Suyu Bilir Benim Yerimi", "Aşağı Yukarı Yemişliler"de "Yemen Türküsü", "Kurşun Bilal"de " Şu Karşıki Dağda Lambalar Yanar", "Hayat Devam Ediyor"da "Küçük Gelin, Ağlama Gözlerim Mevla Kerimdir", "Uçurum"da "Sarı Gelin" türkülerinin söz ve ezgileri kullanılmıştır. Yayınladığı diziler açısından dikkat çeken ve özellikle bu programları takip eden özel bir izler kitlesi bulunan Kanal D'de ise "Fatmagül'ün Suçu Ne?" dizisinde "Evlerinin Önü Mersin", "Akasya Durağı"nda "Ar Gelir, Dağları Dağlasınlar, Fincanlım, Zeynebim, Osman Aga", "Sultan" dizisinde "Bahçada Yeşil Çınar, Öldüm Bittim, Suzan Suzi", "Veda"da "Bir Fırtına Tuttu Bizi", "Umutsuz Ev Kadınları"nda "Oy Gelin", "Kayıp Şehir"de "Zülüf Dökülmüş Yüze", "Öyle Bir Geçer Zaman ki"de "Pencereden Kar Geliyor, Kırmızı Gül Demet Demet, Düşürdün Aşkın Narına, "Kuzey Güney"de "Keklik Türküsü" ve Âşık Fakir'den "Saçlarını Yol Getir" adlı ezgiler izleyiciyle buluşmuştur. Star'da ekrana gelen "Dürüyenin Güğümleri"nde ise "Duran Ağabey, Zühtü ve Halimem", "20

[69] http://tr.wikipedia.org/wiki/Show_TV_taraf%C4%B1ndan_yay%C4%B1nlanan_programlar%C4%B1n_listesi (E.T.: 10.01.2016)

Dakika" adlı dizide ise Neşet Ertaş'ın "Neredesin Sen" türküleri konuyu tamamlamada ve fon müziği şeklinde kullanılmıştır.

Bunun dışında özel kanallarda uzun soluklu bir şekilde yayınlanan "Kurtlar Vadisi" ve TRT'nin "Sakarya-Fırat" gibi dizilerinde geleneksel müzik belleğine önem verildiği görülür. Dizi müziği, dizide söylenen türküler, popülerleşme, moda, geleneksellik özellikleri, toplum hayatına sosyal psikolojik etkileri gibi konularda müstakil bir çalışma konusu olan "Kurtlar Vadisi"nde otuzdan fazla türküye yer verilmiştir. Geleneksel ezgiler ve türkülerin bolca yer alması açısından Osman Sınav'ın Sinegraf şirketi tarafından yapımı üstlenilen "Sakarya-Fırat" dizisi de dikkat çekmiştir (Sınav, 2009). Şırnak'ta Çeliktepe sınır karakolunun canlandırıldığı dizide askerlerin terör örgütüne karşı verdikleri mücadele, kendi aralarındaki yaşadıkları olaylar, ölüm, ayrılık, sıla özlemi, silah arkadaşlığı gibi farklı temalar işlenmiştir. Osman Sınav'ın "Deliyürek"le birlikte yaygınlaştırdığı dizide ana müzik olarak türkülere yer verme anlayışı, dram tarzındaki bir asker dizisinde de yoğun bir şekilde devam etmiştir. 151 bölüm (2009-2013) çekilen dizide aşağıdaki türküler birçok kez seslendirilmiştir:

1. Selanik (Çalın Davulları)
2. Baba Bugün Dağlar Yeşil Boyandı
3. Kışlalar Doldu Bugün
4. Kara Köprü Narlıktır
5. Emir Dağı
6. Acem Kızı
7. Yüce Dağ Başında Yanar Bir Işık
8. Şu Ayrılık Olmasaydı
9. Yâre Söyleme
10. Ötmesin Bülbüller
11. Malum Olsun da Sana
12. Seher Vakti Çaldım Yârin Kapısını
13. Altın Hızma Mülayim
14. Açma Zülüflerin
15. Küçükten Görmedim Yâr Yâr Ana Kucağı
16. Cahildim Dünyanın Rengine Kandım

17. Girdim Yârin Bahçesine
18. Gel Ha Gönül Havalanma
19. Gönül Dağı
20. Kırmızı Buğday
21. Şeker Dağı
22. Çanakkale Türküsü
23. Engin Ol Gönül Engin Ol
24. Aslanım Eller Eller
25. Hüdayda
26. Hele Yâr Zalim Yâr
27. Ankara'nın Bağları
28. Elinizden Elinizden Kurtulam Dilinizden

Örneğin Hüseyin Yaltırık'tan derlenen "Selanik Türküsü" halk müziği sanatçısı Zara'nın yorumuyla hemen her bölümde özlem duygusunu tamamlama adına kullanılmıştır. Bir Kerkük türküsü olan "Baba Bugün Dağlar Yeşil Boyandı" dizinin 5, 6, 11, 14, 15, 22 ve 24. bölümlerinde şahadet haberi alındığında, askerin kaçırıldığı sahnede ve karakola yapılan saldırılarda yine Zara'nın yorumuyla acı, hüzün ve keder duygularını pekiştirmek için başvurulan türkü olmuştur**.** Bir asker dizisi olarak ekrana gelen Sakarya-Fırat'ta yaygın olarak asker türküleri veya askerliği ve özlemi çağrıştıracak türkülere yer verilmiştir. Bunlardan biri de yaygın olarak bilinen "Kışlalar Doldu Bugün" adlı eserdir. Bu türkü, dizinin 13, 15, 16, 19, 22, 23, 24, 26, 37 ve 52. bölümlerinde ve dizinin finaline kadar seslendirilen uzun hava formundaki bir eserdir. Acı, özlem, keder ve vuslata dair hisleri ve düşünceleri ifade etmekte kullanılmıştır. Dizide ağırlıklı olarak acı ve hüznü aktarmada uzun havalar kullanılmakla birlikte eğlence işlevli kırık havalara da başvurulmuştur. Dizide bu yoğunlukta geleneksel ezgilerin yer almasında dizi kahramanı Onbaşı Muharrem Pektaş (Bora Koçak)'ın yükü aldığı görülür. Adlandırmaya dikkat edildiğinde Kırşehir müziğinin ve bozlak türünün ustası Muharrem Ertaş ve oğlu Neşet Ertaş'ın çağrıştırıldığı görülmektedir. Onbaşı Muharrem'in saz çalması, yöreden ve yörenin usta isimlerinden eserler icra etmesi, müzik açısından dizide ön plana çıkmasını sağlamıştır.

Son dönemde yayınlanan dizilerde de geleneksel müzik belleği, dizi sektörünün başvurduğu temel kaynak konumundadır. Dönemin en popüler dizisi "Diriliş

Ertuğrul"da dombra, kopuz gibi Türk dünyası sazlarıyla aksiyon müziği yapılmış, ayrıca İrfan Gürdal'ın yorumuyla Köroğlu türküsü "Sefer Düştü Gürcistan'a" seslendirilmiştir. İran'da yaşayan Kaşkay Türklerinden derlenen türkünün Türkiye sahasında tanınmasında dizinin rolü büyüktür.

Önceki yıllarda iki kez sinema filmi olarak değerlendirilen Fakir Baykurt'un "Yılanların Öcü" romanı diziye uyarlanmıştır. 2014-2015 yılarında 49 bölümle ekrana gelen dizide mekân olarak Orta Anadolu'da tarihî ve doğal yapılarıyla dikkat çeken Kapadokya ve büyükşehir olarak da İstanbul seçilmiştir. Show TV'de yayınlanan dizinin müziklerini Kalan Müzik ve bu şirketin yöneticisi Hasan Saltık üstlenmiştir. Köy yaşamını, gelenekselliği konu edinen bu uyarlamada dizinin çekildiği Orta Anadolu ezgileri ve Neşet Ertaş türküleri sık sık konuyu tamamlayıcı unsur olarak kullanılmıştır. Dizide bir Kerkük türküsü olan "Baba Bugün Dağlar Yeşil Boyandı" ile birlikte İsmail Altunsaray bestesi ve yorumuyla bir Karacaoğlan türküsü "Kız Senin" ve "Kurusa Fidanım", Mehmet Yüzgenç'in "Akşam Olur Karanlığa Kalırsın" türküsü, ayrıca "Bu Tepe Pullu Tepe, Ahuzar, Gesi Bağları, Gide Gide Bir Söğüde Dayandım, Bu Dünya Bir Pencere" gibi geleneksel ezgilere yer verilmiştir.

Görsel 38: 2014-2015 sezonunda Show TV'de ekrana gelen "Yılanların Öcü" dizisinden bir kesit.

Neşet Ertaş türkülerinin televizyon dizilerinde yoğun bir şekilde kullanılmasının nedenleri arasında öncelikle sanatçının yakın dönemde vefatı ve bununla ilgili gündemde kalışı, geleneksel müzik belleğine hâkim son ustalardan oluşu, üretkenliği gibi nedenlerin yanında telif haklarının birçoğunun devredildiği Kalan Müzik'in girişimciliği sayılabilir. Şirket, müzik endüstrilerini olabildiğince etkin kullanarak geleneksel müziği farklı bağlamlara taşıyabilmektedir. Dizi müziği yapımcılığıyla da şirket, elindeki belleği kullanma fırsatı yakalamaktadır. Her yıl dört beş dizinin müziğini yapan, bunun dışında yayın hakları ellerinde bulunan eserleri farklı dizilerde değerlendiren Kalan Müzik yöneticisi Hasan Saltık'un diziler konusunda görüşleri şu şekildedir:

"…Mesela türkülerimizin alt yapılarını biraz daha farklı yapıyoruz. Bir de ileriyi görebiliyoruz. Aynı zamanda birçok dizinin müziğini biz yapıyoruz. Örneğin "Benim İçin Üzülme" diye bir Karadeniz dizisi vardı. Selçuk Balcı, oraya şarkı yaptıktan sonra çok popüler oldu. Dizide birkaç bölüm çalınca, konserlerde söylenince, bir de CD yapınca popüler oluyor. Bu çoklu çalışma avantajını çok iyi kullanıyoruz. Bu da on tane klibe bedel… 'Kadim Dostum' diye bir dizi yapıyoruz Mardin'de çekiliyor, komedi dizisi. 'Yılanların Öcü'nü yapıyoruz. O da Kapadokya'da çekiliyor. Zaten şu an en çok o dizilerin müzikleri konuşuluyor. Daha önce 'Muhteşem Yüzyıl'ın müziğini yapıyorduk, o bitti artık. 'Umutsuz Ev Kadınları' vardı, o da bitti. Şimdi Nurgül Yeşilçay'ın yeni bir dizisi başlıyor, onu yapıyoruz"(Saltık, 2014).

Dizilerde yer alan müzikler daha sonra CD ve dijital içerik olarak piyasaya sürülmektedir. Hasan Saltık, dizinin gösterime girdiği ülkeye göre dijital satışların değiştiğini belirtmektedir. Türkiye'de yayından kaldırılan ürünün dolaylı getirisi devam etmektedir. İnternet üzerinden o dizinin müzikleri indirilebilmektedir:

"Daha çok Arap ülkeleriyle Balkan ülkelerinde dizilerimiz etkili. Mesela "Asi" diye bir dizi Hırvatistan'da gösterilmeye başlandı. Dijital satışlarda mesela Hırvatistan ağırlıkta. Brezilya'da, Arjantin'de bazı Türk dizilerinin gösterimi başladı. "Ezel"in ve "Muhteşem Yüzyıl"ın bütün ülkelerde gösteriliyor olması buna bayağı avantaj sağlıyor. Sadece şirkete geliri olmuyor. Hem Türkiye'nin tanıtımına faydası oluyor hem de sanatçı, yapım şirketi, televizyon şirketine, müzik yapımcısına katkı sağlıyor" (Saltık, 2014.)

Belgesel ve film müzikleri yapmasının yanı sıra Kurtlar Vadisi'yle dikkat çeken ve 2000'li yıllarda birçok diziye imza atan Gökhan Kırdar, dizi müziği hazırlarken kent ve yereli birleştirme konusundaki görüşlerini 2005 yılında Hürriyet gazetesine aktarmıştır. Nural İmik'in (2006: 78) aktarımıyla G. Kırdar'ın dizi müziği konusunda görüşleri şu şekildedir:

> Film müziği, içerisinde birçok konuyu barındırır. Bir bölümde gerilim, bir kısmında aksiyon oluşabiliyor. Ben ' Yerine Sevemem' ve 'Yağmur' gibi şarkılarımı dizilerin içerisinde de kullanıyorum. Zaman içerisinde farklı müzik türlerine yönelmiş olmamın getirmiş olduğu bilgiyle, birçok film müziğine duygu katabiliyorum. Ben yaptığım her film çalışmasının soundtrack albümünü yayımlama taraftarıyım. Çünkü albüm talebi insanlardan geliyor. Ya gelen taleplere karşılık vereceksiniz, ya da vermeyeceksiniz. Karşılık vermediğim dönemlerde alternatif müzikler yapıyordum. 'Kurtlar Vadisi', 'Haziran Gecesi' ve üzerinde çalıştığım diğer henüz yayımlanmayan dizi projeleri olsun, mümkün olduğunca şehirli müzikle yerel müziği bir araya getirip, o filmin donelerine ve fikirlerine uygun halde onları yerleştirmeye çalışıyorum. Şu ara daha çok bir film üzerine çalışmak ve o çalışmaları albüm olarak yayımlamak noktasındayım. Her hafta senaryo ve devamında çekilmiş bölüm halinin videokasetlerini izleyip üzerinde çalışmaya başlıyorum. O kasetleri izlerken orada olup biten her şeyin ses karşılıklarını bulmaya çalışıyorum; bu bir müzik olabilir, özel efekt olabilir, izlediğim film de oluşan olaylara uygun müzikal önermeler yapıyorum. Dizide yükselen noktalar, genellikle müzikle vurgulanıyor. Dizi üzerinde çalıştığım andan, yayınlanacağı saate kadar işimi yapmaya devam ediyorum. Yayınlanacağı gece televizyondan nasıl çıktığını test etmem gerekiyor. Bunu yapmadığım zaman işimi eksik yaptığımı düşünüyorum (Kırdar, 2005).

Geleneksellik vurgusuyla ekranlara gelen bir diğer örnek ise "Urfalıyam Ezelden" adlı dizidir. 2014 sezonunda Kanal D'de yayınlanmaya başlayan dizi beklenen ilgiyi bulamamış, beşinci bölümle birlikte bu kanaldan kaldırılmıştır. Ancak dizinin devam bölümleri Star'da yayınlanmış, burada da on birinci bölüme kadar devam edilebilmiştir. Dizi konusu itibariyle geleneksel müzik icracılarının başından geçen olayları işlemiştir. Şanlıurfa'da Yanık Memed (Mehmet Bozoğlu), oğullarıyla birlikte kurduğu sıra gecesi ekibiyle çalışmaktadır. Oğullarından Halil kendi düğününde kaçırdığı kızın ailesi tarafından öldürülür. Devamında kaçırılan kız Selva, Yanık Memed'in diğer oğlu Cemal ile nikâhlandırılır. Ama Cemal bu durumdan hoşnut değildir. Aile zamanla kan davası güdülmemesi için İstanbul'a göçer ve burada sıra gecelerine katılır. Aynı zamanda İMÇ'de bir dükkân açılır. Dizinin bazı sahneleri İMÇ'de çekilir. İstanbul'da Ceylan adlı kadın kahraman da sıra gecesi geleneğine uymasa da zor durumda kalan ekibin solistliğini üstlenir. Devamında Cemal ile Ceylan arasındaki aşk, Cemal'in Selva'yla

olan durumu, iki aile arasındaki çatışma, büyükşehir yaşamının zorlukları işlenmeye devam edecektir.

Geleneksellik ile modernitenin müzik bağlamında iç içe geçmişliği "Urfalıyam Ezelden"i sürükleyen ana unsurdur. Bir yanda yöre, geleneksel yaşam tarzı, töre, kocası ölen gelinin kayınla evlendirilmesi, geleneksel müziğin yerel icra bağlamları yer alırken bir yanda da büyükşehre göç ile birlikte bu hususların son elli yıllık süreçteki değişimi yerleştirilmeye çalışılır. Geleneksel müziğin yerel bağlamdan, İstanbul'un başta İMÇ ve türkü barlar olmak üzere performans sahneleri/kafeleri gibi yeni icra bağlamlarına doğru serüveni, dizideki Yanık Memed'in sıra gecesi ekibinde ve geleneksel müziği yeni bağlamlara taşıyan karakteri temsil eden Ceylan'da (Öykü Gürman) görülmektedir.

Görsel 39: "Urfalıyam Ezelden" dizisinde sıra gecesi ekibi konak avlusu gibi geleneksel bir bağlamda icrada bulunurken.

On bir bölümle ekranlarda kalabilen "Urfalıyam Ezelden"de konusu ve kahramanları itibariyle geleneksel ezgilere hemen her bölümde yer verilmiştir. Bazı türküler sahne icrasında söylenmişken bazıları da konuyu tamamlayan unsur olarak verilmiştir. Dizide icra edilen geleneksel ezgiler şu şekilde sıralanabilir: Mahallî sanatçı İbrahim Özkan'dan "Kınıfır Bedrenk Olur", Kazancı Bedih'in yorumuyla "Urfalıyam Ezelden" türküsü, ayrıca "Mektubu Gelmez Yârin, Urfalıyam Ben Şanlıurfalıyam, Düşenin Dostu Olmaz, Nemrud'un Kızı, Merdivana Dayadım Sırtımı, Yeter Felek Yeter, Kara Köprü

Narlıktır, Bu Ne Güzel Bir Düğün, Diyarbakır Yolunda, Garip Bir Kuştu Gönlüm, Tanrıdan Diledim, Ne Güzel Yaratmış Yâr Yâr, Urfa'nın Etrafı, Felek Sen Ne Feleksen" gibi türküler, "Ey Gönül Bakma Cihane, Ağlar Yakup Ağlar Yusufum Diye" adlı ilahi, "Hüsnün Seni Ey Dilber Nadide Kamer mi" mısraıyla başlayan gazel, Bedirhan Kırmızı'dan "Gül Yüzün Dönme Benden" gibi geleneksel müzik belleğinden eserler icra edilmiştir.

Sonuç olarak Türk televizyonlarında kırk yılı aşkın bir süredir seyirciyle buluşan televizyon dizileri günlük yaşamı yönlendirmeleri ve sohbetlerin konusu olmalarının yanı sıra giyim-kuşamdan turizme ve müziğe kadar birçok kültürel ekonomik alanı etkilemektedirler. Televizyonun yaygınlaşmasıyla birlikte dinlemeye alışkın sözlü kültür toplumu izlemeye yönelmiş ve anlatmaların yerini diziler almıştır. TRT'yle başlayan edebî eserlerden uyarlanan diziler, tarihî konulardan esinlenilerek oluşturulan diziler, mahalle ve aile hayatını konu edinenler, özel kanallarla birlikte mafya dizileri en çok dikkat çeken yapımlar olmuştur.

Bazı noktalarda âşıklık geleneğinin öne çıkan mahsullerinden halk hikâyelerine benzeyen diziler, müzik ve türkü kullanımı noktalarından da gelenekten beslenmektedirler. Özellikle 2000 sonrasında yayınlanan televizyon dizilerinde geleneksel müzik belleğine yönelmenin arttığı görülmektedir. Bundaki temel nedenlerden biri izleyiciyi kendinden olanla daha çabuk yakalama ve izleyicinin diziyi takip etmesini sağlamadır. Büyükşehre yerleşmiş ve modern yaşamın şartlarına alışmaya çalışan orta sınıf televizyon izleyicisini kültürel belleğinde yer alan eserlerle, en azından kısa bir ezgiyle veya sesi olmasa bile bir sazın görüntüsüyle yakalamak daha kolay görülmektedir. Öne çıkan nedenlerden biri de diğer programlara göre dizilerde süre serbestisinin olması, konuyu haftalara yayarak anlatmaları ve dolayısıyla süreyi doldurmak için müziğe başvurulmasıdır. Bir diğer neden ise dizide sunulan kahramanla eserin özdeşleşmesini ve türkü-kahraman birlikteliğini yakalama arzusudur. Bu doğrultuda da dizi kahramanının adının geçtiği türküler yaygın bir şekilde kullanılmaktadır.

Dizilerde geleneksel müzik belleğinin kullanımı günümüz şartlarında eserin ve icracısının tanınması, türkünün yaygınlaşması, yörenin tanıtımı gibi sonuçlar doğurmaktadır. Bunun yanında eserin sahibinden daha çabuk kopması ve anonimleşme

sürecinin hızlanması gibi durumlar da söz konusudur. Dizide okunan türkü diziyle, kahramanla veya onu okuyanla özdeşleşmekte ve eserin sahibi anılmamaktadır. Bunun dışında âşıklara veya icracılara, onların varislerine telif haklarından dolayı yeni bir gelir kapısı açılmıştır. Ayrıca müzik yapımcıları, dizileri bir dönemin arabesk ve türkülü filmleri gibi görmekte, piyasaya sunacakları albümleri önce dizide değerlendirmekte veya albüm tanıtımını dizi yoluyla yapmaktadır. Bunun yanında genç yeteneklerin tanınması ve müzik piyasasında tutunabilmeleri için de diziler bir araç konumundadır. Ardıl ürün açısından bakıldığında dizi müzikleri adı altında albümlerin çıkarılması, dijital içeriklerin satışa sunulması dizilerin kültürel ekonomik boyutunda değerlendirilmektedir. Diziler yerelin küresele taşınmasında da etkindir. Özellikle Türk dizilerinin yayınlanmaya başlandığı ülkelere göre o dizide kullanılan eserlerin dijital platformlardan yoğun bir şekilde dinlenildiği, indirildiği bilinmektedir. Durumun farkında olan yapımcılar fuarlar aracılığıyla hem dizilerin hem de albümlerin tanıtımını yapmaktadırlar. Dizilerin bir diğer rolü ise Türkiye Türkçesinin, Türk kültür havzasında öğrenilmesinin ve kullanılmasının sağlanmasıdır.

3.4.5. Türkü Hikâyelerinden Türkü Dizilerine

Dizilerle ilişkili olarak oluşturulan ve bir alt tür şeklinde düşünülecek olan'türkü diziler' 2000 sonrasında Kanal 7 televizyonun ilgiyle takip edilen yayın içerikleri arasında yer almıştır. Bir dönem Yeşilçam Sinemasının başvurduğu temel kaynaklar arasında masal, halk hikâyesi, destan, efsane gibi türkü hikâyeleri de yer aldığı bilinmektedir. Örneğin Ezo Gelin Türküsü ve bu türkünün yakılış hikâyesi sinema filmiyle bütünleşmiştir (Bkz. Onaran, 1994; Özarslan, 2012). Metinlerarası çalışmalara konu olan bu metinler, özel televizyonlar döneminde yaygın bir şekilde içerik olarak değerlendirilmiştir. Kanal 7 televizyonunda da "Memleket Hikâyeleri" başlığı altında her hafta ayrı bir türkü olmak üzere bir olaya bağlı olarak ortaya çıkan türkülerin yakılış hikâyeleri dizileştirilmeye çalışılmıştır. Bu bahiste folklor ve müzik alanlarında, değişim olgusunun kültürel alanlarda hissedilir derecedeki etkisi kavramlaştırma tartışmalarını gündeme getirmekte ve 'neyin türkü olup olmadığı' problemini açmakta yarar olduğu düşünülebilir.

Türkü kavramı "Hece ölçüsüyle yazılmış ve halk ezgileriyle bestelenmiş manzume" TDK, 2011: 2402) şeklinde <yaratılış bağlamı gözetilmeksizin yazılı kültüre bağlanarak> genel bir kavram olarak düşünülmektedir. Çalışma alanımız içinde 'kültür'

ile birlikte en çok tartışılan ve tanımlanan kavramlardan biri olan 'türkü' daha ayrıntılı bir tanımda "Düzenleyicisi bilinmeyen, halkın sözlü geleneğinde oluşup gelişen, çağdan çağa ve yerden yere içeriğinde olsun, biçiminde olsun değişikliklere (zenginleşme, bozulmalara, kırpılmalara) uğrayabilen ve her zaman bir ezgiyle koşulmuş olarak söylenen şiirler" (Boratav, 1982: 150) olarak ifade edilmiştir. P. N. Boratav'ın 'şiir' vurgusuyla detaylandırdığı 'türkü' kavramında yaşanacak değişimlere dikkat çekilmiştir, ancak 'düzenleyicisi bilinmeyen' noktası günümüz folklor araştırmalarında yaşanan sorunların kaynakları arasındadır. Son dönemde İ. Başgöz (2008: 15) kavramı biraz daha açarak âşık ezgilerini de halk türküleri içinde değerlendirmiştir[70]. Günümüzde türkülerde anonimlik problemi dışında karşılaşılan bir diğer sorun da 'türkü'nün ağıt, ninni gibi başka türleri de içine alacak şekilde kapsamının genişlemesidir (Aça, 2004: 269). Tekrar türkünün tanımına bakıldığında, bu kavramın genel olarak şu şekilde değerlendirildiği görülmektedir:

> Duygu, düşünce, hayal ve birey ya da toplum olarak doğumdan ölüme kadar yaşanan, insan ve toplumda iz bırakan bütün olayları dile getiren, sevinçli ya da üzüntülü zamanlardaki coşku ve heyecanı yansıtan, kaynakları genellikle ozan, türkü yakıcısı ve söyleyicisi kişilerden oluşan, hangi edebiyat şubesine ait ya da hangi biçim ve türde ortaya çıkmış olursa olsun halka mal edilerek anonimleşen, şölende, düğünde, toplantıda ve türlü icra ortamında dillerden düşürülmeyen, icracısı, icra ortamı ve konusuna göre kendine has bir ezgiyle söylenen manzum ürünlere türkü denir (Yakıcı, 2007: 44).

Bu tanımlamada türkülerin icra ortamı, oluşturucu ve icracı, konu, yapı, ezgi gibi noktalarına dikkat çekilmektedir[71]. Belirtildiği üzere türkülerin bir yakılış/yaratılış öyküsü vardır. Bireysel ve toplumsal bazda yaşanan olaylar, hissedilen duygular

---

[70] İ. Başgöz'ün halk türküleriyle ilgili görüşü şu şekildedir: "Halk türküsü ezgi ile söylenen halk şiiridir. Halk şiiri ifadesini, hem anonim şiir, hem de âşıklarımızın şiiri anlamında kullanıyorum. Âşıklarımızın şiirleri de bir ezgi ile söylendiği için, yaratıcıları anonim olmadığı hâlde, onlara da türkü diyoruz: Karac'oğlan türküsü gibi, Emrah türküsü gibi. Bunun yanında âşık şiiri ile halk türküsü arasında sık sık, birinden ötekine geçişler oluyor. Tanımış bir âşığımızın adı koşmasının son dörtlüğünden düşüyor ve türkü olarak söyleniyor…" (2008:15).

[71] M. Ekici'nin konuyla ilgili değerlendirmesi ise şu şekildedir: "… Türkü halk şiirinde bağımsız olarak var olan bir türü ifade etmekten çok, ferdi veya anonim olan herhangi bir şiirin bir ezgi eşliğinde icra edilmesine verilen addır. Bu haliyle değerlendirildiğinde türkü, ezgili şiirdir. Burada ezginin önemini özellikle belirtmek isterim. Ezgiler çeşitli yerlerde, Türk kültür tarihi içerisnde yaratılmış ve sözlü gelenekte kuşaktan kuşağa aktarılmış, ancak daha yakın zamanlarda notaya alınarak yazılı kültür içinde yerini almıştır. En küçük birimlerinden, en büyük birimlerine kadar ezgilerin belli bir sahipliği söz konusu omadığı için türkünün 'anonim' olma özelliği ortaya çıkmıştır. Başka bir ifadeyle; ezgiler anonim olduğu için, türkülerin söz katmanının yaratıcıları bilinse bile, ezgsinden dolayı anonim olarak değerlendirilmeleri söz konusu olmuştur. Yine Türk sözcüğüne ilgi eki eklenerek, bu türden yaratmalara 'Türkü' adının verilmesi de Türklere ait, Türklerin söylediği ezgi ve ezgileri ifade etmek içindir. Bu haliyle bakıldığında türkü; halk şiirnde belli türü veya şekli karşılamaz, halk ezgilerine verilen bir genel ad veya Türk müziğinde bir türü ifade eder" (2013: 46).

türküye yansır. Zamanla bu olay unutulabilir, türkünün yansıttığı duygular değişebilir, türkü yakıldığı dönemdeki işlevlerden sıyrılıp farklı işlevleri yerine getirmek üzere icra edilebilir. G. Mirzaoğlu değişim sürecine dikkat çekerek türkülerdeki söz kalıplarının önemine dikkat çekmektedir:

> Türküler sözlü kültür ortamında doğmuş ve yüzyıllar boyu da aktarılmışlardır. Bu aktarım sırasında türkülerin bazı özellikleri değişirken kimi özellikleri de göreceli olarak sabit kalmıştır. Türkülerin en sabit bölümleri biçim ve yapılarıyla ilgilidir. Bentlerin dizeleri, ölçü, uyak, nakarat gibi özelliklere sahip metinler ezgiyle bütünleşir ve türküleri oluştururlar. Türkülerin yapısal açıdan bir başka temel özelliği de belirli bir üslubun ifadesi olan söz kalıplarına sahip olmalarıdır. Söz kalıplarının günümüze taşınmasında semboller ve motifler önemli bir yer tutar. Bir başka deyişle, halk türkülerimizin temel özelliklerinden biri sembolik anlatım yapısına sahip olmasıdır (Mirzaoğlu, 2015: 36).

Buradan hareketle sözlü gelenekte değişerek devamlılığı sağlayan türkülerin çoğunun oluşum bağlamı ile türküye vesile olan olay unutulmuş, bir kısmınınki ise kaydedilebilmiştir. Sözlü kültür ortamından derlemeler yoluyla yazılı kültür ortamına aktarılan bu türkülerin ortaya çıkış öyküleri elektronik kültür ortamına da girebilmiştir. Bir dönem Kanal 7'de her bölümde farklı bir türkü hikâyesinin kurgulanması ve televizyona uyarlanmasıyla oluşturulan Memleket Hikâyeleri adlı 'türkü diziler', özel bir izleyici kitlesi yaratmıştır. "Memleket Hikâyeleri"nin bazı bölümlerinde işlenen türküler şunlardır: "Asiye (2005), Ağgül Seni Camekanda Görmüşler (2006), Denizin Dibinde Demirden Evler (2005), Meyrik, Sarı Yıldız Mavi Yıldız (2006), Allı Zeynebim (2006), Bülbülüm Altın kafeste (2006), Geceler Yârim Oldu (2006), Mihriban (2002), Ümmü'nün Türküsü (2006), Aman Doktor (2007), Cemil (2005), İki Keklik (2006), Yüce Dağ Başında Yağan Kar İdim (2007), Arda Boyları (2006), Çemberimde Gül Oya (2006), Yüksek Yüksek Tepelere Ev Kurmasınlar (2004), Karadır Kaşların (2008), Pınar Başından Bulanır (2006), Molla Ahmet (2005)"

Türkünün hikâyesi ile dizi senaryoları arasında genellikle uyum görünmektedir. Ancak teknik açıdan zayıflıklar, tecrübeli oyuncu yetersizliği, güncellemedeki dikkatsizlikler seyir açısından bu yapımların olumsuz taraflardır. Buna rağmen kanalın özel izleyici kitlesine ve dizilerin takipçisi olan türküsever kitleye diziler yoluyla bu türküler tanıtılmış, kitlenin türküden ve hikâyesinden haberdar olması sağlanmıştır.

3.5. MÜZİK KANALLARI VE VİDEO KLİPLERDE ÂŞIKLIK GELENEĞİ

Televizyonla müziğin özgün içeriklerle birleştiği yapımların başında video klipler gelmektedir. Kliplerin televizyonda yaygın hâlde yer bulması müzik kanallarıyla gerçekleşmiş olsa da bugünkü anlamda kliplerin ortaya çıkmasını sağlayan çalışmalar daha önceki dönemlerde kültür endüstrilerinin tüketicileriyle buluşturulmuştur. 1970'li yıllarda Yeşilçam sineması çoğunlukla arabesk müzik temsilcilerinin olmak üzere dönemin öne çıkan isimlerinin albümlerini tanıtmak üzere müzikli filmler ortaya çıkarmıştır. Yıldıray Çınar ve Nuri Sesigüzel gibi halk müziği sanatçılarının da yer aldığı bu tarz yapımlar, kaset döneminde artarak devam etmiştir. Sinemanın zayıfladığı VHS kasetlerin satın alma ve kiralama yoluyla dağılımının kolaylaştığı, tek kanallı dönemde evlerde sinema keyfi sunan bu video sistemiyle müzik piyasası temsilcileri, konuları birbirine benzeyen filmlere çıkardıkları albümlerinde yer alan bütün eserleri yerleştirme yoluna gitmişler, kasetteki eserlerinin film müziği olarak kullanılmasını sağlamışlar, albümün adını filmin adı olarak sunmuşlardır. Bir popüler kültür ürünü olan arabesk müziğin dönemin şartlarında hızlı bir şekilde yaygınlaşmasının etmenlerinden biri de bu tarz filmlerdir. Kliplerin hazırlayıcısı olan müzikli-türkülü filmlerin yanında televizyonda yayınlanan müzik-eğlence programlarında da şarkının/türkünün klipleştirilerek program içinde izleyiciyle buluşturulması gerçekleşmiştir. 1973'te yayınlanan "Ozanların Sazından" (TRT Arşiv No: DA 1478) adlı âşık programında Müslüm Sünbül'ün de bir klibine yer verildiği tespit edilmiştir. Özellikle 1980'li yılarda farklı müzik-eğlence programları içinde klipler sunulmuştur. 1988'de yayına başlayan "7'den 77'ye" programında Barış Manço kendi eserlerini klipler hâlinde ekrana taşımıştır. Ayrıca yurtdışı yapımlı dizilerin içinde hızlı bir şekilde akan görüntüler eşliğinde şarkıların verilmesi kliplerin öncül yapımları olarak düşünülebilir.

Klip veya müzik videosu, televizyonda ve diğer görsel-işitsel medya araçlarında yayınlanmak üzere bir müzik eserinin görüntülerle birleştirilmesiyle oluşturulan ortalama 4 dakikalık videodur. Genellikle şarkıda/türküde anlatılan konuya uygun görüntü ve kurgu seçilebileceği gibi müzik ve görüntünün uyumsuzluğu da video klibi ortaya çıkarabilir. Video klipteki amaç sesli içeriğin görsel-işitsel medyada yayımlanmasını sağlamaktır. Şarkının, albümün ve sanatçının reklamının yapıldığı kliplerle ilk dinlemede veya seyretmede dikkat çekmeyen eserin tekrarlarıyla

dinleyicinin dikkatini çekmek, beğenisini kazanmak, devamında dinleyicinin albüm satın alması, konserlere katılması, sanatçıyı takip etmesi hedeflenir. Popüler müzik endüstrisinin 20. yüzyılın son çeyreğinde işlettiği bu sistemle albümlerin milyonlarla ifade edilen sayılarda satılması sağlanmıştır. Ancak internet aracılığıyla müzik dinleme ve dijital içeriklerin yaygınlaşması, yapımcıların ve sanatçıların en önemli gelir kaynağı olan albüm satışını düşürmüş ve sektörü krize sokmuştur. Krizi aşmaya çalışan sektör, yeni arayışlarla birlikte yüksek maliyetli klip çekmek yerine daha çok sosyal medyalarda yayımlanmak için düşük maliyetli, basit kurgulu, tek mekânda, tek açıdan çekilmiş şarkıcı görüntüleriyle şarkının birleştirilmesi veya "slayt klip" yolunu benimsemiştir.

Türkiye'de özel yayıncılığın başlamasıyla video klipler için yeni bir zemin ortaya çıkmıştır. Önce genel yayın formatı yapan kanallarda klip saatleri, Top 10 listeleri şeklinde sunulan klipler 1994'te Kral TV'nin ve ardından Number One, Genç, Tatlıses gibi tematik yayın anlayışıyla açılan müzik kanallarının içeriğini doldurmuştur. Türkiye'nin önemli şirketler grubundan birinin medya iştiraklerinden bir olarak yayına başlayan Kral TV, önce grubun diğer kanalı Teleon'la dönüşümlü yayın yapmış daha sonra bağımsız yayın yapmaya başlamıştır. 1995'te başladığı Kral Video Müzik Ödülleri'yle müzik dünyasında adından sık sık söz ettirmeyi başaran kanal, TMSF'ye geçtikten sonra farklı medya şirketleri bünyesinde faaliyet göstermiştir. Her tarzdan Türkçe müzik klibini yayınlayan Kral TV 2011'de frekansı Kral Pop adıyla yeni bir kanala devredilmiş, farklı bir frekanstan Kral TV adıyla yayınlarına devam etmiştir. 1995'te yabancı müzik ve pop müzik yayını yapmak üzere yeni kanallar açılmış, 2000'li yıllarda ise birbirine benzeyen belirli bir müzik tarzıyla dinleyiciye seslenen kanallara yenileri eklenmiştir. Ancak dijital sektör ve korsan yayının etkisiyle müzik piyasasında gelirlerin iyiden iyiye azalması kliplerin maliyetinin kısılmasına neden olmuş, sayı ve niteliği de olumsuz etkilemiş, 1990'lı yıllarda Kral TV ile yakalanan atmosfer 2000'li yıllarda bozulmuştur.

Türkiye'de kablolu yayın, uydu yayını veya dijital platformlar üzerinden faaliyet gösteren müzik kanalları şunlardır: Kral, Kral Pop, Number One, Number One Türk, Dream, Dreamtürk, Gala, Genç, Tatlıses, Powertürk, MTV Türkiye, TURKÇ, Anadolu, Seymen, Vatan, Medya, MMC, Mavi Karadeniz, Karadeniztürk, Rumeli, TVT,

Yurdum, TMB, Vadi, Barış, Cem, TRT-Müzik. Bu kanallardan bazıları türkü yayını yapmakta, bazıları ise daha çok Alevi-Bektaşi deyişlerine yer vermektedir. TRT'nin bu alana 2009'da faaliyete soktuğu TRT-Müzik ile girmesi televizyon alanında özellikle halk müziği programlarında niteliğin ön planda tutulmasını ve halk müziğine ayrılan sürelerin artmasını sağlamıştır. TRT-Müzik'in klip yayınları dışında âşık programlarına yer vermesi, yörelere özgü programlar hazırlaması, ustaların anısına konser programları yayınlaması kayda değerdir.

Bugünkü anlamda televizyonda müzik kliplerinin yerleşmesi MTV'nin 24 saat kesintisiz rock/pop müzik klibi yayınlamaya başladığı 1981'e dayanır. MTV'nin Avrupa ve Asya'da kanallar kiralayarak yayın ağını genişletmesi pop müziğin yerleşmesini, klip yıldızlarının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Türkiye'de ise 1990'lı yılların başında ilk özel kanallar program akışları içine klip saatleri yerleştirmişler, Top 10 listeleri oluşturmaya başlamışlardır. Ama sadece müzik yayını yapan Kral TV'nin 1994'te yayına başlaması, karma müzik yayını anlayışıyla farklı tarzlarda temsilcilere yer vermesi, onu takiben pop müzik, arabesk müzik, yabancı müzik yayını yapan kanallarla birlikte türkü yayını yapan müzik kanallarının da açılması müzik videolarının yaygınlaşmasını ve bir klip kültürü oluşmasını sağlamıştır. 1990'lı yıllardan itibaren Kral TV'de yayınlanan geleneksel müzik ürünlerinden oluşturulan kliplerde daha çok yıldızlaşan halk müziği sanatçıları yer bulmuştur. Âşıkların klipler yoluyla seyirciyle buluşması ise yerel kanallar ve az da olsa farklı açılardan yerel kanallara benzeyen türkü kanalları aracılığıyla gerçekleşmiştir.

1980'li yıllarda MTV'nin önce Amerika'da, sonra da dünyanın farklı bölgelerinde yayına başlaması ve yayın içeriğinin doldurulması adına, ardı arkasına yüzlerce müzik videosunun ekranlara taşınması, Türkiye'de de 1994'te Kral TV'nin yayın hayatına başlaması bu alanın ve kliplerin incelemelere konu olmasını sağlamıştır. Videoların sanatsal yönü ve reklamla ilişkisi üzerine yapılan çalışmaların yanında, kliplerin bir popüler kültür alanı olarak ortaya çıkması, hızlı tüketimi teşvik etmesi, toplumsal değerleri zedeleyen tarzları tartışmaların odağındadır. MTV'nin hızlı yükselişi başta sanat ve akademi dünyası olmak üzere birçok çevreden gösterilen tepki ve eleştiri almasını da beraberinde getirmiştir. Dean Abt, müzik kliplerine dönük bu eleştirileri şu şekilde sıralamaktadır: "1- Müzik klibinin görsel tarzları ve karakteristikleri, 2-İnsanları

müziğin kendi yaratıcılıkları ile algılama potansiyeli, 3- İçeriğini karakterize ettiği söylenen şiddet, cinsellik ve cinsiyet ayrımcılığı ile dolu imgeler, 4- Bu yeni kültürel biçimin reklam aracı olarak üstlendiği rol" (Abt, 2000: 126). Ayrıca A. Goodwin (1993) ise görüntü ve müzik arasındaki ilişkiyi çalışarak, şarkıdaki ritmin görsellerin yerleştirilmesinde başat rol oynadığını vurgulamaktadır. J. Berland (1993b) da videoların ticarî bir ürün olma yönüne dikkat çekerek dinleyicinin videoyu anlamlandırmasının mümkün olmadığını ifade etmektedir. M. Rich vd. (1997) ise pop müzik videolarında toplumsal cinsiyet, ırk ve şiddet öğelerine dönük bir çalışma gerçekleştirmiştir. Amerika'da pop müzik videoların önemli bir oranının toplumsal açıdan tehlikeli görülen konulara vurgu yaptığını tespit etmiştir. Benzer bir şekilde D. F. Roberts vd. (2002) de uyuşturucu, alkol ve sigara öğesine yer verme açısından müzik videolarını incelemiş ve videolarda %45 oranında bu olumsuzluklara rastlamıştır. Türkiye'de ise benzer bir çalışma P. Behçetoğulları (2000) tarafından videolarda kadın imgesi ve kadına dönük şiddet açısından gerçekleştirilmiş ve videoların büyük bir oranında (%63) kadın bedeninin cinsel bir nesneleştirmeye tabi olduğunu tespit etmiştir. Kliplerde kadın, erkekleri baştan çıkarmak için kendi bedenini sergileyen, erkek bakışını sürekli davet eden cinsel bir meta olarak tasvir edilmiştir (Sayın, 2006: 117).

Türkiye'de yapılan diğer çalışmalar daha çok pop müzik ve görsellik üzerine şekillenmiştir. Henüz müzik kanallarının ve pop müzik videolarının yeni yeni yaygınlaştığı bir dönemde P. Çelikcan (1996), yabancı videoları müzik ve görsellik açısından değerlendirmiştir. Araştırmacı, müzik videolarını yansıtıcı, betimleyici, genişletici ve ayırıcı müzik videoları şeklinde kategorilere ayırarak çözümlemiş, görsel anlatımın ritim, tempo, melodi, ses rengi gibi müzikal açılardan zenginliğine işaret etmiştir. Ona göre televizyonda seyirciyle buluşan bu kliplerin önceki dönemlerden beri radyo, sinema ve diğer medya araçlarının müzikle ilişkisinin devamı niteliğinde bir halkadır. Koşullar değişse de müzik endüstrisi holdinglere sponsorluk yoluyla ürünlerini ve yıldızlarını satmaya devam etmektedir (Çelikcan, 1996). Ayşe Kalay (2007; 2008) ise kliplerin görselliğini değerlendirirken bu videoların reklam videolarıyla olan ilişkisine dikkat çekmektedir. Güneş Sayın (2006) da yine pop müzik videolarını yapısal çözümlemeye tabi tutarak belirlenen kategorilere göre kliplerin biçimsel özelliklerini değerlendirmiştir.

Geleneksel müzik belleğinden yararlanılarak oluşturulan video kliplerde daha çok halk müziği sanatçıları ve pop, Anadolu-rock, caz gibi farklı müzik akımlarının temsilcileri ön plana çıkmıştır. Cover adı verilen yöntemle daha önceki dönemlerde popüler olmuş bir eseri farklı enstrümanlar ve yeni teknolojinin desteğiyle yeniden yorumlama günümüzde yaygınlık kazanmıştır. Popüler müzik temsilcilerinin bu tarz kliplerinde ve halk müziği sanatçılarının kliplerinde ürün yerel olmakla birlikte görsellik ve klibin öyküsü hitap edilen kitleye göre ayarlanmakta ve kentlileştirilmektedir.

Âşıklık geleneği mahsullerinin klipleştirilmesi ise üç başlıkta sınıflandırılabilir: geçmiş yüzyıllarda yaşamış âşıkların türküleşen deyişlerini okuma yoluyla oluşturulan klipler, 20. yüzyılda kültür endüstrileri aracılığıyla eserlerini kayıt altına almış âşıklardan alınan deyişlerin başkaları tarafından tekrar yorumlanması ve klipleştirilmesi, âşıkların kendi eserlerine klip çekmeleri. Bu üç kategoriye göre incelemeler yapılırken sayıca en fazla ürünün ikinci başlık altında olduğu görülmüştür. Onu ilk başlığa dâhil edilen ürünler takip etmektedir. Âşıkların kendi kliplerinde rol almaları ise ilk örneklerinin 1990'larda verilmiş olmasına rağmen yakın dönemlerde yaygınlaşmıştır.

Bir bağlam dâhilinde icra edilen ve gelişen geleneksel müzik için klipler yeni bir bağlam olarak değerlendirilmektedir. H. Aydın'ın bu doğrultuda gerçekleştirdiği çalışmada (2005: 50-54) THM sanatçıları ve Anadolu-rock gibi müzik akımları tarafından klipleştirilen türküler incelenmiş, tema ve görseller arasındaki ilişkide, kent merkezli dinleyici kitlesine dönük görseller ve figürler kullanıldığı görülmüştür. Bir Karacaoğlan türküsü olan "Ela Gözlü Benli Dilber"i yorumlayan Haluk Levent klipte koyu renklerin hakim olduğu bir mekânda gitarı eşliğinde türküyü seslendirmekte, ona arka planda bir başka gitarist ve vokalist eşlik etmektedir. Klipte sanatçılar türküyü söylerken bir yanda da hikâyeleştirilmiş kesitler sunulmaktadır. Aşk temasının yanı sıra Karacaoğlan'ın "Sen de olasın benim gibi" bedduasından olsa gerek, aldatılan erkek teması vurgulanmaktadır. Senaryoya göre evlilik hazırlığında olan çift bir apartman dairesinde boş bir evi gezerler, bu esnada erkek kahraman kızın fotoğraflarını çekmektedir. Daha sonra erkek kahraman bir sandalyede fotoğrafları incelerken kadın kahraman yan odada telefonuna gelen kısa mesajı görür ve telefonla birini arar. Bu esnada kadının yanına gelen erkek kahraman aldatıldığını anlar ve hikâye sonlanır. Apartman dairesi, cep telefonu, mesajlaşma, fotoğraf makinesi ile kent merkezli güncel

öğelerin vurgulandığı klipte bir yandan da anlatıcı rolü üstlenen şarkıcı ve gitarı da ön plana çıkarılmaktadır. Yine bir Karacaoğlan türküsü olan "Gönül Gurbet Ele Varma" adlı eser, THM sanatçısı Orhan Hakalmaz'ın klibiyle ekranlara taşınmıştır. Türküyle uyumlu bir şekilde aşk, gurbete çıkma, hasret, ölüm temaları klipte senaryolaştırılmakta, solist de işi icabı gurbete çıkan tır şoförünü canlandırmaktadır. Karısı ise onun yolunu gözleyerek hasta olmakta ve klibin sonunda ölmektedir. Zaman zaman bağlama öğesinin de vurgulandığı klipte gurbete çıkma modernleştirilmiş, benzin istasyonu, telefon kulübesi, tünel, köprü gibi güncel öğelerle süslemeler yapılmıştır. Sabahat Akkiraz'ın anlatıcı rolünde yer aldığı "Yele Verdim" klibinde ise mekân olarak köy seçilmiş, tüm aile bireylerinin geleneksel yaşam koşullarında çalışmaları vurgulanmıştır. Ancak bütün gayrete rağmen geçim sıkıntısından kurtulamayan aile, babanın "İstanbul" başlığı flu bir şekilde gözüken gazeteyi aile bireylerine göstermesi ve onları ikna etmesiyle köyü terk etmektedir.

H. Aydın, televizyona aktarılan bu kliplerde genel tavrın türkünün bağlamından fazla uzaklaşılmadan, çağın şartlarına göre genel izleyici kitlesinin beklentilerine dönük olduğu görüşündedir (2007: 54). Televizyon için bu klipler temel hedef kitle olan yerelde yaşayan veya yerelden uzun soluklu bir süreçte kente göçmüş aileler ve onların ikinci, üçüncü kuşak çocuklarıdır. Toplumsal dönüşüm ve modernleşme adına televizyon programlarında çağdaş olarak yansıtılan unsurlar kodlansa da bir başka yöntem de sahibinden alınan geleneğin dizayn edilerek farklı bağlamlarda tekrar tüketici/müşteri konumuna dönüşen halka sunulmasıdır. Kliplerde de zaman zaman yerellik vurgusu yapılmasının temel nedeni daha fazla izleyiciye hitap edebilmektir.

Dinleyiciyi/izleyiciyi yakalamak için tanınmış, geniş zeminde kabul görmüş türkülerin ve âşık ezgilerinin seçilmesine sıklıkla rastlanılmaktadır. Güncel müzik akımlarının temsilcileri ve Türk halk müziği temsilcileri geleneksel müzik belleğinden sözleri ve ezgileri kullanarak üretimin tıkanıklığını açmaya çalışmaktadır. Bu yaklaşımla bir yandan geleneğin farkında olan hâlihazırdaki dinleyiciden beğeni alınırken bir yandan da genç dinleyici kitlesinin geleneksel müziği fark etmeleri sağlanmaktadır. Konuya bir başka açıdan yaklaşıldığında ise postmodernizmin kısmen yaşandığı günümüz sanat alanlarında, söylenecek yeni bir şeyin kalmadığı, eskinin tekrar işlenmesi gerektiği vurgusuna rastlanmaktadır. Postmodernizmin geleneğe yönelmesi de bu anlayıştan

kaynaklanır. “Ela Gözlü Benli Dilber”, “Gönül Gurbet Ele Varma” örneklerinde görüldüğü gibi günümüz Türk müziğinin farklı tarzları için Karacaoğlan önemli bir kaynaktır. Müzik piyasasında onun şiirleri farklı müzikal yorumlarla dinleyicilerle buluşmaktadır. Erol Parlak, Musa Eroğlu, İsmail Altunsaray gibi THM sanatçıları, Karacaoğlan türkülerini teknik imkânları da kullanarak yeniden havalandırmakta, ezgisi unutulmuş Karacaoğlan şiirlerine beste yapmaktadırlar. Taramalar sırasında Karacaoğlan’ın “Seher Yıldızı, Niye Böyle Dargın Bakarsın, Kız Senin, Candan İleri, Esti Seher Yeli” gibi havalandırılan şiirlerinin klipleştirildiği görülmüştür.

1990’lı yıllarda Arif Sağ ve Belkıs Akkale ayrılık temalı “Seher Yıldızı” türküsünü birlikte söylemişler ve bunu klibe aktarmışlardır. Farklı kanallarda yayın imkânı bulan türküde Arif Sağ sazıyla birlikte, Belkıs Akkale de ayakta türküyü söylerken arkadan varoş ve doğa görüntüleri akmaktadır. Köyden kente göç vurgusu ve gurbet, ayrılık temasını vurgulamak adına seçilmiş ve hitap edilen kitle yine ağırlıklı olarak kentin zorlu koşullarında ayakta kalmaya çalışan, ama gönlü yerelde kalmış kitle olarak belirlenmiştir. Diğer yandan arka planda akan bulutlar, dağlar, koşan atlar, göç eden insanlar, Yörük çadırı, turna gibi imgelerin kullanılması Karacaoğlan’ın tabiat anlayışıyla uyum içerisindedir. Karacaoğlan’ın bu şiiriyle aynı tematik yapıya sahip bir diğer şiiri “Esti Seher Yeli”, günümüzde halk müziği sanatçılarının sık sık başvurduğu türküler arasına girmiştir. Bu türküyü Doğan Demir adlı ses sanatçısı klipleştirmiştir. Bir sahnede klavye ve kaval çalan müzisyenlerin dışında sanatçı tek başına görünmektedir. Herhangi bir hikâyeleştirme yolu seçilmeyen klipte, İstanbul’da sanatçının ayakta türkü söylediği açık hava mekânları kullanılmıştır. Boğaz, terk edilmiş binaların dışı, yanmış, çatısı olmayan bir fabrikanın içi görsel olarak tercih edilmiştir. Maliyeti düşük tutmak adına klibin bu şekilde tasarlandığı anlaşılmaktadır. Kliplerdeki asıl amaç uyum değil, klip yoluyla sanatçının müzik kanallarında ve internette izlenmesinin ve tanınmasının sağlanmasıdır. Ancak daha çok izlenmek, ilginç bir kurgu bulmak ve müzik piyasasında daha çok satmak gibi gizli hedefler genellikle pop müzik temsilcilerinde ve az da olsa geleneksel müziğin profesyonellerindedir. Sponsorların desteğinin de alındığı bu tür yapımlarda maliyet epeyce artmaktadır.

Karacaoğlan’ın “Kız Senin” şiirini havalandıran genç sanatçı İsmail Altunsaray yapımcı desteğiyle etkili bir kliple türküyü seslendirmiştir. Orta Anadolu ağzı ve çalış tekniğini

kullanan, divan sazı çalan, Neşet Ertaş türküleri ve bozlak söyleyen İsmail Altunsaray, Neşet Ertaş'ın vefatıyla alandaki boşluğu doldurmada ön plana çıkarılmış, Orta Anadolu türkülerinin ve bozlak geleneğinin medyadaki temsilcisi olmuştur. Kalan Müzik firmasıyla çalışan sanatçı, televizyon kanallarının yanı sıra internet ortamında da 2013'te yayınlanan bu klibiyle geniş kitlelerce tanınmıştır. Kalan Müzik'in Youtube'taki sayfalarına eklediği klip iki yılda dört buçuk milyondan daha fazla izlenmiştir. Bu oran çoğu hit pop şarkısının ulaştığı rakamlara yakındır. Ancak aynı sayfaya tanıtım maksadıyla hazırlanıp eklenen albümdeki diğer türkülerin izlenme sayıları "Kız Senin" klibininkinden çok geridedir. Burada hem klip kanallarının hem de televizyon dizilerinin rolü devreye girmektedir. Bu türkü 2014'te Show TV'de ekrana gelen Fakir Baykurt'un romanından hareketle çekilen "Yılanların Öcü" adlı dizide de kullanılmıştır. Türkünün dizide kullanımı günümüz müzik endüstrisinin çok boyutlu bir çalışmayla yıldız yaratma sistemini işlettiğine örnektir. Kalan Müzik'in arşivinin geniş olması, yayın, yapım faaliyetleri, medya şirketleriyle ilişkileri, yeni sesleri sistem içinde değerlendirmesi gibi hususlarla özellikle geleneksel müzik alanında bu firma adından sıklıkla söz ettirmektedir. İsmail Altunsaray da bu sistem içinde günümüz halk müziğinin yıldızı olma yolunda ilerlemektedir.

"Kız Senin" klibinin, sanatçının internet dinleyicisi için hazırlanan diğer kliplerden daha fazla izlendiği belirtilmişti. Bunda yukarıdaki müzik endüstrisinin diğer faktörlerinin yanında klibe harcanan maliyet ve emek de etkilidir. Ayrıca "türkülü filmlerin kısaltılmışları veya ardılları" (Özdemir, 2008: 269) olarak düşünülebilen video kliplerde kurgu ön plana çıkmaktadır. "Kız Senin" video klibi için açık mekân tercih edilmiş, arka planda terk edilmiş bir köy, görüntülerin ağırlıklı olduğu yerlerde ise kumsal tercih edilmiştir. Ancak deniz vurgusu yapılmamakta, bakir kumsaldaki kuru çalılarla çöl çağrıştırılmaktadır. Ayrıca görüntüleri zenginleştirmek adına gökyüzü, gün batımı, yel değirmeni, yakın plandan çekilmiş olgun başaklar kullanılmıştır. Anlatıcı rolündeki ses sanatçısı, kumsala oturmakta ve klibin başından sonuna saz çalıp türkü söyleyerek sevgiliye seslenmektedir. Ses sanatçısından bağımsız bir şekilde farklı sahnelerde yer alan kadın oyuncu ise farklı kıyafetler giymiş olmakla birlikte ağırlıklı olarak beyaz bir elbiseyle ayakta görünmektedir. Tavırları bir nevi "Bilmiyorum ne derdin var kız senin?" dizesindeki gibi türkü sözlerine cevap niteliğindedir. Dert, aşktır. Aşk ve aşkın verdiği kasvet, renk seçimiyle klibin bütününe yayılmış, seyirciye bu yolla

mesajın kodlanması sağlanmış; seyircinin çağrışım yapabilmesine zemin hazırlanmıştır. Klipteki ağırlıklı renkler kahverengi, bordo, kızıl, sarı ve beyazdır. Koyu tonlarla kasvetli bir hava oluşturulmuştur. Sarı, kızıl renklerle aşk; bordoyla şehvet, arzu; beyazla masumiyet, saflık çağrıştırılmaktadır. Sanatçının beyaz gömleğiyle kadın oyuncunun elbisesi, sanatçının bordo ceketiyle kadın oyuncunun saç ve oje rengi uyuma işarettir. Sarı ve kızıl gibi aşkı çağrıştıran sıcak renkler ise bağlama, başak, günbatımında vurgulanmaktadır. Herhangi bir hikâyeleştirme yapılmasa da klip bu renk kullanımı noktasında dikkat çekmektedir.

Yakın dönemde Karacaoğlan'ın popülerleştirilen bir diğer türküsü de "Candan İleri"dir. Aşk temalı bu şiir Haydar Kutluer tarafından bestelenmiş, düzenlemesini ise Haydar Kutluer ve Özlem Özdil yapmıştır. Türkü, kısa sürede büyük beğeni almış, birçok türkücü tarafından seslendirilmiş, albümlerde yer edinmiştir. Özlem Özdil ve Çetin adıyla iki solist de bu eseri kliple tanıtmışlardır. Klipte hikâyeleştirme tekniği kullanılmadan iki solistin İstanbul'un farklı mekânlarında ve sahnede söyleşmesi söz konusudur. Bu klipte amaç yüksek maliyetten uzak, kısa ve sade bir şekilde eseri videolaştırmaktır.

Karacaoğlan gibi eserleri havalandırılan ve müzik piyasasına sunulan isimlerden biri de Köroğlu'dur. Âşık Murat Çobanoğlu'yla tanınan Köroğlu ezgisi "Kiziroğlu" 1990'lı yıllarda Ayna grubu tarafından albüme alınmış ve klipleştirilmiştir. Özel televizyonların ve özellikle Kral TV'nin yoğun olarak izlendiği bir dönemde türkü bir anda geniş kitlelerce tanınmıştır. Geçmiş dönemlerde Ruhi Su ve Fuat Saka gibi isimler de bu türküyü okumuşlar, ancak Ayna grubunun klibinden sonra telif sorunu gündeme gelmiştir[72]. Murat Çobanoğlu babası Âşık Gülistan'dan öğrendiği türkünün havalandırılmasının (ezgi, makam, beste) kendilerine ait olduğunu dile getirerek en azından sözlü olarak müsaade istenebileceğini belirtmiştir. Tartışmalar henüz sonuçlanmamış; mahkemeler âşığın varisleri tarafından devam ettirilmektedir (Çobanoğlu, Ş., 2014). Bir yandan mahkemelerde ve televizyon stüdyosunda kurulan

[72] MESAM'da 10 farklı "Kiziroğlu" kaydı yer almaktadır. Eserler 8 farklı aranjöre kaydedilmiştir. Murat Çobanoğlu ise 2 kayıtta derlemeci olarak görülmekte, Köroğlu ise bazı kayıtlarda söz yazarı, bazılarında besteci-söz yazarı olarak yer almaktadır (http://www.mesam.org.tr/eser-arama). TRT nota arşivinde ise Muzaffer Sarısözen'in Dursun Cevlanî'den derlediği belirtilmektedir. Notaya not düşülerek "İşaretli yerde Kars yöresi sanatçıları peh peh peh sözcükleri ile Kiziroğlu'nun görkem ve gelip geçişindeki olağanüstü hızı anlatmaya çalışırlar, sonra türküye devam edilir" yazılmıştır (http://www.turkuler.com/nota/ezgi_bir_hisminan_geldi_gecti_kiziroglu.html).

halk mahkemelerinde telif tartışmaları yapılırken bir yandan da farklı müzik tarzlarının temsilcileri popülerleşen bu türküyü seslendirmişlerdir. Farklı siyasi partilerin seçim müziği (1999-Milliyetçi Hareket Partisi, 2015-Adalet ve Kalkınma Partisi) olarak da kullandıkları "Kiziroğlu" türküsü Esat Kabaklı, Ahmet Şafak, Osman Öztunç, Uğur Işılak, Grup Laçin, Zafer İşleyen tarafından tekrar seslendirilmiştir. Hem türkünün popülerleşmesi hem de yaşanan tartışmalar, türkünün hikâyesinin farklı bir kültür endüstrisi bağlamı olan dizilere taşınmasına yol açmıştır. Dönemin ilgiyle izlenen dizisi "Ekmek Teknesi"nde hikâye anlatıcısı Heredot Cevdet, kahvehanedeki meraklı kitleye türkünün hikâyesini kendi üslubuyla aktarmıştır.

Ayna grubunun "Kiziroğlu" türküsünü söyledikleri klip ise bir telefon operatörü (TELSİM) sponsorluğunda hazırlanmıştır. Klipte mekân olarak hanı anımsatan tarihî bir kapalı alan kullanılmıştır. Türkünün konusu öyküleştirilerek verilmeye çalışılmış, ancak türküye konu olan Kiziroğlu ile Köroğlu mücadelesi yerine yaygın olarak bilinen ve daha önce sinema filmi şeklinde işlenen Köroğlu'nun Bolu Beyi ile olan mücadelesi buraya taşınmıştır. Senaryodan, Kiziroğlu olarak lanse edilen oyuncu ile vezirin kızı arasında ilişki olduğu, vezirin kahramanı yakalatarak zincirlediği, daha sonra kahramanın zincirlerinden kurtulduğu anlaşılmaktadır. Arada başıboş koşan, hırçınlaşan bir at görünmekte, ancak bu kır at değil, siyah bir attır. Klipte yine ihtişamı sergilemeye dönük görsellerin yanında az da olsa cinsellik ve şehveti çağrıştıran sahnelere de yer verilmiştir. Ayna grubu solistleri Erhan Güleryüz ve Cemil Özeren ise anlatıcı konumundadırlar. Siyah parlak takım elbise, renkli gömlekler, siyah gözlükler, bas gitarlarla türküyü rock tarzında söylemektedirler. Siyah güneş gözlükleri, grup üyeleriyle özdeşleşmiş, her alanda gözlükle seyirci karşısına çıkmışlardır. Bu siyah güneş gözlükleri, nesne fetişizmine örnek olarak da düşünülebilir.

Günümüz müzik endüstrisinde Köroğlu, Pir Sultan Abdal, Karacaoğlan, Dadaloğlu gibi farklı şiir üslubu ve ezgi tarzlarıyla tanınan, ünleri yaşadıkları coğrafyaların ve zamanın çok ötesine taşınan, eserleri işlene işlene yüzyılların süzgecinden geçip gelen âşıklar temel kaynak konumundadır. Yüzyıllardır besledikleri geleneği bugün de farklı şekillerde beslemeye devam etmektedirler. Bu isimlerin toplumdaki konumunun farkında olan günümüz müzisyenleri onların hem sözlü kültür geleneğinden gelen eserlerini hem de yazılı kültür ortamına taşınmış ezgisi unutulmuş veya yerel ölçekte

kalmış eserlerini düzenleyerek, söyleyerek, klipleştirerek, tescillettirerek kullanmaktadırlar. Geleneğin sürekliliği ve popüler kültürün dayatması ürünlere karşı gelme/genç kuşakların dikkatini geleneğe çekme adına olumlu karşılanacak olan bu durum sahiplenme ve tescil noktasında sakıncalı görülmektedir. Kültür ekonomisi kapsamında sanatçının ve eserin korunması gibi görünse de geleneğin talanı söz konusudur. Karacaoğlan gibi bir isimden ve eserinden yararlanma; düzenleme adıyla ezgide yapılan küçük değişikliklerle türkünün sahiplenilmesi âşıklık geleneğinin ve âşıkların yeni yeni farkına vardıkları bir durumdur. Bu hassas noktaların aşılması, telif ve tescil ile ilgili kurumların titizliğine, âşıkların bilinçli faaliyetlerine ve kültürel ekonomik konuların geniş kitlere aktarılmasına, konuşulmasına, tartışılmasına bağlıdır.

20. yüzyılın öne çıkan âşıklarından başta Âşık Veysel, Mahzunî, Neşet Ertaş, Reyhanî olmak üzere birçok isim güncel müzik piyasasını ve kültür endüstrilerini beslemeye devam etmektedirler. Bu isimlerin üretkenlikleri, yakaladıkları şöhret ve toplumda elde ettikleri sosyal konum, daha sağlıklarında farklı müzik tarzlarından müzisyenlerin dikkatini çekmiştir. Âşıkların eserleri sık sık plak ve kasetlerde okunmuş, bazıları klipleştirilmiş ve klipleştirilmeye devam edilmektedir.

Âşık Veysel'in "Güzelliğin On Par'etmez" deyişi Onur Şan tarafından yeniden yorumlanarak video ortamına aktarılmıştır. Klip kapalı bir mekânda üzerine kâğıtlar ve daktilo olan bir masa ve masanın yan tarafı bağlama sehpaları, duvarda ise Âşık Veysel çizimi bulunan; radyoda da Âşık Veysel'in kendi sesinden bu şiiri okuduğu bir sahneyle başlar ve şiirden etkilenen Onur Şan toprak bir yolda, çeşme başında, eski bir evin önünde, sahilde türküyü okur. Araya "Gelele" adlı uzun havanın yerleştirildiği klipte geleneğin sürekliliğine vurgu yapılmakta, üç kuşak temsil edilmekte, klibin sonunda bağlama bir çocuğa verilerek geleneğin sürekliliğine kodlama yapılmaktadır. Ayrıca topaç görüntülerine de yer verilmesi verilen mesajların tamamlanması adınadır.

Türk pop müziğini farklı bir tarza büründüren ve yıldız sisteminde 1990'lı yıllardan itibaren pop müzik alanında başı çeken isimlerden Tarkan, çalışmalarını küresel ölçekte sürdürmektedir. Tarkan albümlerinde yer verdiği "Uzun İnce Bir Yoldayım" ve "Benim Sadık Yârim Kara Topraktır" adlı Âşık Veysel türkülerini klipleştirmiştir. Farklı teknik imkânlarla, postmodern temalarla zenginleştirilen bu kliplerde müziğin ana dokusu korunduğu, bağlama, kaval ve davulun da işitsel ve görsel olarak kullanıldığı

görülmektedir. “Benim Sadık Yârim Kara Topraktır” klibinde spot ışıklarla Tarkan vurgulanmakta, fona yansıtılan güneşin doğuşuyla türkü başlamakta ve gün batımıyla da bitirilmektedir. Aynı şekilde fonda kısa süreliğine yer verilen buğday başakları ve çorak toprak, kervan görüntüleriyle doğum ve ölüm arasında geçirilen kısa yaşam mesajı kodlanmaktadır. “Uzun İnce Yoldayım” klibi ise mesajlar açısından biraz daha zenginleştirilmiş, çevre kirliliği, ağaç ve hayvan katliamı, su kaynaklarının bilinçsiz kullanımı sonucu su yataklarının kuruması, çölleşme, savaş karşıtlığı gibi evrensel ve postmodern temalar kodlanmaya çalışılmıştır. Klipte Tarkan’a Orhan Gencebay da bağlamasıyla eşlik etmiştir. Müzikal açıdan sade, söyleyişin ise yalın olduğu, bağlama ve doğa vurgusunun ön planda tutulduğu bu kliple farklı müzik akımlarının temsilcilerinin türküler üzerindeki özellikle müzikte ritme ağırlık verme gibi yaklaşımlardan uzak durulmuştur. Yorumda mümkün olduğu kadar geleneğe ve Veysel tarzına yaklaşılmaya çalışılmıştır.

Neşet Ertaş türküleri, kendisinin geniş kitlelerce tanınmaya başladığı 1970’li yıllardan itibaren farklı müzik tarzlarının profesyonelleri tarafından okunmaktadır. Telif konularının gündemde olmadığı dönemlerde Neşet Ertaş tarzı söylemek, Neşet Ertaş türküsü söylemek neredeyse modalaşmıştır. 2000’li yıllarda ise halk müziği temsilcileri Neşet Ertaş’ı yeniden keşfetmişler ve onun türkülerini albümlerine almaya çalışmışlardır. Yapılan taramalarda “Ah Yalan Dünya, Ahirim Sensin, Şad Olup Gülmedim Eller İçinde, Neredesin Sen, Gönül Dağı, Hata Benim, Niye Çattın Kaşlarını, Yandı Bağrım, Zülüf Dökülmüş Yüze” gibi Neşet Ertaş’ın çok sevilen aşk, ayrılık, gariplik gibi temalarda söylediği türkülerinin farklı sanatçılarca klipleştirildiği ve televizyon, internet gibi medya ortamlarında sunulduğu tespit edilmiştir.

Neşet Ertaş türkülerini klipleştiren ilk isimlerden biri Burçin’dir. “Gönül Dağı” adlı aşk temalı türküyü akşam vakti müstakil bir evin bahçesinde orkestra üyeleriyle birlikte çalıp söylemektedir. Senaryolaştırma yapılmayan klip gitar, piyano, yaylı tambur, akordeon gibi farklı sazlar eşliğinde söylenmesiyle dikkat çekmiştir. “Hata Benim” adlı türküyü ise Onur Şan bağlamasıyla birlikte seslendirmiş, ayrılık ve pişmanlık mesajları hikâyeleştirilerek verilmiştir. Yavuz Bingöl’ün anlatıcı rolünde rol aldığı “Neredesin Sen” türküsünde ise sahnede türküyü okuması ve dağlarda, yollarda sevgilisini araması kesitler hâlinde sunulmaktadır. Halk müziği sanatçısı Zara da Neşet Ertaş’ın

havalandırdığı “Şad Olup Gülmedim Eller İçinde” ve “Yandı Bağrım” türkülerini video ortamına taşıyan isimlerdendir. “Yandı Bağrım” türküsünü Caprice Palace otellerinin sponsorluğunda klipleştirmiş ve herhangi bir olay örgüsüne başvurmadan, otelin lobisinde ve bahçesinde, arkada dans ekibi eşliğinde türkü seslendirilmiştir. Görüntü ve mekân seçimi açısından pop müzik videolarını çağrıştıran klipte Zara, boncuklu saç örgüsüyle gelenekselliğe yaklaşmaya çalışmıştır. Diğer klipte ise çöl, mekân olarak seçilmiş ve ayrılığın verdiği acıyla çölde feryat eden bir âşık kodlaması yapılmıştır. Orhan Hakalmaz da benzer temaları “Ah Yalan Dünya” klibinde işlemiştir. Tepe başında bir kulübe ve dilek ağacıyla başlayan videoda bu dünyadaki arzularının gerçekleşmediği, sevgilisine kavuşamamış bir âşık rolündedir. Sevgili rolünde de bir kadın oyuncunun rol aldığı klipte, geleneksel çocuk oyunları, bağlama, bağlamalarını havaya kaldıran çocuklar, salıncak, dilek ağacı gibi görsellerle halk kültürü imajları kodlanmaya çalışılmıştır.

Neşet Ertaş türkülerini 1970’li yıllardan itibaren kendi tarzıyla okuyan isimlerden biri de Selda Bağcan’dır. Selda Bağcan, yakın geçmişte eski albümlerinden yola çıkarak nostalji serileri yapmış, albümlere aldığı bazı türküleri de klipleştirmiştir. “Ah Yalan Dünya” adlı türkü de klip yoluyla genç dinleyicilerle tanıştırılmıştır. Nostaljik eşyalarla geçmişe özlem, sanatçının geçmiş yıllarda aldığı ödüller, “Hey” dergisinde kapak konusu olması, gazete başlıkları, mumlar arasında sehpasında duran bir bağlama ve sandık gibi görseller kullanılmıştır. Geçmişe özlem, dünyanın gelip geçiciliği, dostların birer birer çekip gitmesi gibi mesajlar verilmeye çalışılmıştır.

Mahzunî Şerif de üretkenliği, taşlamaları, güncel siyasî olaylara karşı tepkileri, içinde yaşadığı toplumun çalkantılı bir dönüşüm dönemindeki sıkıntılarını dile getirmesi, söylediği Bektaşî deyişleri gibi nedenlerle yaşadığı dönemde ilgiyle takip edilen, aynı zamanda farklı ideolojik gruplar tarafından sahiplenilen âşıklardandır. Kendisi halkın ozanı olduğunu belirtip ideolojik sahiplenmeye tepki gösterse de bu durum eserlerinin gündemde kalmasını, farklı tarzlarda yeniden yorumlanmasını ve klipleşmesini de beraberinde getirmiştir. Ancak şunu da belirtmek gerekir ki; bugün Mahzunî Şerif türküsü olarak bilinen, sevilen, her kesimden insanlar tarafından dinlenilen türküler geleneğin genel temalarının işlendiği aşk, ayrılık, gurbet, memleket özlemi, adaletsizlik üzerine söylediği türkülerdir. Söylendiği dönemlerde sloganlaşan, dillerden düşmeyen

güncel konularla ilgili türkülerin değişen şartlar ve sürekli yenilenen gündem içinde genç kuşaklara aktarılmasının gerçekleşemediği görülmektedir. Mahzunî'nin kendisinin de bir klibe imza attığı müzik videoları döneminde "Dom Dom Kurşunu, Sarhoş, İşte Gidiyorum Çeşmi Siyahım, Dumanlı Dumanlı, Merdo, Mamudo, Parsel Parsel Eylemişler Dünyayı, Sarı Saçlım Mavi Gözlüm" gibi eserleri farklı yorumcular tarafından klibe aktarılmıştır.

İbrahim Tatlıses daha önce seslendirdiği "Dom Dom Kurşunu" adlı türküyü, 1990'lı yıllardaki yüksek değerdeki müzik piyasasında tekrar değerlendirmiş, ezgisini introlar ve yaylı sazlarla yoğunlaştırarak türküyü yorumlamış ve klipleştirmiştir. Pop müzik videolarına yakın bir tarzda ve benzer konuda öyküleştirilen klip bir bilardo salonunda çekilmiştir. Aynı dönemde genç bir pop şarkıcısı olarak ekranlarda görülen Soner Arıca da "Sarhoş" adlı eserle seyirci karşısına çıkmıştır. Klipte anlatıcı konumda rol alan Soner Arıca, İstanbul trafiğini keşmekeşliğinde bir taksiye biner ve arka koltukta türküyü söylemeye başlar. Taksi şoförü ise o sırada sevgilisini gelinlikler içinde hayâl etmekte, onunla buluşmaları, kırlarda koşmaları kesitler hâlinde ekrana yansımaktadır. "Han sarhoş, hancı sarhoş/ Yolda yabancı sarhoş" dizeleriyle uyum sağlamak adına yol, yolcu, taksi ve şoför imlemesinin yapıldığı klipte trafikten çıkıp dağlarda, köy yollarında seyahat edilir. Klibin sonunda şoför hediye paketi içindeki gelinliği sevgilisine vermek istemiş, ama bu sırada koşup kadına sarılan bir çocuktan âşığın çok geç kaldığı mesajı verilmiştir. Yine 1990'lı yıllarda Hüseyin Turan "Kirvem" adlı eseri videolaştırmıştır. Mahzunî'nin ağıt olarak söylediği bu eserin klibinde köy ve köylüler vurgulanmakta, çeşitli tasvirlere yer verilmektedir. Mahzunî'nin bir mülakatında türkülerini okuyanlardan en çok beğendiği isim olarak belirttiği Hüseyin Turan, âşığın ölümünden sonra da ondan alınan bir eseri klipleştirmiştir. "Turna Sesi-Merdo" adlı türkünün klibi Mahzunî'nin görüntüleriyle başlar ve klip ona ithaf edilir. Nebil Özgentürk'ün yönettiği klipte taşra imajı verilmeye çalışılmış, eski bir bina, çayır, su kenarı, tarım araçları görsel olarak kullanılmıştır. Asıl vurgu ise Bektaşilik noktasındadır. Mahzunî, Hacı Bektaş-ı Veli görselli, Bektaşî dedeler, bağlama bu bağlamda klipte yer bulmuştur.

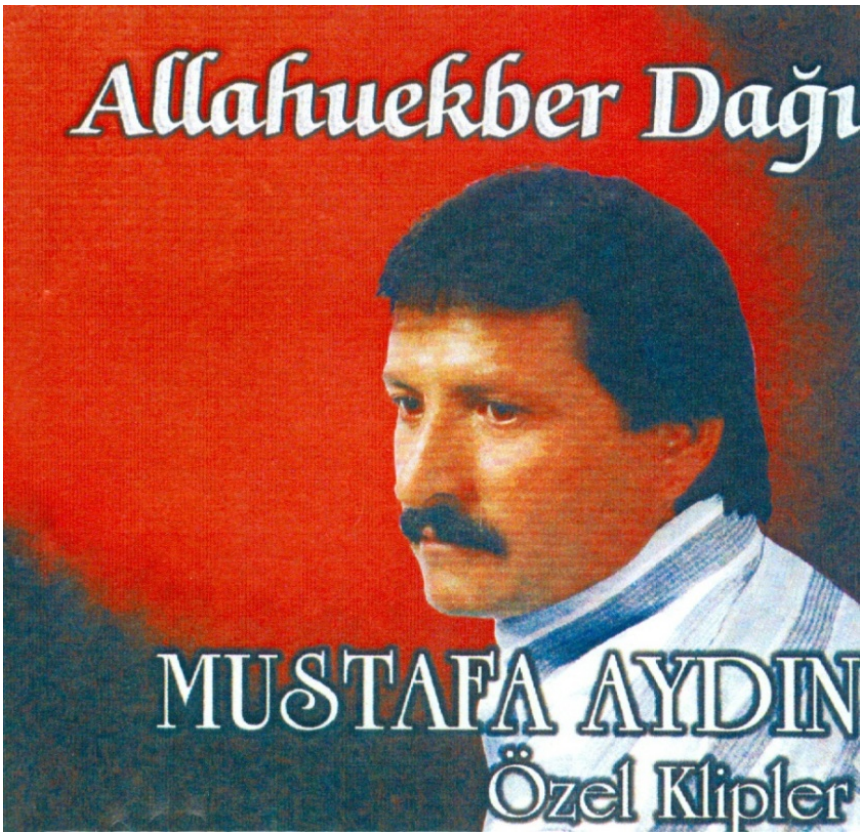
Âşık Mahzunî'nin en çok sevilen türkülerinin başında yer alan "İşte Gidiyorum Çeşmi Siyahım"ı Grup Kızılırmak'ın solisti İlkay Akkaya, "Parsel Parsel Eylemişler Dünyayı

(Nem Kaldı)" adlı türküyü Erdal Erzincan, "Mamudo"yu ise Ceylan seslendirmiş ve klipleştirmiştir. Âşığın M. Kemal Atatürk'e ithafen söylediği "Sarı Saçlım Mavi Gözlüm" eseri ise bayrak ve Atatürk görsellerinin imlendiği, miting ve konser görüntüleri eşliğinde Selda Bağcan'ın yorumuyla videolaştırılmıştır. Muazzez Ersoy'un okuduğu ve rol aldığı "Dumanlı Dumanlı" türküsünün klibinde geleneksellik, görücü usulü evlenme, memleket özlemi kodlamarı senaryolaştırılarak verilmeye çalışılmıştır. Bahsi geçen kliplerin yanında Âşık Mahzunî Şerif de bir kliple televizyon ekranlarına gelmiştir. "Zalimin Zulmü Varsa" türküsünü okuduğu klipte âşık genellikle bir su kenarında bağlamasıyla görülmektedir. Bir yandan da köyden göç eden insanlar, hapishane, Madımak olayları, yakın dönemde öldürülen gazeteciler ile ilgili görüntüler ve âşığın türbe ziyareti kodlanmaya çalışılmıştır.

Âşık tarzı kültür geleneğinin yaşayan temsilcileri de nicel olarak az oranda ve teknik olarak popüler müzik videolarının gerisinde olsa da eserlerini kayıt altına alma, dinleyiciye sesini duyurma, dolayısıyla yakalayacağı beğeni ve dinleyici kitle sayesinde katılacağı etkinliklerle geçimini temin etme adına eserlerini klipleştirmektedirler. Bununla birlikte geleneğin bazı temsilcileri kliplere karşı olumsuz tavır sergilemektedirler. Onlar "kliplerin geleneğe zarar verdiğini, klip ortamının sanal ve sahte olduğunu, müzik kısmına ise ek enstrümanlar katıldığını, bunun da gelenekle hiç bağdaşmadığını, hatta bu tür uygulamaların geleneği tamamen değiştirebileceğini belirtmektedirler" (Güven, 2015). Klipler yoluyla sesini duyurmaya çalışan âşıklar ise medya araçları sayesinde tanınarak geleneksel ortamdaki dinleyici kitlesinden çok daha fazla bir kitleye hitap etme imkânına kavuştuklarını belirtmektedirler.

Genellikle teknik, görsellik ve anlatım açısından birbirine benzeyen âşık kliplerinin yayınlanma alanı az da olsa türkü klipleri yayını yapan kanallar ile yerel kanallardır. Bu alanda son zamanlarda Camses, İber ve Yener Yılmazoğlu'nun aile şirketinin yapımları ön plana çıkmaktadır. Özellikle Âşık Mustafa Aydın'ın kültür endüstrilerine karşı olumlu yaklaşımı ve hemen her alandaki faaliyetleri dikkat çekmektedir. Video klipler konusunda da Mustafa Aydın çağdaşı âşıklara göre daha aktif bir tavır sergilemekte ve başta maliyeti düşük, hikâyeleştirmeden uzak, büyükşehrin yeşil alanlarının mekân olarak seçildiği kliplerini sevenlerine sunmaktadır. Son dönemde ise daha donanımlı ve kurgusal çalışmalara imza atmıştır.

Mustafa Aydın, günümüzde medyayı etkin bir şekilde kullanan, farklı kültür endüstrilerinde ürünler ortaya koymaya çalışan bir âşıktır. Klip konusunda da diğer âşıklara göre daha fazla ürüne imza atmıştır. Birbirine benzeyen tarzlarda, aynı mekânlarda çekilmiş, genellikle hikâyeleştirmeye gidilmeyen klipleri sadece televizyon için değil, internet ortamı ve VCD müşterisi için de hazırlamaktadır. Amacı sesini daha fazla dinleyiciye ulaştırabilmektedir. Bu amaçla hazırladığı özel VCD'lerinden birinde "Şahı Sultanım, Allahuekber Dağı, Ceren, Başımın Tacısın, Dilaram, Kızım, Gitme" adlı eserlerine çektiği klipler yer almaktadır (Bkz. Görsel 44). Bunun yanında Camses firmasından çıkan bazı eserlerine de klip çekmiştir. "Ölürüm Yar Yar, Koyup Gitme Beni, Seçtim Gülüm, Çık Git Hayatımdan, Yalnız Değilim, Kara Pelin, Zezi, Ninni, Çok İstedim" âşığın klipleştirdiği eserleridir. Çalışmalarda âşık genellikle elinde bağlamasıyla anlatıcı konumundadır. Öyküleştirme yapılmayan çoğu klipte bağlamasıyla türküsünü söylemektedir. Bazı kliplerde ise kısa kurgulara yer verilmiş, âşık ya anlatıcı ya da olay kahramanı olarak rol almıştır. Yardımcı oyuncu olarak "Kızım" klibinde bir çocuk yer alırken, "Dilaram" da sevgili rolünde bir kadın vardır. Sponsor desteği de alınan ilk gruptaki kliplerde mekân olarak orman, çağlayan, dağ, köy gibi doğal alanlar tercih edilirken ikinci grup kliplerde genellikle büyükşehirde parklar seçilmiş, doğa vurgusu bu şekilde yapılmaya çalışılmıştır. Bu kliplere bazen de ek görüntüler yerleştirilmiştir (Çık Git Hayatımdan). Giyimde ise kravatsız takım elbise, gömlek, nadiren spor giyim gibi günlük kıyafetler kullanılmıştır. Göç ve ayrılığının vurgulanmaya çalışıldığı "Başımın Tacısın" klibinde ise mekân geleneksel ve doğal olarak vurgulanmakla birlikte kadın oyuncu giyim-kuşam açısından modern ve şehirlidir. "Ceren" türküsünde sevip de kavuşamama anlatılmaya çalışılmış, âşık anlatıcı rolünü üstlenmiştir.



Görsel 40: Âşık Mustafa Aydın'ın "Şahı Sultanım, Allahuekber Dağı, Ceren, Başımın Tacısın, Dilaram, Kızım, Gitme" adlı eserleri için hazırlanan kliplerin yer aldığı özel VCD kapağı.

Mustafa Aydın'ın müzik piyasası içinde etkin oluşu, geleneğe müzik ve söyleyiş konusunda da yenilikler katmasına bağlanmaktadır. Yenilikler zaman zaman geleneğin yıpratılması olarak değerlendirilse de âşığın eseri iki oktavlı okuması ve bir türküde iki farklı ezgi kalıbı kullanması bu yeniliklerdendir. Merdan Güven (2015) bu konuyu değerlendirdiği çalışmasında bu tarz yeniliklerin müzik piyasasında âşığa avantajlar sağladığı düşüncesindedir:

> Âşıkların türküleri icralarında âdeta bir ses sanatçısı gibi davranarak bir eseri iki oktavlı okumaları da halk nezdinde büyük itibar görmektedir. İki oktavlı okumayı bazı eserlerinde deneyen âşık Rahim Sağlam ve Âşık Mustafa Aydın'ın kasetleri on binlerce satmıştır. Birçok meşhur sanatçının kaset satışını geçen bu âşıkların çok satan kasetleri, sözü geçen iki oktavlı okunan eserleri sayesinde bu itibarı görmüştür. Ayrıca çeşitli denemelerini Âşık Mahzunî ve onu takiben Âşık Rahim Sağlam, Âşık Mustafa Aydın, Âşık İhsan Yavuzer ve benzeri diğer âşıklarda gördüğümüz bir türküde iki farklı ezgi kalıbı kullanma usulü de âşık tarzı türkü söyleme biçimine farklı bir çeşni katmıştır. Bu tür türkü okuyuş esnasında şiirin birinci kıtası belirli bir ezgi kalıbıyla söylenmekte ve hemen ona bağlı olarak aynı makamda ama ezgi kısmen farklılaşarak ikinci kıta veya nakarat okunmaktadır. Özellikle Arguvan ağzı türkülerde bu tür söyleyişlere rastlanmaktadır. Bu

> şekildeki türkü söyleme tarzları, âşık icralarında dinleyiciyi kendisine çeken, ondaki ilgiyi yakalayan gelişmelerin başını çekmektedir (Güven, 2015).

Kliplerin yayınlandığı VCD'ler, müzik piyasasında yaygın olmamakla birlikte âşıkların çağa uyma, teknolojinin imkânlarından yararlanma adına getirdikleri bir yenilik olarak düşünülebilir. Mustafa Aydın'ından başka bu tarz stratejiyi kullanan âşıklardan biri de Yener Yılmazoğlu'dur. Yılmazoğlu'nun girişimciliği, sektör içinde etkinliği, oğlunun işlettiği yapım şirketi âşığın kültür endüstrilerinden etkin bir şekilde yararlanarak dinleyiciyle buluşmasını sağlamaktadır. Yılmazoğlu, ustası Murat Çobanoğlu'nun kayıtlarından ve görsellerinden yararlanarak hazırlanan, iki âşığın birlikte katıldıkları programlardaki türkülerin ve ayrı söylenen eserlerin birleştirilmiş şekillerinin yer aldığı bir VCD'yi piyasaya sürmüştür. Ağırlıklı olarak Murat Çobanoğlu'nun görüntü ve ses ile yer aldığı klipte Kars'tan ve doğadan görüntülerin yanında Çobanoğlu'nun cenaze töreninden görüntüler de yer almaktadır. Üründe "Değeri Kalmadı, Ağahan, Dünya, Ali Dayı, Diyerler, Segah" adlı eserler klipleştirilmiştir. "Ustamla Yolculuk-1" (Bkz. Görsel 41) adıyla çıkan bu üründe aynı şirketin hazırladığı ve Yılmazoğlu'nun oynadığı "Viran Yaylaları", "Çileli Âşık", "Hüseyin ile Senem" gibi VCD filmlerin tanıtımları da yapılmaktadır.

Görsel 41: Ufuk Yılmazoğlu Müzik ve Film Yapım Ltd. Şti. tarafından hazırlanan, Murat Çobanoğlu ve Yener Yılmazoğlu'nun farklı bağlamlarda söyledikleri eserlerin görüntülerle birleştirilmesiyle oluşturulmuş "Ustamla Yolculuk-1" adlı VCD kapağı.

Yener Yılmazoğlu kendi türkülerini de klipleştiren bir âşıktır. Yılmazoğlu firmasının hazırladığı "Anama Layla" klibi âşığın şiir okumasıyla başlar. Köyden görüntüler, köy halkı, mezarlık, âşığın köyde dolaşması şeklinde görüntüler akmaktadır. Saz bu klipte de vurgulanan ana unsurlardandır. "Cuma, Yaylalar, Böyle miydi" klipleri de benzer formatta memleket özlemi ve geleneksellik üzerine kurgulanmıştır. "Kızım" türküsünde ise âşık evlenmek üzere olan kızın babasını canlandırmakta, evlenme âdetleri vurgulanmaktadır. Âşığın 2015'te hazırladığı "Keşke O Günler Olaydı" klibi geçmişe özlem temasındadır ve yine sıla vurgusu yapılmıştır.

Âşık Erol Coşkunoğlu da çıkardığı sekizinci albümünü VCD formatında hazırlamış, türküler klipleştirilerek aktarılmıştır. Camses firmasının hazırladığı albümde âşık, bir çay bahçesinde türkülerini söylemekte, bazen de yardımcı oyunculardan yararlanılmaktadır. Zaman zaman kapalı mekânların da kullanıldığı bu kliplerde saz imgesinden de yararlanılmıştır. "Sen Gidersen, Melek misin, Kara Kız, Kara Gözlüm,

Daha Ne İstersin, Toprak Başına, Güle mi Döndün, Benim Yüreğimde, Yine Gelirim, Yolum Sevgidir, Başkaya'dan Halı Geldi, Yârim Sana, Adam Demeyin" adlı eserler Erol Coşkunoğlu'nun klipleridir. Genellikle yerel kanallarda yayınlanan bu tarz âşık klipleri televizyondan ziyade internette tanıtım maksadıyla çekilmektedir.

2000 öncesinde Sefaî (Turnam) ve Hilmi Şahballı (Bundan İyiydi), son dönemlerde ise Beyzade Aslan (Küskünüm, Sunam, Diyemiyorum, Dağlar Dağlar, Zümrüt Köyü, Bizim Yaylada, Birlik Zamanı vb.), Emrah Şimşek (Hele Yarim, El Vurdu Sen Vurmasaydın, Ne Esmer Ne Sarışın, Biricik Kızım, Gelen Babamdır, Unutamadım vb.), Haşimî Aslıhak (Gelsene), Temel Turabî (Asker Türküsü, Allahuekber Türküsü), Garip Kamil (Bektaş Dost), Malatyalı Âşık Ercan (İşlik Giymiş Oyalı), Paşa Susanoğlu (Yaylalar), Âşık Gülabî (Ondandır) klipler yoluyla televizyon izleyicisiyle buluşan bazı âşıklardandır. Maksut Feryadî ise bu alanı etkili bir şekilde kullanan ve teknik, görseller, sunum açısından öne çıkan kliplerle izleyici karşısına çıkan bir âşıktır. Çektiği "Yüreğin Yansın, Kim Bilir, Kimi Dost Bilim, Koç Köroğlu'yam, Kars Destanı, Sazım Ağlar" klipleri, medya profesyonellerini aratmayacak niteliktedir.

Görsel 42: Maksut Feryadî'nin "Yüreğin Yansın" klibinden bir görüntü.

Günümüz müzik piyasasında yeni işlevler yüklenerek müzik klipleri hazırlanmaya ve yayınlanmaya devam etmektedir. Son on yıl içinde televizyonun izlenme oranının hissedilir bir derecede düşmesi ve yeni medya bağlamı olan internetin Türkiye'de yaygın bir şekilde kullanımı; yapımcıları, sanatçıları ve âşıkları da bu alandan

yararlanma konusunda arayışlara sevk etmiştir. Bu arayışlar özellikle Youtube ağında yayınlanmak üzere içeriklerin doğmasını sağlamıştır. "Sanal slayt klip" olarak adlandırabileceğimiz bu klipler her tarzdan amatör veya profesyonel isimlerin seslendirdiği eserleri içermektedir. Geçmiş dönemden âşıkların sevenleri, âşığa ait görselleri sesle birleştirerek siteye yüklemektedirler. Özellikle plak ve kaset kayıtları bu yolla yeni dinleyici kitlesi bulabilmektedir. Yaşayan âşıkların kendileri, yakınları veya yapımcıları da etkinliklerden görüntüler, televizyon programlarından kesitler, âşığın veya albümünün kapağının fotoğrafları, eserin içeriğine göre doğa, bayrak, asker görsellerini kullanarak sanal slayt klipler hazırlamaktadırlar. Burada yapımcıların tavrı dikkat çekmektedir. Yakın dönemlere kadar özellikle popüler isimlerin videoları şikâyetler yoluyla kaldırtılmaktayken, Youtube sitesiyle yapılan anlaşmalar doğrultusunda reklam gelirlerinden yapımcılara pay aktarılması üzerine tavır değişmiştir. Şirketler sosyal ağlarda sayfalar oluşturup üzerinde hakları bulunan eserlerin sanal slayt kliplerini veya konser vb. etkinliklerden oluşan düşük maliyetli kliplerini yayınlamaktadırlar. Klipteki amaç sadece tanıtım ve albüm satışı olmaktan çıkıp daha fazla beğeni almak, paylaşılmak, daha çok kullanıcı tarafından izlenmek hâline gelmiştir.

Bir popüler kültür ürünü olarak 1990'lı yıllarda yaygınlaşan kliplerle müziğin işitselliğinin görsellikle bütünleşmesi gerçekleşmiştir. Medya araştırmacıların kısa film gibi sanatsal bir olgu ve reklam videoları gibi ticarî bir ürün olarak değerlendirdikleri klip alanına sözlü kültür temsilcilerin girmesi geç olmakla birlikte, yaratıcılık örneği sergileyerek televizyondan ziyade VCD müşterisi için tüm albüme klip çekip piyasaya sürmüşlerdir. Klip, görselleştirilen eserin bir tanıtım aracı olduğu kadar, albümün reklamının yapıldığı bir ürün, sanatçının/icranın toplumda tanınmasını ve yıldızlaşmasını da gerçekleştirmede yardımcı bir etmendir. Ancak günümüz âşıklarının amacı albümünü daha fazla satmak veya yıldızlaşmak değildir. Onlar dolaylı kültürel ekonomik faaliyet alanlarında bulunmak maksadıyla klipler hazırlamaktadırlar. Bu faaliyet alanları ise dernek, üniversite, belediye gibi kurumların düzenlediği etkinliklere katılmaktır; ekonomik dönütün sınırlı olduğu bir alana yatırım yapmak makul karşılanmamaktadır. Popüler isimlere hazırlanan kliplerin günümüz şartlarında 20.000 Türk Lirası civarında olduğu (Bozkurt, 2015) düşünüldüğünde âşıkların aynı teknik, kurgu ve formatta klip hazırlamaları beklenemez. Eseri geleceğe taşımak ve çevrede

tanınmak için hazırladıkları kliplerin maliyeti bu masrafın çok altında bir oran olan 1.000-4.000 Türk Lirası aralığındadır (Coşkun, 2015). Dolayısıyla âşık klipleri, popüler müzik videoları gibi senaryoya dayalı, ses ve görsel efektlerle donatılmış, sanatsal bir kısa film veya -nadiren sponsor desteği alınmasına rağmen- ürünü/firmayı tanıtmaya dönük bir reklam filmi olarak değerlendirilemez.

Âşık kliplerinde ana vurgu saza, dolayısıyla geleneğedir. Aynı zamanda mekân seçimiyle de doğa ve yerellik mesajı verilmeye çalışılır. Kliplerdeki ana temalar aşk, ayrılık, sevgiliye ve memlekete özlem, ölüm, gurbet gibi gelenekteki yoğunlukla işlenen temalardır. Güncel konularda söylenmiş deyişlerin, türkülerin klipleştirilmediği görülmektedir. Bu noktada amacın genel izleyici kitlesini yakalamak olduğu düşünülebilir. Ayrıca âşık kliplerinde pop müzik videolarında sıklıkla rastlanan postmodern temalar, gizli mesajlar, cinsellik, nesne fetişizmi gibi unsurlar yer almamaktadır. Sonuç olarak âşık kliplerinin gelişen koşullara bağlı olarak televizyon için değil, yeni aktarım ve tüketim araçlarında yayınlanmak için üretilmeye devam edeceği, ayrıca birikimin etkisiyle ses ve görüntü kalitesinin şimdikinden daha iyi olacağı söylenebilir. Geleneğin ise sürenin ve maliyetin en büyük etken olduğu yeni koşullarda daralmaya ve yeni işlevler yüklenmiş bir şekilde dönüşüme uğramaya devam edeceği düşünülebilir.

3.6. TELEVİZYONDA YAYINLANAN SES YARIŞMALARINDA GELENEKSEL MÜZİK

20. yüzyılda yarışmalar, âşıklar ve diğer geleneksel müzik temsilcileri için önemli bir faaliyet alanı olmuştur. Öncelikle Sivas, Konya, Erzurum gibi şehirlerde uzun yıllar düzenlenen âşık bayramlarına katılmak ve ödül almak önemsenen bir olay ve ustalığın tescili olarak görülmüştür. Yakın dönem âşıklarının biyografileri incelendiğinde, âşığın bu etkinliklere ne kadar katıldığına ve hangi türlerde ödül aldığına dikkat çekildiği görülür. Bunun yanında bazı resmî kurum ve gazetelerin düzenlediği şiir yarışmaları da âşıkların üzerinde durduğu, tanınmalarına vesile olan etkinlik şeklinde önemsenmektedir. Müzik açısından bakıldığında da plak ve kaset şirketlerinin benzer etkinlikler düzenlediği görülür. "Bu yarışmaların medyacılar/plakçılar ve âşıkların bir araya gelmesini sağlayan temel etkinlikler arasında olduğu vurgulanmalıdır"(Özdemir, 2008: 250). Kayıt şirketlerinin kendi reklamlarını yapmalarını sağlayan bu etkinlikler,

geleneksel müzik temsilcileri için de tanınma ve kaset çıkarma fırsatı olarak görülmektedir[73].

Televizyon açısından bakıldığında âşıklara özel bir yarışma düzenlenmemekle birlikte, ekrana yansıyan genel müzik veya halk müziği yarışmalarının içerikleri için âşıklık geleneğinden eserlerinin temel kaynak olduğu görülür. Yarışma içerikleri açısından "Sen Türkünü Söyle, Türkü Söylemek Lazım" gibi sadece halk müziğine göre şekillenen yarışmaların yanında her türlü müzik tarzına yer veren yarışmalarda da türkülere ve âşık deyişlerine yer verilmektedir. Son dönemde Türk televizyonlarında izleyiciyle buluşan bu ses yarışmalarından tespit edilenler şunlardır:

Popstar (2004-Kanal D), Türkstar (2004-Kanal D), Akademi Türkiye (2004-ATV), Popstar Alaturka (2006-Star), Şarkı Söylemek Lazım (2007-Show TV), Hayalin İçin Söyle (2007-Star), Türkü Söylemek Lazım (2009-TRT), Bir Şarkısın Sen (2009-ATV), Korolar Çarpışıyor (2009-Show TV), Süperstar Aile (2009-Star), Star Akademi (2011-Star), O Ses Türkiye (2011-Show TV), O Ses Türkiye (2013, 2014, 2015-TV8), Yeteneksizsiniz Türkiye (2012 Star, Show TV, TV8), Benzemez Kime Sana (2012-Star), Veliaht (2013-ATV), Sıra Sende (2014-TRT), Söyle Söyleyebilirsen (2014-Show TV), X-Factor (2014-Kanal D), O Ses Çocuklar (2014-Star), Kapışma (2015-Show TV), Rising Star (2015-TV8)…

Çoğu yurtdışından alınan formatların düzenlenmesinden oluşan bu yarışmalar "Popstar" ile birlikte yaygınlaşmaya başlamıştır. Televizyon kanallarının da dizilere göre daha düşük ücret nedeniyle tercih ettikleri bu ses yarışmalarından 2000'li yıllarda her sezon iki-üç tanesine rastlanmaktadır. Popüler müzik temsilcilerinin jüri üyesi olarak yer aldıkları yarışmalarda zaman zaman reytingi yükseltmek adına kendilerinin de şarkı ve türküleri seslendirdikleri görülmektedir. Örneğin kendilerine has bir popüler müzik tarzı yaratan ve albümlerinde geleneksel müzikten eserlere yeter vermemelerine rağmen Athena grubu bağlama eşliğinde bir nefes icra etmiştir. Bunun gibi pop müzik yarışması olarak 2014'te Kanal D'de yayınlanan "X-Factor Star Işığı" beklenen ilgiyi

[73] Örneğin Hilmi Şahballı, 1972'de şiir yazmaya başladığı, 1973 yılında Dengin Plak şirketinin düzenlediği bir "Âşıklar Yarışması"nda birinci olduğunu, kendisine burada "şah" unvanının (mahlas) verildiğini, daha sonra soyadına bu unvanı eklettiğini belirtir (https://www.youtube.com/watch?v=BACeoHB1J8U). Bu tanınmadan sonra Hilmi Şahballı, kültür endüstirilerini etkin bir şekilde kullanmıştır.

yakalayamayınca yayından kaldırılmıştır. Yarışmanın neden izlenmediğini irdeleyen bir gazete yazısında, format gereği popüler müziğe ağırlık verilmesinin, sesten ziyade görünüşün ön plana çıkmasının izlenme oranını düşürdüğüne ve Türkiye'de bu yarışmaları genç izleyicilerin izlemesine rağmen revaçta müzik akımlarının arabesk ve Türk halk müziği olduğuna dikkat çekilmiştir (Aytuğ, 2014). Gazetecinin eleştirilerine rağmen uluslararası formatlı ve kısa ömürlü "X-Factor Star Işığı" yarışmasında bile türkülere yer verildiği tespit edilmiştir. Yarışma kayıtları incelendiğinde "Ahirim Sensin (17.3.2014), Bahçede Yeşil Çınar (17.3.2014), Divane Âşık Gibi (24.2.2014), Ankara'nın Bağları (18.2.2014), Sarı Gelin (10.3.2014), Koyverdin Gittin Beni (17.3.2014), Hüsnün Senin Ey Dilber (24.2.2014)" gibi geleneksel müzik belleğinden eserlere yer verildiği görülmüştür.

Son dönemde televizyonlarda dikkat çeken ses yarışması "O Ses Türkiye"dir. Acun Ilıcalı'nın sahibi olduğu Acun Medya tarafından düzenlenen yabancı formatlı bu yarışma son dönemde yine aynı şahsın satın aldığı TV8 kanalında ekrana gelmektedir. Her tarzda müziğe yer verilen, ama ağırlıklı olarak popüler müzik parçalarının söylendiği bu yarışmada da sık sık geleneksel müzik ezgilerine yer verilmektedir. Örneğin konservatuvarda bağlama öğrencisi iken yarışmaya katılan Mustafa Bozkurt (2012-2013) bağlamasıyla sahne almıştır. Özgün tarzda parçalar söylemesine rağmen bağlama çalmasıyla ilgi uyandırmış, ayrıca yarışmacının siyasî iklime göre yönlendirilmesi tartışmalara neden olmuştur. "O Ses Türkiye"nin 2015-2016'da yayınlanan beşinci sezonuna bakıldığında başka yarışma birincisi Emre Sertkaya olmak üzere birçok yarışmacının geleneksel müzik belleğine başvurdukları görülmektedir. Yarışmanın final bölümünde son dönemde Ahmet Aslan adlı müzisyen tarafından düzenlenip popülerleştirilen "Minnet Eylemem" adlı deyiş icra edilmiştir. Feyzullah Çınar ve Davut Sularî'nin 1970'li yıllarda havalandırdığı Nesimî'nin bu deyişi yanlış okunmasına rağmen, adayın yarışmayı kazanmasına öncülük etmiştir[74] Bununla birlikte yarışma jürisi de zaman zaman deyiş ve türküler seslendirmiş, bu eserlerin popülerleşme sürecine girmelerini sağlamışlardır. Daha önce Erkan Oğur'un albümünde yer alan ve

[74] Metin Özarslan, yarışmanın final akşamında (2 Şubat 2016) kişisel Facebook hesabında (https://www.facebook.com/metin.ozarslan?fref=ts) 'Minnet Eylemem' adlı deyişin yarışmada yanlış okunmasına dikkat çekmiş ve konuyla ilgili bazı tespitlerde bulunmuştur.

ilerleyen dönemde "Muhteşem Yüzyıl" adlı dizide de kullanılan "Zahid Bizi Ta'n Eyleme" deyişi yarışmada okunduktan sonra soysal medyanın gündemine oturmuştur.

Görsel 43: Athena müzik grubundan Gökhan Özoğuz ve Hakan Özoğuz, bağlama sanatçısı Mustafa İpekçioğlu ile birlikte Muhyiddin Abdal'ın 'Zahid Bizi Ta'n Eyleme' adlı nefesini yorumlarken (O Ses Türkiye, 14 Aralık 2015, TV8).

"O Ses Türkiye"nin 2015-2016 sezonundaki bölümleri incelendiğinde hemen her bölümde türküye yer verildiği görülmektedir. Yarışmanın ilk bölümünde (04.10.2015) Derya Ayan "Elif Dedim" türküsünü halk müziği tarzında seslendirmiştir. İkinci bölümde (05.10.2015) Kemalcan Yeniay "Dadaloğlu" adlı eseri Anadolu-rock tarzında seslendirirken dördüncü bölümde (13.10.2015) Neşet Ertaş türküsü olarak bilinen "Kendim Ettim Kendim Buldum", beşinci bölümde (14.10.2015) "Eşarbını Yan Bağlama", altıncı bölümde (18.10.2015) yine bir Neşet Ertaş türküsü, "Ah Yalan Dünya", yedinci bölümde (19.10.2015) "Divane Âşık", sekizinci bölümde (20.10.2015) "Mardin Kapı Şen Olur", "Yazımı Kışa Çevirdin", dokuzuncu bölümde (25.10.2015) "Antep'in Kalesi", "Beyaz Giyme Toz Olur", "Ervah-ı Ezelden", onuncu bölümde (26.10.2015) "Gel Yanıma, Gel", on ikinci bölümde (01.11.2015) "Evlerinin Önü Yonca", on dördüncü bölümde (03.11.2015) "Yüksek Minarede Kandiller", on beşinci bölümde (08.11.2015) "Cilveloy", on yedinci bölümde (10.11.2015) "Bahça Duvarından Aştım", on sekizinci bölümde (15.11.2015) "Kesik Çayır", "Tekirdağ'ın Üzümü", on dokuzuncu bölümde (16.11.2015) "Ahirim Sensin", "Ah Yalan Dünya", yirmi, yirmi birinci ve yirmi ikinci bölümlerinde Karadeniz ezgilerinden "Efulim",

“Halide” ve “Göklerde Kartal Gibiyim”, yirmi altıncı bölümde (29.11.2015) tekrar “Bahça Duvarından Aştım”, yirmi yedinci bölümde “Ah Bir Ataş Ver”, yirmi sekizinci bölümde (01.12.2015) “Sunam”, yirmi dokuzuncu bölümde (05.12.2015) “Hey Gidi Karadeniz”, otuzuncu bölümde (06.12.2015) “Zülüf Dökülmüş Yüze”, otuz birinci bölümde (07.12.2015) “Değmen Benim Gamlı Yaslı Gönlüme”, otuz ikinci bölümde (08.12.2015) “Su Gelir Güldür Güldür”, otuz üçüncü bölümde (12.12.2015) Karadeniz ezgisi “Nayino”, otuz dördüncü bölümde (13.12.2015) “Bahça Duvarından Aştım”, otuz beşinci bölümde (14.12.2015 Azerbaycan ezgisi “Eziz Dostum”, otuz altıncı bölümde (15.12.2015) “Kesik Çayır”, otuz dokuzuncu bölümde (21.12.2015) “İki Keklik”, kırkıncı bölümde (22.12.2015) “Bahçada Yeşil Çınar” gibi geleneksel müzik belleğinden alınan eserler bu yeni icra bağlamında seslendirilmiştir.

Bu tür yarışmalar maliyetinin düşüklüğünün yanında izleyiciden aldıkları dönütler doğrultusunda yoğun bir şekilde ekrana gelmektedir. Öyle ki haftada üç-dört akşamın TV 8’de “O Ses Türkiye” yarışmasına ayrıldığı görülmektedir. Gelenek yoğun bir şekilde medya içeriklerini beslemeye devam etmektedir. Son dönemde TRT de bu furyaya yeni bir yarışma programıyla dâhil olmuştur. TSM ve THM olarak iki kategoride yapılan yarışma diğer kanallardaki yarışmalar kadar ses getirmiştir. 11 Nisan 2015’te TRT-Müzik’te başlayan ve hafta sonları 20.00-23.00 saatleri arasında izleyici ile buluşan yarışma 16 Haziran 2015’e kadar devam etmiştir. 50.000 Lira’lık ödülle düzenlenen yarışmayı THM dalında Hüseyin Balcı kazanmıştır.

Görsel 44: "Sıra Sende" yarışmasından bir kesit[75].

Müzik tarzı açısından sınırlandırılan "Sıra Sende" yarışmasında, ekranda kaldığı birkaç aylık süreçte birçok türkü, âşık deyişi ve geleneksel çizgide ortaya konmuş eserler dile getirilmiştir. Bu türkülerden bazıları şunlardır:

"Düz Dara Yâr, Zülüf Dökülmüş Yüze, Açma Zülüflerin, Köprüden Geçti Gelin, Mardin Kapı Şen Olur, Çamlığın Başında Tüter Bir Tütün, Gurbet Elde Bir Hâl Geldi Başıma, Zobalarında Guru da Meşe, Esmerim Biçim Biçim, Mühür Gözlüm, Zalimin Zulmü Varsa, Süpürgesi Yoncadan, Yeşil Ördek Gibi, Kar mı Yağmış Yüce Dağlar Başına, İki Keklik, Dane Dane Benleri Var Yüzünde, Çiçekten Harman Olmaz, Edremit'in Gelini, Bahçalarda Barım Var, Iğdır'ın Al Alması, Şu Dağlar Tepe Tepe, Başındaki Yazmayı Sarıya mı Boyadın, Yemeni Bağlamış Telli Başına, Ah Neyleyim Gönül, Denizin Dibinde Hatçam, Çarşamba'yı Sel Aldı, Ödemiş Kavakları, Katip Arzuhâlim, Eşarbını Yan Bağlama, Şu Fırat'ın Suyu Akar Derindir, Dam Üstüne Çul Serer, Leylim Ley, Yüksek Yüksek Tepelere, Nemrud'un Kızı, Yalgızam Yalgız, Seher Vakti Çaldım Yârin Kapısını, Mevla'm Gül Diyerek İki Göz Vermiş, Bahçada Gül Ağacı, Yüksek Minarede Kandiller Yanar, Niye Çattın Kaşlarını, Uzun İnce Bir Yoldayım, Bahçada Yeşil Çınar, Kırmızı Buğday, Arguvanlım, Kalenin Dibinde Bir Taş Olaydım, El Vurup Yaremi İncitme Tabip, Urfa'nın Etrafı, Gesi Bağları, Al Fadimem, Tel Tel Taradı Zülfünü, Ahirim Sensin, Kara Gözlüm Efkarlanma, Ordu'nun

[75] https://twitter.com/sirasendetrt/media?lang=tr (E.T.: 12.11.2015)

Dereleri, Evlerinde İpekten Bir Halı Var, Bülbülüm Altın Kafeste, Arda Boyları, Babuba, Kahveyi Kavururlar, Hele Yâr Zalim Yâr, Değirmen Başında Vurdular Beni, Eklemelidir Koca Konak, Kar mı Yağmış Şu Harput'un Başına, Yeni Cami Avlusunda, Deniz Üstü Köpürür, Dostum Dostum, Zeynebim, Allı Turnam, Altın Hızma Mülayim, Hastane Önünde İncir Ağacı, İki Dağın Arasında Kalmışam, Kınıfır Bed-renk Olur, Parsel Parsel Eylemişler Dünyayı"

Sonuç olarak, bir popüler kültür alanı olan televizyonun gelenek üzerindeki etkileri ses yarışma programlarında da devam etmektedir. Sorunsuzca ve istenildiği gibi değerlendirilebilen geleneksel müzik belleği müzik yarışmalarının temel içeriği durumundadır. Bu yarışmalarda bilinmeyen bir eseri alıp yeniden işleme gibi bir tarz yerine zaten müzik piyasasında, internette veya dizilerde öne çıkarılmış bir eseri tekrar okuma göze çarpmaktadır. Bu durum bir pekiştirme süreci olarak değerlendirilebilir. Türkülerin yarıştırılmasına tepki gösterilen bu yarışmalar için belirtilmesi gereken bir diğer nokta da yarışmalar aracılığıyla yıldız yaratma sistemine akşamlık, saatlik televizyon yıldızlarının dâhil edilmesi ve bu adayların yarışmalardan elendiklerinde, program sonlandığında günlük yaşama uyum sağlamadaki güçlükleri, müziğe bakış açılarındaki değişim sosyo-psikolojik olarak araştırılmayı beklemektedir.

Bütün bu veriler ışığında televizyonun geleneksel müzik ve temsilcileriyle gerçekleşen etkileşim sürecinden çıkarılan sonuç şu şekildedir:

20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren televizyonun, geleneği dönüştüren temel dış dinamiklerden biri olduğu anlaşılmaktadır. 1970'lerle birlikte donanım açısından yurtdışı piyasasından kayıtlı ve kayıt dışı yollarla iç piyasaya sokulan ürünler, şehirleşme süreci, 1980 sonrası liberal ekonomik politikalar, 1990'larla özel televizyon yayıncılığı; televizyonun yaygınlaşma ve etkin olma sürecinde dönüm noktalarıdır. Bu süreç içerisinde TRT, radyodan aldığı birikim sayesinde ve ulusal politikalar eksenindeki yayın anlayışını televizyonda da devam ettirmiştir. Her ne kadar eğlence ve haber verme televizyonda öncelikli işlevler olarak görülse de kurumun yayın anlayışında eğitim işlevi de gözetilmektedir. Ancak özel kanallarla birlikte ticarî kaygılar ve siyasî propaganda öncelik hâline gelmiş, televizyon eğitim işlevinden uzaklaşmaya başlamıştır.

Âşıklar ve âşıklık geleneği mahsulleri, televizyonun ilk yıllarından beri kısıtlı düzeyde olsa da ekranda yer bulabilmiştir. Geleneğin ve geleneksel müziğin televizyonda icra oranı özel kanallarla birlikle ve çağa paralel olarak artmıştır. Müzik kanalları içinde sadece halk müziği yayınına ağırlık verenler ortaya çıkmıştır. Bu durum görünürlük ve genel kitleye ulaşma açısından olumlu gibi görünse de geleneksel ürünün birçok işlevden sıyrılıp sadece eğlendirme işlevini yerine getirmesi, ürün ve icra açısından olumsuz bir sonuç olarak düşünülebilir. Âşıklar açısından bakıldığında televizyon, geleneği ve âşığı etkisizleştirmiş; âşığın sözlü kültür ortamındaki rolü ve işlevleri televizyona devredilmiştir. Âşık bu şartlarda sözlü kültür ortamında mücadele etmek yerine televizyonun belirlediği kurallarda ve müsaade ettiği sürece sesini duyurmak için ekranı kullanmaya başlamıştır. Özellikle yerel kanallar âşıkların seslerini duyurabildikleri alanlar olmuştur. Hemşehrilik vurgusuyla bu yerel yayınlar küresel alanda kısıtlı da olsa izleyici bulabilmektedirler. Kanal açısından bakıldığında da kendi programında reklamı kendisi bulan âşıklarla ve hiçbir telif yükümlülüğüne girmeksizin yayın akışı doldurulmaktadır.

Sözlü kültür ortamının düzenleyicisi, icracısı, baş aktörü olan âşık, televizyonda sıradanlaşmıştır. Âşık, dar izleyici kitlesine ancak yerel kanallar aracılığıyla ulaşabilmektedir. Sözlü kültür ortamında topluma önderlik eden âşık; icra biçimi, içerikler, giyim-kuşam gibi birçok noktada medyanın etkisinde kalmış, modaya uymuştur. Öyle ki, dizide modalaşan arkaik giyim unsurları, 21. yüzyıl âşıkları tarafından geleneksel kıyafete eklemlenerek sahnede ve televizyonda kullanılır olmuştur[76]. Özellikle arabesk furyasının müzik kültürünü yoğun bir şekilde etkilediği 1970 sonrası dönemde bazı âşık deyişlerinin de bu tarzda oluşturulduğu görülmüştür. O dönemki atmosferde dinleyici bulabilen, bu tarzda eser veren âşıklar, bugünün 'trend' tarzlarına ayak uyduramamakta ve genel kitle tarafından dinlenilmemektedir.

Gelenekte rekabet hâlinde olan âşıklar, medyada da gizli bir rekabete rağmen 'biz' mesajını vermekte, geleneğin temsilcisi olduklarını sık sık vurgulamakta ve diğer müzik akımlarını ötekileştirmektedirler. Medyada geleneğin sesi olma söylemi ve geleneği yaşatma iddiasıyla hareket eden âşıklar, âşık havalarının jenerik müziğine dönüşmesini de sağlamışlardır. Birliktelik mesajı, bir yandan da âşıklık geleneğinin de yaygın bir

[76] Sıtkı Eminoğlu, Baki Çetin, Cemal Divanî gibi âşıklar 2016 yılındaki farklı faaliyetlerinde sahneye 'Diriliş Ertuğrul' dizisiyle modalaşan börkle çıkmışlardır.

şekilde işlenen türü olan ‘taşlama’nın güncelliğinin kaybetmesine neden olmuştur. Âşıklar, ‘biz’ kimliğini vurgularken diğer gelenek temsilcisi arkadaşlarını medya bağlamında küçük düşürme, eleştirme, yıpratma yerine yüceltme, övme, reklam yapma yolunu tercih etmektedirler.

Geleneksel müziğin sözlü kültürdeki temsilcisi âşıklar, medyada yer bulabilmişlerse de bu yeni bağlamın biçim ve işleyişine ayak uyduramamışlardır, kayıtlı müzik piyasasındaki başarı televizyonda yaşanamamıştır. Tüm olumsuzluklara rağmen geleneğin ustalarının ve geleneksel müziğin yeni bağlamlara taşınabilmesi olumlu karşılanmalıdır. Yukarıda sıralanan farklı televizyon programları aracılığıyla geleneksel ezgilerin halka sunulması, halkın müzik belleğinde iz bırakması, görünürlüğünün, tanınırlığının sağlanması kültürel süreklilik adına önemli görülmelidir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: İNTERNET

4.1. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE İNTERNET TEKNOLOJİLERİNİN GELİŞİMİ

Türkçeye "genel ağ" olarak aktarılan internet "bilgisayar ağlarının birbirine bağlanmasıyla ortaya çıkan, herhangi bir sınırlaması ve yöneticisi olmayan uluslararası bilgi iletişim ağı[77]" olarak tanımlanmaktadır. Dünya çapında her an istenilen her bilgiye ulaşılmayı sağlayan bir ağ olan internetin tarihi 1960'lı yıllara dayanmaktadır. İnternet, bu yıllarda ABD Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Kurumu'ndaki uzmanların olası bir nükleer savaşta iletişim ağlarının çökertilmesini önlemeye yönelik planlarının sonucu olarak ortaya çıkmış, bilgisayar yardımıyla bilgi paylaşımını amaçlayan bir sistemdir (Castells, 2005: 8).

Kullanılan bilgisayar ağları üzerinden toplumsal iletişim ile ilgili ilk tanımlamalar 1962'de "MIT"den (Massachusetts Institute of Technology) J. C. R. Licklider tarafından yapılmıştır. Licklider'ın çalışmaları, günümüzdeki internetin kulanım amacına çok büyük paralellik göstermekte; insanların bulundukları yerden istedikleri bilgiye hızlıca ulaşmaları ve bilgi paylaşımlarını hedeflemektedir. Kendisi Ekim 1962'de kurulan DARPA'da (Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu) bilgisayar araştırma programının ilk yöneticisi olmuştur. Bu çalışmalardan sonra 1965 yılında MIT'ten Lawrence Roberts telefon hatları üzerinden Berkeley'deki Q-31 ile MIT'teki TX-2 bilgisayarları arasında iletişim kurmayı sağlayarak ilk geniş ağ bağlantısını yapmıştır. Lawrence Roberts 1966'da çalışmalarını DARPA'da devam ettirmeye başlamış ve ilk kez bilgisayar ağları kavramını gündeme getirmiştir. 1967'de Roberts, kendi üniversitesindeki bir bilgisayardan diğer bir üniversitedeki bilgisayarlara erişip onlardaki bilgilere ulaşabilmek amacıyla ARPANET'i kurmuştur. ARPANET ile 1969 yılında California Üniversitesi, Stanford Araştırma Enstitüsü, Utah Üniversitesi ve California Üniversitesi olmak üzere dört merkezle yapılan ilk bağlantı internetin de ilk şeklini ortaya çıkarmıştır. Kısa sürede birçok kurum, üniversite ve araştırma enstitüsü ARPANET'in bu ağına katılmıştır[78] (Çağıltay, 1997).

---

[77] http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&kelime=Genel%20A%C4%9F&guid=TDK.GTS.57a33d1e10d0f0.97726949 (E.T.: 12.4.2016)

[78] http://seset.ceit.metu.edu.tr/2013/04/internetin-tarihcesi-ve-turkiyeye-internetin-gelisi/(E.T.: 12.4.2016)

1974 yılından itibaren ARPANET ağı üzerinden geliştirilen TCP/IP protokolü kullanılmış, çok sayıda bilgisayar arasında dosya alışverişi, elektronik posta ve uzaktan bağlanma gibi imkânlar sunması nedeniyle akademisyenlerin birçoğu bu ağ üzerinden iletişim kurmaya başlamışlardır. 1980 yılının başında ABD Savunma Bakanlığı'nın ARPANET yönetimini ele alması üzerine ARPANET ikiye bölünmüş; araştırmaya yönelik çalışan kısmı ARPANET olarak kalırken, askeri kısmı MILNET adını almıştır. 1981'de ise BITNET ve CSNET adlı farklı ağlar oluşturulmuştur[79]. İlk internet omurga ağının oluşturulması ise 1986 yılında NSFNET tarafından gerçekleştirilmiş; e-posta, FTP ve Telnet komutları standartlaştırıldığı için teknik olmayan çalışanların da internet kullanımı kolaylaştırılmıştır. 1989'dan sonra ise internet halka açık hâle gelmiş, 1990'lı yıllardan itibaren TCP/IP protokolü ve internet büyük bir ivme kazanmıştır[80]. 1998 yılında Microsoft'un "Windows 98" sürümü işletim sistemi ile birlikte "İnternet Explorer" tarayıcısının, kişisel bilgisayarlarda masaüstüne iyi bir şekilde entegre olması sayesinde internet tüm dünyada çok hızlı yayılmıştır[81].

Türkiye'de ise ilk ağ bağlantı çalışmaları EARN (Europen Academic and Research Network) ile 1990 yılında başlamış, Nisan 1993'te ilk internet ağı ODTÜ'de kullanıma açılmıştır. Daha sonra 1994'te Ege Üniversitesi, 1995'te Boğaziçi Üniversitesi, 1996'da Bilkent Üniversitesi ve yine 1996'da İstanbul Teknik Üniversitesi TURNET ile çalışmaya başlamışlardır (Alev, 2014). Günümüzde Türkiye'de yaklaşık 38 milyon dünya çapında ise 3 milyar kullanıcıya sahip olan[82] internet YouTube, Facebook, Twitter gibi sitelerle birlikte bir sosyal platforma dönüşmüş, artık hem görsel, hem yazılı, hem de işitsel bir çoklu medya platformu hâline gelmiştir.

4.2. MÜZİK VE VİDEO PAYLAŞIM SİTELERİNDE ÂŞIKLIK GELENEĞİ

Temelleri 2005'te YouTube ile atılan video paylaşım sitelerini, internetin yaygınlaşması ve YouTube'un bu alanda yakaladığı başarıyla internet medyasının önemli alanlarından biri olmuştur. Her ne kadar yasadışı videolar ve telif hakları nedeniyle tartışmalara konu olunmuş ve kapatma cezaları verilmiş olsa da internetin yaygınlaşmasına paralel olarak

[79] http://seset.ceit.metu.edu.tr/2013/04/internetin-tarihcesi-ve-turkiyeye-internetin-gelisi/ (E.T.: 12.4.2016)
[80] http://www.internetarsivi.metu.edu.tr/tarihce.php (E.T.: 12.4.2016)
[81] http://www.internetworldstats.com (E.T.: 12.4.2016)
[82] http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2015/ (E.T.: 12.4.2016)

izlenilirlik grafiğinde artan bir seyir ortaya çıkmıştır. Günümüzde YouTube, Dailymotion, Vidivodo, İzlesene, Videoizle gibi siteler Türkiye'de bu alanda yaygın olarak kullanılan küresel ve yerel sayfalardır. Bu çalışmada ilk olması, yaygınlığı ve içerik zenginliği açısından YouTube incelenecektir.

4.2.1. YouTube ve Âşıklık Geleneği

Kullanıcıların video yükleyip paylaşabildikleri veya seyredebildikleri bir site olan YouTube, 2005 yılında üç eski paypal[83] çalışanı olan Steve Chen, Chad Hurley ve Jawed Karim tarafından kurulmuştur. YouTube, "bu üç gencin birbirleriyle video paylaşırken yaşadıkları zorlukların sonucunda kendilerine ait videoları rahatça paylaşabilmek için bir video paylaşım platformu oluşturmak" (Erdem, 2010: 114) istemelerinin sonucu ortaya çıkan bir sitedir. YouTube kuruluşundan kısa bir süre sonra, 2006'da 1.65 milyar dolar karşılığında Google'a devredilmiştir[84]. YouTube, sitesinde kendini "milyarlarca insanın videolar arcılığıyla birbirini keşfetmesi, izlemesi, yaratıcılıklarını diğer insanlarla paylaşması için oluşturulan, insanların birbiriyle bağlantı halinde olmasını sağlayan ve üretim için birbirlerine ilham kaynağı olmasına olanak veren bir platform"[85] olarak tanımlamaktadır. Günümüzde yaklaşık 70.000'e yakın video yüklemesiyle büyük bir paylaşım sitesi durumuna gelmiştir.

YouTube ile birlikte ilk defa bir site, tamamen kullanıcının yüklediği içerikle kendisini var etmiştir. Kullanıcılar, geniş bant internet teknolojilerinin de yayılmasıyla kendi çektikleri videoları, kendi ses kayıtlarını paylaşma imkânı bulmuşlar ve site ilk yıllarında adeta bir sanal yetenek şovu durumuna gelmiştir. Kullanıcı katılımı yalnızca paylaşılan ürünlerle değil yapılan yorumlarla da sağlanmıştır (Irak, 2012: 14-15). YouTube'da, üyelerin her konuda çektikleri kendi amatör videolarının yanı sıra müzik klipleri, konserler, televizyonda eğlence programlarının bölümleri, sinema filmleri, diziler gibi pek çok videoya ulaşmak mümkündür. Siteye üye olmayan kullanıcıların video yükleme hakkı yokken; üye olanlar profil oluşturma, video yükleme, yorum yapma, beğenide bulunma tercihlerine sahiptirler. Bugün artık YouTube, dünyanın herhangi bir yerinden internet bağlantısı olan herkesin kendi videolarını paylaşabileceği, bu videoların milyonlarca insan tarafından seyredilebileceği bir platform hâline

[83] İnternet üzerinden kullanılan online bir ödeme sistemi.
[84] https://tr.wikipedia.org/wiki/YouTube (E.T.: 30.10.2016)
[85] http://www.youtube.com/yt/about/ (E.T.: 30.10.2016)

gelmiştir. Her dakika yüzlerce videonun yüklendiği YouTube, dünyanın en popüler video paylaşım/sosyal medya sitelerinden biri konumuna gelmiştir.

Facebook'ta olduğu gibi YouTube da telif haklarıyla ilgili düzenlemeler yapmıştır. Telif hakkı sahipleri, YouTube'daki içeriklerini kolayca tanımlamak ve yönetmek için 'Content ID' adlı sistemi kullanmaktadır. YouTube'a yüklenen videoları taratıp içerik sahiplerinin gönderdiği dosyaları barındıran bir veritabanı ile karşılaştıran bu sistemde, telif hakkı sahipleri, YouTube'daki bir videoda bulunan içerikler kendilerinin sahip olduğu bir eserle eşleştiğinde bir Content ID hak talebi alır.[86] Sistem, eseri YouTube'dan kaldırır veya yayınlanmasına izin verir.

YouTube'da her türlü video içeriğinin yayınlanmasın yanında izlenilirlik açısından müzik videoları başı çekmektedir. Site aboneleri (üyeleri) yasal klip kayıtlarını, yasal olmayan sanal slayt klipleri, kendi amatör çekimlerini, dizilerde veya filmlerde yayınlanan müzik içeriğini, konser görüntülerini bu platformda yayınlamaktadırlar. Bunun yanında müzik şirketlerinin de daha önce çıkardıkları albümleri bu ağ üzerinde oluşturdukları sayfalara yükledikleri ve hatta albümün piyasaya çıkışıyla eş zamanlı olarak şirket veya sanatçı tarafından YouTube'da da yayınlandığı tespit edilmiştir. Yakın geçmişte müzik içeriklerinin internette yayınlanmasına tepki gösterilmiş, fizikî satışların düşüşünde başlıca sorumlu olarak YouTube görülmüşken; günümüzde müzik paylaşım sayfalarının önemi yeni yeni anlaşılmış, meslek birlikleri ile sanal platformlar arasında anlaşmaya varılmıştır. Artık yeni gelir kapısı olarak internet görülmektedir. Hem içeriklerin izlenmesi kazanç olmakta hem de ücretsiz bir şekilde yayınlanan klipler albüm ve sanatçının reklam içeriğini oluşturmaktadır.

YouTube'da başı çeken müzik içerikleri yerli ve yabancı popüler kliplerdir. Bunun yanında geleneksel müzik temsilcileri de bu platformda var olmaya çalışmaktadırlar. Geçmiş dönemde ve günümüzde geleneğin ustalarıyla çalışmış şirketler, telif hakları problemi çözüldükten sonra geleneksel içerikleri oluşturdukları profil sayfalarında yayınlamaya başlamışlardır. Düşük maliyetli görüntüler, eski video kayıtlarından kesitler, albüm kapakları, film-dizi afişleri, sanatçıların gündelik hayattan fotoğrafları kullanılarak oluşturulan 'sanal slayt klipler' ve internet için hazırlanmış video klipler YouTube'da yayınlanmak üzere hazırlanmış genel müzik klibi tarzıdır. Bunun yanında

[86] https://support.google.com/youtube/answer (E.T.: 12.4.2016)

âşıklarla ilgili olarak belgesel ve kültür-eğitim programı kayıtları, televizyonda âşık programı kayıtlarından kesitler, kahvehane, belediye programı, anma etkinliklerinden görüntüler, ev kayıtları da YouTube'da yer alan geleneksel müzik içeriklerindendir. Müzik şirketleri, geleneksel müzik temsilcileri, onların hayranları veya yakınları bu tarz videoların başlıca yükleyici ve paylaşımcılarıdır. YouTube'un bu zengin içeriği, geleneksel müziğin tanıtımı açısından yararlı görünmekle birlikte akademik çalışmalar için yanıltıcıdır. Var olan içeriklerin bazıları hatalı adlarla veya bilinçli bir şekilde telif tarayıcılarına takılmasın diye yanıltıcı adlarla yüklenmiş olabilmektedir. Özelikle öne çıkan âşıkların sadece meşhur eserleri veya albümleri yüklenmiştir. Bu da geleneğin eksik aktarımı olarak görülebilir. Bununla birlikte şunu da unutmamak gerekir; bu platform tamamen ticarî kaygılarla kurulmuş küresel bir alandır. Bu alanın hangi içeriklerle, ne ölçüde, nasıl bir şekilde kullanılacağını ise yerel aboneler belirlemektedir. Cumhuriyet Döneminde âşıklık geleneğinin en çok tanınan ismi Âşık Veysel ile ilgili Kalan Müzik ve YouTube kullanıcıları tarafından bu video paylaşım ağına yüklenen belgesel görüntüleri, röportajlar, plak kayıtlarına rastlanılmaktadır. "Uzun İnce Bir Yoldayım, Kara Toprak, Atatürk'e Ağıt, Güzelliğin On Par'etmez, Sazıma, Hiçbir Türlü Bulamadım Ben Beni, Anlatamam Derdimi Dertsiz İnsana, Mecnunum Leylamı Gördüm, Bülbül, Çiğdem Der ki, Havalanma Telli Turnam" gibi Âşık Veysel'in kendine ait ve başka âşıklardan alıp havalandırdığı eserler YouTube'da dikkat çekmektedir.

Geleneksel müziğin Youtube'daki önde gelen temsilcilerinden biri Neşet Ertaş'dır. Neşet Ertaş'ın birçok eserinin yayın hakkını elinde bulunduran Kalan Müzik, Ertaş'ın eserlerini sayfaya yüklemiştir. Örneğin on eserden oluşan "Gönül Dağı" albümü 22 Şubat 2014 tarihinde YouTube'a yüklenmiş ve 30 Ekim 2016 tarihine kadar 3.315.899 kez izlenmiş/dinlenmiştir. Ustanın internette beğenilerek paylaşılan "Yalan Dünya" adlı türküsü ise 1 Eylül 2015'te firmanın sayfasına yüklenmiş ve 30 Ekim 2016'ya kadar 2.883.697 kez izlenmiştir[87]. Neşet Ertaş türkülerinin yayın hakkını elinde bulunduran bir diğer firma ise Bayar Müzik'tir. Bu şirket de ellerinde bulunan eserleri 2016 içerisinde CD ve LP olarak tekrar basmış ve tıpkı Kalan Müzik gibi CD'lerde bulunan eserleri YouTube'daki sayfalarına yüklemiştir.

[87] https://www.youtube.com/watch?v=OsLwLOft_5c&list=PLOP8MwvFE7nM1wjnXWEYGd7Q9zfWwtwcz (E.T. : 30.10.2016)

Neşet Ertaş gibi 20. yüzyılda kayıtlı müzik sektöründe geleneksel müziği temsil adına öne çıkan bir diğer isim Mahzunî Şerif'tir. Üretken âşığın telif hakkı açısından birçok firmada yayın hakkı olmasına rağmen YouTube'da yer alan videolar daha çok hayranları tarafından eklenmiştir. Âşığın, hayranları tarafından yüklenen videolardan öne çıkanlar "İşte Gidiyorum Çeşm-i Siyahım" (13.333.626), "Han Sarhoş Hancı Sarhoş" (10.131.692), "Nem Kaldı" (6.329.997), Mevlam Gül Diyerek İki Göz Vermiş (2.889.483) gibi deyişleridir. 30 Ekim 2016 tarihli bu izlenme sayıları Mahzunî Şerif ile ilgili farklı bir sonuca ulaşmamızı sağlıyor. Yaşadığı dönemde siyasî kimliklendirmelerle öne çıkan, daha çok güncel konuları satirik üslubuyla eleştiren, eserleri mitinglerde okunan âşığın geleceğe taşınan eserleri lirik ve genel temalı eserleri olmuştur.

Özay Gönlüm de geleneksel müziğin elektronik kültür ortamındaki önemli temsilcilerinden biridir. Sanatçıyla ilgili TRT kayıtları, plak kayıtları, halk konserleri, Kalan ve Anadolu Müzik şirketleri tarafından hazırlanan arşiv serileri YouTube paylaşılan klipler arasındadır. Yaren adını verdiği sazı, Ege şivesiyle söylediği türküler, anlattığı türkü hikâyeleri ve özellikle "Ninenin Mektupları" en çok paylaşılan ve dinlenilen içeriklerdir. Geleneksel hikâye anlatıcılığını radyo, televizyon, plak ve kaset sektörüne ustaca taşıyan Özay Gönlüm'ün "Umman Nine"nin ağzından, kendine has bir üslup geliştirerek anlattığı bu hikâyeler video paylaşım siteleriyle geniş kitlelere ulaşmaktadır. Gönlüm'ün anlattığı "Ninenin Mektupları"ndan biri televizyonla ve Batı Avrupa'ya giden Türk işçilerin etkisiyle toplumsal hayata eklemlenen yılbaşı kutlamalarına ayrılmıştır. "Köye Noel Geldi" adıyla, Özay Gönlüm'ün üslubuyla mizahî bir şekilde hikâyeleştirilen ve "Arşiv Kayıtları" adlı CD'de de yer alan anlatmanın sözel metni şu şekildedir[88]:

Ninenin Mektubu-5 (Noel)

"Ey benim can yoldaşım, garip başım, hem yazım hem de gışım. Gönlümde biten, gözümde tüten, gara yazgılım, tatlı ezgilim, ince sezgilim, bidenem, yavrım benim. Nasılsın bakem, iyimin len? Beklemekten yorulan, derdin ilen avunan ben gadersizden sorarsen sensiz yuvada, ellerim havada, dillerim duvada yolunu bekleyom gayrı. Biliyom, herkesin arşına göre bez vermezler. Kimseler, kimsenin içini bilmezler. Say say

[88] https://www.youtube.com/watch?v=VAQdo6lzJ6M&list=PLOP8MwvFE7nO-eWoRpwVrqzEq82mh9SlV&index=21 (E.T.: 13.5.2016)

günler bitmez. Her düdük istediğin gibi ötmez. Biliyom, emme senin yokluğun gözüme diken, belimi büken oluyo. Çekene dert ırahat yok. Ağrısız baş mezerde olur demişler ya. Ehh gara gün hep böyle gararıp kalmaz ya, helbette bir gün güldürür gözel Irabbım. Neyse ben bu kötü mötü lafları böyle senin de içini garartıyom. Nerden çıkartırıveriyo tövbe tövbe.

Heee len senin ölü evinin yasçısı, düğün evinin tefçisi Kılkuyruk Zehra'nın Goca Göbek Hasan vardı ya, bıldır Almanya'ya gidiverdiydi. O gelmiş köve izinli. Amanin yamalı desti gibi gitti, galaylı güvüm gibi gelmiş kahba analı. Müceddet yeni urbaları çekmiş sırtına, çiçekli mintanları giymiş altına, bizim öğretmenin grevatından da dakmış boynuna. Amenin zord Hasan gitti, lord Hasan geldi sankı. Bi de gırmızısından tomofil almış gelmiş yaa. "Vakdidi vakdidi" ötüttürüyor da, vızıt vızıt bi gidiyo. Eğer olsun çor çocuk ardından dutcez diye boşu boşa, çoban Mustafa Ali'nin köpeğine benziyo dilleri. Hele anası dilki suratlı Kılkuyruk Zehra'nın cagasından yanına varılası değil, "oğlan doğuran övünüversin, gız doğuran dövünüversin" deyiyomuş yılık, tövbe tövbe. Gurt gurt gubarcem, gard gard gasılcem deye neredeyse fistanını yırtcek cavır. Öyle mi olur yavrım? Çocuk kısmının oğlanı gızı bir değil mi len! Domates suratlı, eğri bacaklı çirkin şey, tövbe, tövbe! Ya len hasedimden demeyom yavrum. Emme olmaz kı benim aslanım gibi var mı heç, hasedimden desem dermiyim ya. Neyse ben bi dedigodu ediveriyom gayrı.

Ne deyiyodum len? Bu Aralık ayının son akşamı Goca Göbek Hasan, Amenin Nail Efendi mi dedi, Noel Efendi mi, birisi mi gelceğmiş neyse. Köyde bi şamata kurdurturuverdi. Köylüleri toplamış Üseyin dayın, Zartlak Osman, Çoban Mustafa Ali aben, Garpuzboyayanların İsmeil, Yamukburunlu Çavuş Sülüman filan hepici toplanmışlar kahveye. "Eee argedeşler" demiş. Hasan "Boğün Noel geliyor, hazırlanın bakalım gayrı, Noel geliyo." Üseyin dayı: "Nerden geliyo len? Senin arkedeşin mi yoksa?""Yaa Üseyin dayı bögün yılbaşı ulen, yılbaşı." "Lan oğlım biz çeşme başını, köşe başını biliriz emme bu yılbaşı Alaman modası mı, yeni mi çıktı Hasan?" "Sen kaç yaşındasın Üseyin dayı?" "Ne bileyim ayy oğlum, bubam ırametlik, başım sağ olsun, abeme bir dene gapu goçanı nüfus çıkartırıverdiydi. Abem öldü, başım sağ olsun, abama kaldı. Abam da öldü, başım sağ olsun, beni galdı. Sen var gayrı çık işin içinden. Sen çıkamazsen azıcıktan Noel Efendi mi, kim gelecekse hani o herife sorarsın da

çıkarsın olma mı?" Eee Hasan sormuş: "Mustafa Ali abey, bu yıl kaç?" "Kaç olacak oğlum? Dokuz yüz yetmiş iki." Hee işte arkadaşlar, Hazreti İsa hazretleri doğalı dokuz yüz yetmiş iki yıl olmuş. Yarın yetmiş üç yaşında olcek. Yani hazreti İsa bin dokuz yüz yetmiş üç yaşında olcek." Zartlak Osman: "Nerden biliyon len, ebesi miydin? Tövbe tövbe. Pir-i fani oluvermiş bu oğlan." Hasan yılışıvermiş domuz, "Eeyy emmiler buna gafa derler gafa, yatı porfgalı değil." Derken goltuğunun altından bi tane gutu çıkartırmış. Bi sürü böyle ateş körüğü gibi kâğıtlar, yakmış birini kahvenin içinde. Durmuş dayı: "Lenn gahveyi mi yakacan Hasan, gahbe dilli git dışarıda yak, nedir lan bunlar? "Bunlar fener dayı, fener. Yakcez yakcez, depeye dakcez. Noel geliyor diye keyfimize bakcez… Memet! Sen de git de cami pınarından bi dene ayac ges getir, çam ayacı şöyle. Kahvenin ortasında bindiriverem bi. Hadi len, de bakim." Üseyin dayım, "Len oğlum Hasan, aklını mı fıydırttırıyon kahbecik sen de. Ule Memed sen de eğer bi kes getir o çam ayacını ben de senin kafeni keserim. Yaş keseceğine baş kes acı domuz." Derken senin Hasan bakmış köylüleri gayrı kandırıvermek kolay değil, mahsusçuktan donuzluğu başlamış. "Eyy emmiler, dayılar, arkadeşler, taa Alamanyalardan geldim buraya. Sizi özledim, kövümü özledim, hepiciğinzi özledim. Ben ne deyiyosam onu edin de, hadin de bakim ne kada hoşleceğiniz. Eğleneceğiz len, Allah'ı severseniz kırmayın beni." Hüseyin dayı: "Oğlum sen ne istiyon Hasen?" "Emmi şimdi herkes evine gitsin, gılık değiştirsin, fistan giysin, yüzünü gözünü boyasın, böğün ağşam balo yapcez." "Lan oğum Hasen, biz gılık değiştirecek derviş miyiz len, avret mi ediverdin bizi, fistan giydirttiriyon. Hem ne biliyon balon yapmasını?" "Ben biliyom Üseyin dayı, ben biliyom. Siz bene bakın, bilmiyon mu siz boşuna çiğnemedik Alamanya'yı biz.

Derken bizim kövlüler, eee demişler, kövün çocuğunu kırmayalım gayrı. Ne edem, varmışlar evlerine. Kimi çarmur sürmüş yüzüne, kimi kömür çekmiş yüzüne, kimi fistan giymiş, kimi sarımsak takmış boynuna, bi iş var bu işin içinde. Taa Alamanya görmüş oğlan diye gelmişler kahveye. Amanin birbirlerini görünce başlamışlar gülmeye. Üseyin dayı: "Ee Hasan, epey irezil ettin bizi gayrı ele güne garşi. Şimdi nolcek len?" "Şimdi oyneyecez, Üseyin dayı, oyneyecez. Heyy len Memet aç şu teyibi bakem, bi Teke zortlatma havası vurdurda bi oynayıversin emmiler, madem de arkedeşler."

20. yüzyılda âşıklık geleneğinin öne çıkan temsilcilerinden bir de Reyhanî'dir. Âşık Reyhanî geleneği farklı iletişim ağlarında yaşatmış, çağdaşları âşıklarla başta kahvehane

programları ve âşıklar bayramları gibi sözlü kültür ortamlarında sanatını icra ettiği gibi, şiirleri kitap, gazete, dergi gibi yazılı kültür ortamı araçlarında yayınlanmıştır. Reyhanî elektronik kültür ortamından farklı açılardan yararlanmış bir âşıktır. Eserlerinin bazılarını güncel konulardan esinlenerek oluşturmuştur. Üretken ve doğaçlamada usta olan Reyhanî plak ve kaset sektöründe tanınmış bir isim olmuştur. Bir yandan radyo ve televizyon programlarına katılan Reyhanî ilgili YouTube'da içerikler paylaşılmaktadır. Özellikle Özyıldız Müzik tarafından çıkarılan altı CD'lik seriden içerikler, plak kayıtları, çağdaşı âşıklarla çıkardığı kasetlerden atışmalar, az da olsa televizyon programlarından kesitler YouTube içeriklerinden bazılarıdır. Reyhanî'nin en çok dinlenilen içerikleri "Erzurum'dan Göç, Erzurumlu Gelin, Al Bu Haberimi, Soranın da Avradını, Kara Yer, Usandım, Yandım Aman, Bayram Olmuş Bana Ne, Moskova'da Var mı, Yaz Gazeteci" gibi deyişleri ve "Hüseyin ile Senem, Âşık Güruni, Ercişli Emrah ile Selvi, Zakir ile Sakir, Telli ile Necip" gibi hikâyelerdir. Âşık Reyhanî'nin YouTube'da en çok dinlenen eseri farklı kullanıcılar tarafından yüklenen "Gidirem/Erzurum'dan Göç" türküsüdür. Camses firmasınının çıkardığı kaset ve CD'lerde de yer alan bu türkü ve hikâyesini ilkin "Angel_Rose" adlı kullanıcı 1 Ekim 2007'de "Umut Dağı adlı kaset kapağının fotoğrafıyla yüklemiştir. Kayıt 09.11.2016'ya kadar bir buçuk milyondan daha fazla dinlenmiştir. Camses Prodüksiyon'un "Erzurum'dan Göç" adıyla çıkardığı CD kapağı ile birlikte kendi sayfasına yüklediği içeriğin görseli ve sözel metni şu şeklidedir[89]:

[89] https://www.youtube.com/watch?v=jsRTofPbsrE (E.T.: 09.11.2016)

Görsel 45: Âşık Reyhanî'nin Camses Prodüksiyon tarafından YouTube'a yüklenen 'Erzurum'dan Göç' adlı eseri. (E.T.: 09.11.2016)

"Ben de Erzurumlu Âşık Reyhanî olarak Erzurum'dan Bursa'ya göç ettim, göç türküsünü okuyacağım sizlere.

Erzurum'dan ayrıldım. Bazıları dediler ki Âşık Reyhanî Erzurum'dan çok küskün dargın ayrılmış. Hayır efendim! Erzurum'un hiçbir küskünlük, dargınlık kırgınlık tarafı yoktur bende. Ben orda büyüdüm. O sert sulardan, sert dadaşlarınan, mert dadaşlarınan haşır neşir oldum. Ben de oranın çocuğuyum. Orda büyüdüm, kimseye küskünlüğüm yoğudu. Ancak, ancak sanat dünyasında, sanat çevresindeki kişilerinen bir başka bakış, bir başka ölçü, bir başka çıkmaz içine girmiştim. Biraz ipucu vereyim: Âşık Reyhanî dokuz tene evlidir diyorlardı. Hâlbuki ben dokuz tene evli değildim, yani bir koca karı vardı bir de ben vardım. Bazı hikâyeler gelmiş geçmişse de dokuz evli olmak demek değildir. Bunu bana bazıları mâl ediyorlardı, meslektaşlarım. Ben bundan, olur ki ölürsem muselleda bana Âşık Reyhanî dokuz evlidir derlerse ben de Allah'ın huzurunda dokuz evli getmeyim diye Erzurum'dan göçümü çıkardım. Bir akşam vakti yüklendim. Gezin düzüne indim, geriye döndüm Palandöken Dağları'na baktım, şehitlerin mezarı bana 'getme âşık' diyordu. 'Bu memleket senin yurdundur; getme!' diyor, göz kırpıyordu âdeta. Yıldızlar bana bir şeyler söylüyordu. Eh, elli sene yaşadığım memleketten ayrılmak kolay değildi elbette. Ona 'gidirem' dedim, bir şiir tutturdum. Şunu bi kere

daha tekrar ediyorum ki, Erzurumlulara bu şiirim armağandır. Bu şiirim Erzurum'u çok sevdiğimi anlatır, Erzurumluyu çok sevdiğimi anlatır. Başka bir şey demem:

Ben seni çok sevdim Erzurum,
Çaresiz dişimi sıktım gidirem,
Gafillerden darbe yedi gururum,
Kaderime boyun büktüm, gidirem.

Selam olsun ecdâd ile ebâya,
Abdurrahman Gazi Habip Baba'ya,
Tuz ektiler çalıştığım çabaya,
Emeğimi suya döktüm, gidirem.

Sırtıma verdiler sitem yükünü,
Yel devirsin servetlerin kökünü,
Elli yıldır beklediğim ekini,
Harmana dökmeden yaktım, gidirem.

Kırılmış sazımı astım tavana,
Çevirdim yönünü döndüm divana,
Gurbet kelepçedir yurdu sevene,
Bilerek koluma taktım gidirem.

Palandökenlerin (gurban) sisli dumani,
Engininde bulamadım (yâr) gümani,
Ezenler okundu seher zamani,
Üç kez geri döndüm baktım, gidirem.

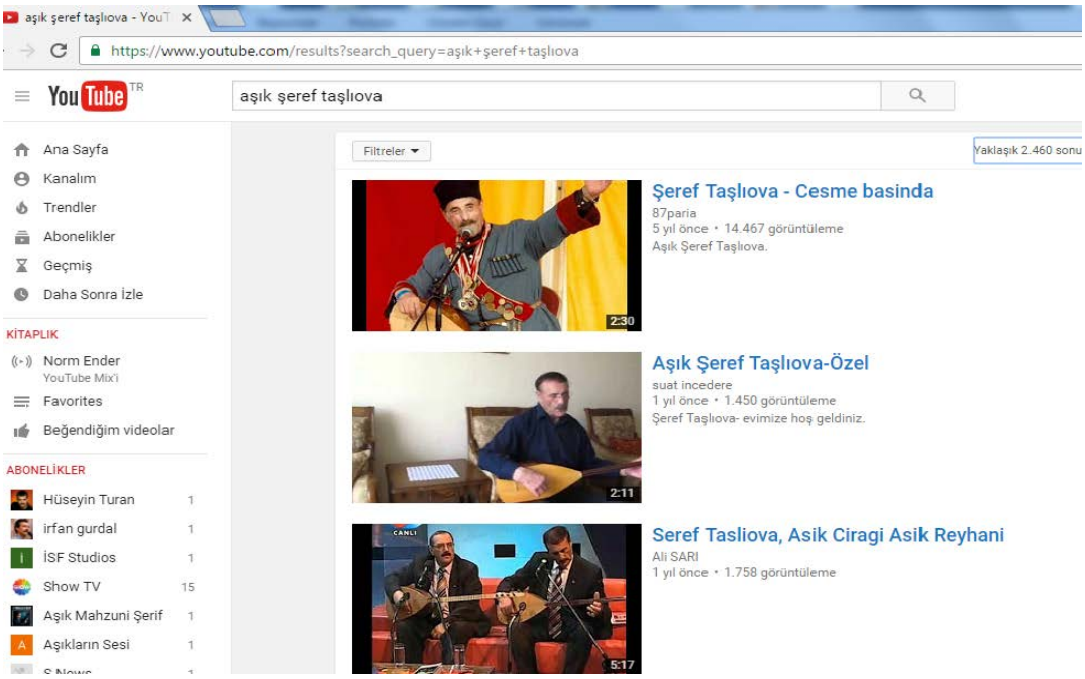
Benim canım feda idi bin cana,
Bin can az gelseydi iki bin cana,
Kırk sene gözyaşımı döktüm fincana,
Kattım Karasu'ya aktım, gidirem.

Alnımız apaçık, yüzüm karasız,
Buna rağmen koymadılar yaresiz,
Tambura Köyü'nden Emrah çaresiz,

Ben de Erzurum'dan çektim, gidirem.

Reyhanî'yim, derdim gamım dinmedi,
İftira darbesi cana sinmedi,
Zeynel, Horasan'a gitti dönmedi,
Bu da benim kara bahtım, gidirem."

Reyhanî ile birlikte 20.yüzyılın imkânlarını değerlendirerek geleneği geleceğe taşıyan Karslı âşıklar Murat Çobanoğlu ve Şeref Taşlıova'dır. Murat Çobanoğlu ile birlikte katıldıkları faaliyetlerle tanınan, hikâyeciliği ile öne çıkan, âşıklık geleneği ile ilgili akademik çalışmalar da gerçekleştiren Taşlıova, hem elektronik kültür ortamının hem devlet sanatçısı olmanın imkânlarından yararlanmış, geleneğin resmî sesi olmuştur. 2010'da Yaşayan İnsan Hazinesi ödülüne layık görülen âşığın YouTube'da radyo, televizyon, plak, kaset, CD içerikleri dolayımlanmaktadır. Genellikle belgesel ve kültürel program kayıtları âşıkla ilgili öne çıkan içeriklerdir.



Görsel 46: YouTube'da 09.11.2016 tarihli 'Âşık Şeref Taşlıova' arama sonuçları.

Karslı Âşık Murat Çobanoğlu, son kuşak âşıklara yön veren önemli bir usta âşık olarak ön plan çıkmıştır. Çobanoğlu'yla ilgili olarak YouTube'da âşıklar şölenlerinden alınan görüntüler, televizyon programlarından kesitler, radyo içerikleri, plak, kaset, CD gibi kayıtlı müzik sektöründen ürünlerinden içerikler sevenleri ve müzik şirketleri tarafından

paylaşılmaktadır. "Kiziroğlu, Neyine Güvenem Yalan Dünyanın, Yirminci Asrın Sonuna Geldik, Sefil Baykuş" gibi türkü ve deyişlerin yanında anlattığı hikâyelerden bazıları ve atışmalar en çok dinlenilen türlerdir. Çobanoğlu'nun mizahî yönü, doğaçlamadaki gücü ve atışma becerisi elektronik kültür ortamı içeriklerine de yansımıştır. Çağdaşı âşıklarla yaptığı plak, kaset gibi ürünler ve televizyon programı içerikleri âşıkla ilgili en çok paylaşılanlardandır.

Günümüz âşıkları ücretsiz bir tanıtım alanı olan YouTube'da sözlü kültür ortamlarından kesitlerle, belgesel, röportaj görüntüleriyle, televizyon için veya sadece internette paylaşılması için hazırlanan video kliplerle var olmaya çalışmaktadırlar. Yaşayan âşıkların kendileri, müzik yapım şirketleri, aile bireyleri veya hayranları YouTube geleneksel ezgiler yüklemektedirler. E. Alev 'in (2014: 143) tespitlerine göre Maksut Koca, Selahattin Kazanoğlu, Saim İstekoğlu, Beyzâde Aslan, Nuri Çırağî, İsrafil Daştan, Sıtkı Eminoğlu, Cemal Divanî, Ayten Gülçınar, Behram Aktemur, Baki Çetin, Temel Turabî, Kul Sadık, Ali Yetimî, Kul Nuri, Kevserî, Kemterî, Ilgar Çiftçioğlu, Yener Yılmazoğlu, Mustafa Kurbanoğlu, Derdiyar, Can Ali, Nevruz Ali Çiçek, Erdem Can, Ozan Nihat, Adem Aydıner gibi yaşayan âşıklar YouTube ağını aktif olarak kullanmaktadırlar.

YouTube'da geleneksel müziğin, âşıkların yanında onların eserlerinin ses sanatçıları tarafından da geleneksel çizgide seslendirilip ses-fotoğraf veya video şeklinde yayımlanmasıyla da dinlenilirliği sağlanmaktadır. Bunun dışında geleneksel müziğin farklı formlarda yeniden icra edilmesi ve bu farklılık vurgusuyla dikkat çekilmesi yaygın bir hâl almaktadır. Geleneksel bellekte var olan eserleri okuyarak gerçekleştirilen performansların YouTube'a yüklenmesi şöhret kapılarının aralanmasında başvurulan ilk yöntemlerdendir. Öykü ve Berk adlı iki kardeşin dershane odasında "Evlerinin Önü Boyalı Direk"[90] adlı türküyü 2007'de Flâmenko tarzında söyledikleri video ile tanınmaları genç kuşak müzisyenlere örnek olmuştur. Âşıklar ve geleneksel bellek müzik piyasasında tutunmak isteyen halk müziği ses sanatçıları ve farklı müzik tarzlarının temsilcileri için başvurulan ilk kaynak durumundadır. Son dönemde geleneksel müzik belleğinden alınan eserlerin yeniden üretimini

[90] https://www.youtube.com/watch?v=nScNDOMJlWI (E. T.: 11.5.2016)

gerçekleştirenler arasında müzik grupları ve farklı müzik tarzlarının temsilcileri dikkat çekmektedir.

Kurban (Âşık Veysel-Kara Toprak), Manga (Âşık Veysel-Kara Toprak), Duman (Âşık Veysel-Kara Toprak), Pentagram (Âşık Veysel-Gündüz Gece), Jülide Özçelik (Âşık Veysel- Uzun İnce Bir Yoldayım, Kara Toprak; Neşet Ertaş-Gönül Dağı), Jehan Barbur, Minor Emprie (Neşet Ertaş-Zülüf Dökülmüş Yüze), Grup Abdal (Mahzunî Şerif-Yalancısın İnanamam), Duman (Neşet Ertaş-Neredesin Sen), Pinhani (Neşet Ertaş-Gönül Dağı), Grup Alatav, Kardeş Türküler (Mahzunî Şerif-Darıldım, Neşet Ertaş-Bahça Duvarından Aştım), Tarkan (Âşık Veysel-Kara Toprak), Cem Adrian, Kıraç gibi ses sanatçıları ve müzik grupları âşıklık geleneğinden aldıkları ürünlerin, farklı teknik ve tarzlarla yeniden üretimini sağlamışlardır. 45'lik plak döneminde (1960-70'ler) Barış Manço, Esin Afşar, Fikret Kızılok, Erkin Koray, Moğollar, Selda Bağcan tarafından icra edilen müziğin uzantısı niteliğindeki bu yorumlamalar kentli, üniversiteli, Batı müziği tarzlarına yönelmiş olan genç internet kullanıcılarını, âşıklık geleneğinin repertuvarından haberdar etmektedir. Genellikle önceden üne kavuşmuş âşıkların eserlerinden ve yaygın bir şekilde bilinen halk türkülerinden seçilerek yapılan bu yeni yorumlamaların halk müziğini olumsuz yönde etkilediği şeklinde eleştirilmesine rağmen belleğin yeniden işlenmesi, geleneksel müziğin ekonomik alanlarda var olabilmesi, genç kuşakların geleneksel söyleyiş ve motiflerin farkına vardırılması dikkate değerdir.

YouTube'un, müzik dinleme, yükleme gibi eylemlerde kullanıcılarına sağladığı özgürlük sonucu tüm alanlarda olduğu gibi âşıklık geleneğinde ve Türk halk müziğinde önemli bir arşivin depolanması sağlanmıştır. Yeni kültürel ekonomik alan için örnek teşkil eden bu küresel internet ağı, reklam endüstrisi için önemli bir mecradır. Her sektörden reklamın yer aldığı bu ağda, kullanıcın bölgesine, dinlediği müziğe, cinsiyetine, yaşına göre reklamlar seçilip videolar arasına serpiştirilmektedir. Kişiye özgü bu reklamların gelirlerinden video sahiplerine de pay aktarılmaktadır. Düzenlemelerin yapılması ve meslek örgütleriyle varılan anlaşma sonucu sanatçılar ve müzik yapımcıları bu platform için özel mesai harcamaya başlamışlardır. Başlangıçta karşı çıkılan ve korsana yol açtığı düşünülen YouTube'a eklemek için özel klipler çekilmekte, yeni çıkan bir albüm daha dağıtım aşamasındayken bu platforma

yüklenmektedir. Dolayısıyla hem albümün, hem sanatçının reklamı yapılmakta hem de reklam pastasından pay almaya çalışılmaktadır. Sonuç olarak Youtube, son on yıllık süreçte müzik dinleme alışkanlıklarını değiştiren, müziğe ve sanatçıya ulaşmayı kolaylaştıran, şöhret olabilme imkânı tanıyan, aynı zamanda çok boyutlu kültürel ekonomik bir alan olarak sosyo-kültürel yapıyı etkilemiştir.

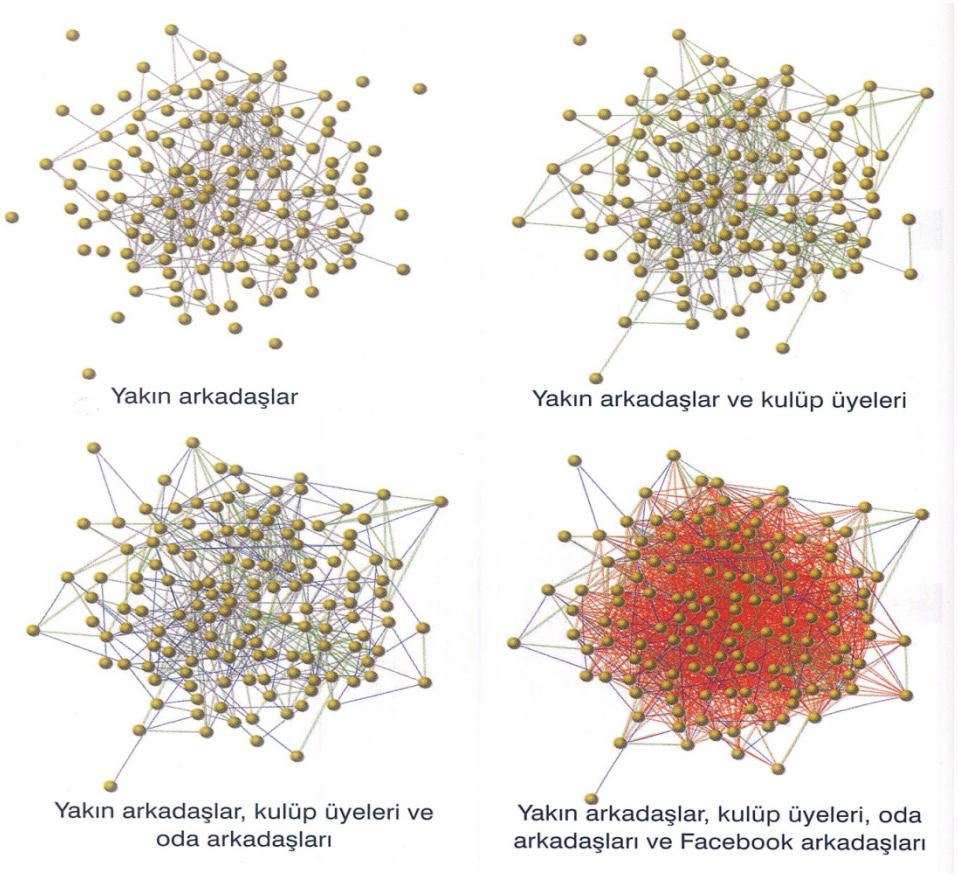
4.3. SOSYAL MEDYADA ÂŞIKLIK GELENEĞİ

İnternet kullanımının yaygınlaşmasına paralel olarak sosyal paylaşım ağlarının ve blogların da kullanımı hızla yaygınlaşmıştır. "Dünya genelindeki bilgisayar ağlarını ve kurumsal ya da bireysel sistemleri birbirine bağlayan elektronik iletişim ağı" (Erdem, 2001: 51) olan sosyal ağlar, dünyanın dört bir yanındaki insanları sanal bir ortamda buluşturabilen internet siteleridir. Sosyal ağ kavramını ilk kez 1954 yılında Barnes, kişinin çevresindeki diğer insanlarla olan ilişkisini tanımlamak amacıyla kullanmıştır (Aksüt vd. 2011'den akt. Bilen vd., 2014: 116). Günümüzde ise Sosyal ağlar "grup etkileşimini işbirliği için paylaşılan alanı ve sosyal bağlantıları arttıran, web ortamında bilgi değişimini gruplayan uygulamalar dizisi olarak" (Boyd ve Ellison, 2007) tanımlanmaktadır.

Sosyal ağlar, günümüzde insanların yazı, fotoğraf, video gibi paylaşımlarla gerek gerçek kimliklerini gerekse de günlük yaşamdaki tecrübelerini taşıdıkları sanal bir platform haline gelmiştir. İnternet kullanıcılarının çoğu zamanlarının büyük bir kısmını bu sosyal ağlarda geçirmeye başlamışlar ve bunun sonucu olarak da yüzlerce sosyal ağ ve milyonlarca sosyal ağ kullanıcısı ortaya çıkmıştır. Öyle ki kullanıcıların büyük kısmı için bu bir alışkanlık hatta hayat tarzı hâline gelmiş, insanlarla yüz yüze iletişiminin yerini sosyal medyadaki iletişimleri almaya başlamıştır. "İlk olarak Sosyolog Stanley Milgram tarafından 1967'de ortaya atılan küçük dünya (small world) fenomeni insanların internet ortamında bağlantılar oluşturarak iletişime geçmeye başlamalarıyla güçlenmiştir" (Onat ve Alikılıç, 2008). Sosyal ağların, kullanıcılarına "internet üzerindeki toplum yaşamı içinde kendilerini tanımlama imkânı vermesi, aynı kültürel seviyedeki, rahatlıkla anlaşabilecekleri insanlarla, internet iletişim metotları ile iletişime, geçmelerini sağlamasının"[91] yanı sıra neyi, ne zaman, nasıl paylaşacakları, paylaşılanları ne zaman ve nasıl dinleyip, seyredeceklerinin kullanıcıların kendi

[91] https://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_a%C4%9F (E.T.: 15.4.2016)

tercihlerine bağlı olması, bu ağların kullanımının yaygınlaşmasının en büyük faktörüdür.



Görsel 47: Sosyal ağ şeması[92]

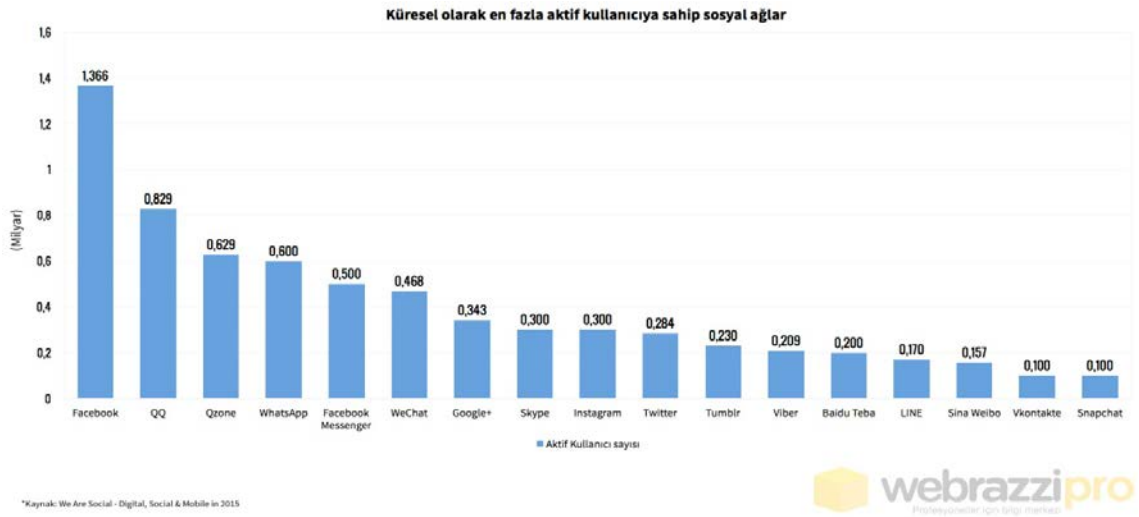
"Yeni iletişim teknolojilerinin, Web 2.0'ın, etkileşimin, kullanıcı faktörünün ve nihayetinde toplumsal dönüşümün tetiklediği devrimsel nitelikteki sürecin bir yansıması olan sosyal medya" (Kara, 2013: 6-7) ağlarından ilki 1997'de kurulan "SixDegrees"dir. Site oldukça popüler olmasına karşın başarısını devam ettiremeyerek 2000 yılında kapanmıştır. "SixDegrees"ten sonra ilk sosyal ağ olarak kabul edilen "Ryze.com" 2001 yılında iş dünyasındaki insanları aynı platformda biraraya getirmek amacıyla kurulmuştur. 2002'de kurulan "Friendster" ise sadece iş dünyası değil daha geniş bir

[92] N.A. Christakis ve J.H. Fowler'ın "Sosyal Ağların Şaşırtıcı Gücü" adlı çalışmadan alınan bu ağ şeması gerçek yaşam ile çevrimiçi ağlar arasındaki bağlanmışlık farkının 140 üniversite öğrencisi üzerinden bir örneğini teşkil etmektedir. "Sağ üstte, aynı kulübün mensubu olan insanlar arasındaki bağların ağı yeşil renkte ekleniyor. Son olarak sağ alttaki ağ, tüm bu ilişkileri kapsıyor ve çok sayıda çevrimiçi Facebook arkadaşlığı ilişkisini turuncu renkle ekliyor. Çevrimiçi bağların sayısı açık bir biçimde şahsi bağlantılardan çok daha fazla, hatta bunlar gerçek ilişkileri gölgede bırakabiliyor. Bu görüntüler bazı birey çiftleri arkadaş, aynı kulübün üyesi ve oda arkadaşı olabilirken bazılarının olmaması bakımından, ilişkilerin çok katmanlılığına da işaret ediyor (aslında, iki oda arkadaşının arkadaş olmaması sorun yaratan durumdur)" (2012: 192-193).

kitleye hitap edecek şekilde tasarlanmıştır. Site, üyelerin eski arkadaşlarını bulmalarına, yeni insanlarla tanışmalarına ve kendi istedikleri paylaşımlarda bulunmalarına imkân sağlamasına karşın bir süre sonra popülaritesini kaybetmiştir (Erdem, 2010: 52).

2003 yılından sonra sosyal ağların sayısında büyük bir artış görülmüştür. 2004'te Harvard Üniversitesindeki öğrencilerin ve öğretmenlerin birbirlerini tanımaları ve notlarının paylaşımı amaçlı kurulan "Facebook"un ilk etapta kapsamı oldukça dardır. Kişilerin kısa bilgileri ve resimleri bulunmaktadır. M. Zuckenberg'in ağının öğrenciler arasında yaygınlaşması M. Zuckenberg ve arkadaşlarını heyecanlandırmış ve ağa diğer üniversiteleri de dâhil etmelerini sağlamıştır[93]. Kısa sürede tüm dünyada ilgi gören sitenin kullanıcı sayısı bugün artık bir milyarı geçmiş, durumdadır.

Günümüzde artık yerel ya da uluslararası boyutta hizmet veren yüzlerce sosyal paylaşım sitesi bulunmaktadır ve bu sitelerin kullanıcı sayıları her geçen gün artmaktadır. Genel olarak en çok kullanıcıya sahip olan siteler şunlardır[94]: Facebook, Twitter, WordPress, Google Plus, LinkedIn, Instagram, Badoo, Windows Live, MySpace, Flixter, Flickr, Last.fm, Fotolog, Livem Journal, Foursquare, Xing, StumbleUpon, DeviantArt, Tumblr, GoodReads, My Yahoo, Technorati, SlideShare, Vimeo, PhotoBucket, FriendFeed, GrooveShark, DailyMotion, Fizy, Mylife, Netlog, Formspring, Classmates, Tagged, Pinterest.



[93] http://www.seokursu.com.tr/sosyal-medya-siteleri (E.T.: 14.4.2016)
[94] http://www.seokursu.com.tr/sosyal-medya-siteleri (E.T.: 14.4.2016)

Görsel 48: 2015 yılı küresel alanda sosyal medya kullanıcı grafiği[95]

Başlangıçta bireysel ve ekonomik hesaplamalardan uzak bir şekilde gelişen soysal medyanın en çok dikkat çeken yanı özgürlükçü olma özelliğidir. Sosyal medya içeriklerinin üreticisi, nakledicisi ve tüketicisi genellikle aynı öznelerdir. Bu durum içeriklerin maliyetinin düşük olmasını veya hiç olmamasını sağlamaktadır. Ancak gelişim sürecinde bunun yanılsama olduğu ve bu mecranın endüstri ve ekonomik boyutunu da kontrol eden bir yapının olduğu anlaşıldı. "Sosyal medya, kullanıcının kazandığı özgürlükçü bir haktan öte, tasarlanmış, biçimlendirilmiş ve kullanıcıya sunulmuş bir platform. İlk ortaya çıktığında öyle olmasa bile artık öyle ve dahası, bu platform serbest piyasa ekonomisi içinde yaşamak zorunda" (Kara, 2013: 2). Bu küresel endüstriyel alanlar içersinde en yaygın olan "Facebook" âşıklar, zakirler, yerel şairler, mahalli sanatçılar, çalgıcılar için kendilerini ifade edebilecekleri ve sanatlarını evrensele taşıyabilecekleri bir alan olarak ortaya çıkmıştır. Sosyal medya platformlarından Facebook'un âşıklık geleneği ile ilişkisi aşağıda çözümlenmiştir.

5.3.1. Facebook ve Âşıklık Geleneği

Facebook, son verilere göre bir buçuk milyardan daha fazla kullanıcısıyla sosyal ağlar içerisinde ilk sırada yer almaktadır. Site "The Facebook" adıyla 2004 yılında ilk kurulduğunda Harvard'daki bir grup öğrenci arasında iletişim kurmak amaçlı tasarlanmıştı. Kurulduktan bir süre sonra kullanımı hızla yayılmış, Boston'daki MIT, Boston Üniversitesi ve Boston College gibi farklı okullardan da üye kabul etmeye başlamıştır. 2005'te "The Facebook" adı "Facebook" olarak değiştirilmiş ve İngiltere, Kanada, Meksika, Avustralya, Yeni Zelanda ve İrlanda'daki 25 binden fazla üniversiteyi sistemine dâhil etmiştir. 2006 yılında site artık üyeliğe lise öğrencilerini de dâhil etmiş, 2006 Eylül ayından itibaren ise üyeliğini herkese açık bir hâle getirmiştir (Erdem, 2010: 86).

Kurulduğu tarihten bugüne üye sayısı katlanarak artan ve dünyanın dört bir yanına yayılan site bir fenomen hâline gelmiştir. Facebook'un kısa sürede tüm dünyaya yayılmasının en büyük nedenlerinden biri bünyesinde gerçek kişileri barındırmasıdır. Küçük bir kesim dışında Facebook profilleri büyük oranda gerçek insanlara aittir.

[95] http://webrazzi.com/2015/02/09/sosyal-aglar-aktif-kullanici-webrazzi-pro/ (E.T.: 16.4.2016)

Günlük hayatta yeni tanıştığınız biriyle ilgili öğrenilmesi aylar hatta yıllar alacak bilgilere ulaşmak artık çok kolaylaşmıştır. Dahası bu bilgileri destekleyecek görsellerin de sitede mevcut olması, eski arkadaşları bulma imkânı sağlaması sitenin popülaritesini artırmıştır (Irak, 2012: 16). Bunların yanı sıra Facebook kullanıcıları çeşitli gruplara da üye olarak sosyal ağ ortamında cemaatleşmeye de gidebilmektedir.

Facebook'ta geleneksel müziğin temsili üç farklı sayfa düzeni üzerinden gerçekleşmektedir. İlk olarak geleneksel müzik temsilcileri kendi profillerini oluşturup çağdaşı temsilcilerle etkileşim hâlinde kalmakta, daha önce yazdıkları şiirleri ve eski programlardan kayıtları bu ortamda paylaşmakta; ayrıca yeni programları canlı yayın şeklinde yayınlayabilmekte, sosyal medya gündemine dair şiirlerini yazılı olarak takipçileriyle paylaşabilmektedirler. İkincisi geleneksel müzik temsilcisi adına kendi veya bir başka profil sahibi tarafından hayran sayfası açılabilmekte, burayı birden başka kullanıcı yönetebilmektedir. Bu tür sayfalarda âşık ile ilgili plak-kaset gibi geçmiş döneme ait kayıtlardan içerikler, televizyon programlarından kesitler, fotoğraflar yüklenmektedir. Üçüncü bir yol olarak topluluk sayfaları aracılığıyla Facebook kullanıcısı geleneksel müzik temsilcileri birbirinden haberdar olmakta, bu sayfalarda eserlerini yayınlayabilmekte, çağdaşlarıyla etkileşim hâlinde olabilmektedir. Son dönemde özellikle âşıklarla ilgili olarak "Âşıklar Kahvesi, Âşıklar Meydanı, Âşıklar Diyarı, Halkın Sesi Ozanlar, Halk Ozanları" topluluk sayfaları ön plana çıkmaktadır. Bunun dışında herhangi bir Facebook üyesi de âşıklarla ilgili bilgi ve eserleri bu ağ üzerinden kendi sosyal medya arkadaşlarıyla paylaşabilmektedir. Geleneksel müziğin sosyal medyada temsili adına dördüncü bir yol sayılabilecek bu tarz paylaşımlar yaygınlık göstermektedir.

20. yüzyılda âşıklık geleneğini yurt genelinde temsil eden, uluslararası boyutta faaliyetlerle sanatlarını icra eden âşıklar adına açılmış Facebook hesapları incelendiğinde bu sayfaları yönetenlerin çoğu âşığın yakını olmakla birlikte bir kısım sayfaların yöneticileri belirsizdir. Facebook'ta Âşık Veysel adına açılan bir sayfa[96] 231.207 kullanıcı tarafından takip edilmesine rağmen etkin değildir. Wikipedia'dan alınan bilgiler ve başka kullanıcıların etiketlediği birkaç fotoğraf dışında sayfa boştur.

[96] https://www.facebook.com/pages/A%C5%9F%C4%B1k-Veysel/112133262145507?fref=ts (E.T.: 15.10.2016)

Bunun yanında birkaç kullanıcı profili de Âşık Veysel ismini kullanmış, ancak sayfalar sağlıklı yönetilmemiştir. Sadece Âşık Veysel'in hayatının konu edildiği filmle ilgili sayfada ve ona benzer bir amaçla açılmış sayfada zaman zaman hareketlilik yaşanmaktadır[97]. 2012'de vefat eden Neşet Ertaş ile ilgile de birçok Facebook profili oluşturulmasının yanında en etkini 2.014.812 kişi tarafından takip edilen(beğenilen) hayran sayfası sanatçının adına kurulan web sitesinin uzantısı mahiyetindedir[98]. Sanatçının yakın dönemdeki tedavi süreciyle ilgili haberler, vefatında yaşanan üzüntü, en sevilen eserleri, eski kayıtlardan örnekler bu sayfada paylaşılmıştır. Neşet Ertaş gibi bu araştırma süreci içerisinde vefat eden (20 Eylül 2014) Şeref Taşlıova'nın kendisinin kullandığı, daha sonra aile bireyleri tarafından âşığı anma etkinlikleri hakkında bilgilerin paylaşıldığı 2013'te açılan ve 4.426[99] arkadaşın ekli olduğu Facebook hesabı mevcuttur. Murat Çobanoğlu (ö. 2005) adına da hayranları adına açılmış sayfaların yanında âşığın yakınları tarafından yönetilen "Murat ÇOBANOĞLU fun Clup[100]" adlı hayran sayfası 15.023 kişi tarafından takip edilen veri akışının güncel konular ve Çobanoğlu ile ilgili eserlerle sağlandığı bir hesaptır. Çobanoğlu'ndan kısa bir müddet sonra vefat eden (ö. 2006) Reyhanî adına da hayran sayfası açılmış ve bu sayfadan âşıkla ve gelenekle ilgili olarak belgesel görüntüleri, televizyon programlarından kesitler, kitaplardan alınmış şiir fotoğrafları, terör, millî ve dinî bayramlar gibi güne dair paylaşımlar yapılmaktadır. Sayfanın kapak fotoğrafı için ise Reyhanî ile birlikte sağlıklarında bir arada faaliyetleri yürüten Şeref Taşlıova ve Murat Çobanoğlu'nun sahne etkinliği esnasında çekilen fotoğraf kullanılmıştır.

[97] https://www.facebook.com/asikveyseltv/?fref=ts (E.T.: 15.10.2016)
[98] https://www.facebook.com/NesetErtasFan/ (E.T.: 15.11.2016)
[99] Facebook'ta kişisel hesapların arkadaş sayısı 5000 ile sınırlandırılmıştır. Ticarî hesaplar, hayran sayfaları, topluluk sayfaları bu sınırlandırmaya dahil edilmemektedir. Bu tip hesaplara reklam duyuruları sık sık gelmektedir.
[100] https://www.facebook.com/muratcobanoglufanclub/?fref=ts (E.T:. 15.11.2016)

Görsel 49: Facebook'ta 'Aşık Reyhani' sayfasının kapak fotoğrafı. Murat Çobanoğlu, Şeref Taşlıova ve Reyhanî bir etkinlikte bir arada[101]

Geleneksel müziğin kültür endüstrilerinde temsilini ve kısmen popülerleşmesini gerçekleştiren Neşet Ertaş gibi bir diğer geleneğin ustası Mahzunî Şerif'tir. Facebook'ta da Mahzunî Şerif ile ilgili türkü video ve slaytları, şiirlerinden alınmış örnek dizeler, görseller paylaşılmaktadır. Âşığın adına bazı sayfalar açılmış olsa da bunlar farklı amaçlarla kullanılmakta, sağlıksız veri akışı seyretmektedir. Bunun yanında kendisi de halk müziği sanatçısı olan âşığın oğlu Emrah Mahzunî babasıyla ilgili özel kayıtları, kayıtlı müzik sektöründen içerikleri zaman zaman kendi sayfasından paylaşmaktadır.

Sosyal medyanın ortaya çıkma ve var olma nedenleri yaşanan ana dönük paylaşımlarla anın belgelenmesini, yaşamın hızlandırılmasını, güncel konulara dair görüş, duygu, ürün, veri paylaşımın sağlanmasıdır. Dolayısıyla Facebook'ta aramızdan ayrılmış geleneğin ustalarıyla ilgili veriler dolaşsa da asıl eşzamanlı üretim ve paylaşım yaşayan ve günceli kollayan sosyal mesajlarla yüklü eserler üreten gelenek temsilcileri tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu vesileyle geleneksel müzik ve edebiyat belleğiyle ilgili ses, yazı ve görsellerden oluşan geniş bir bellek Facebook'ta depolanmaktadır. Silikon Vadisi'nin (ABD) veri tabanında depolanan bu veri güne ışık tutsa da erişim açısından zaman zaman problemler yaşanmaktadır. Siyasî gündemin etkisi, siteye

[101] https://www.facebook.com/A%C5%9F%C4%B1k-Reyhani-166750950012897/?fref=ts (E.T:15.11.2016)

erişimin engellenmesi veya yavaşlatılması, sayfaların internet korsanları tarafından ele geçirilmesi, kullanıcıların sayfayı dondurmaları veya dondurduktan bir müddet sonra silmeleri, geçmiş paylaşımları ulaşmanın pratik olmaması bu alanda görülen sorunlardır. Bütün bunlara rağmen yaşayan âşıklar da toplumun diğer fertleri gibi Facebook profilleri oluşturmuş; geleneği, kendilerini, eserlerini 'kitle'ye tanıtma imkânı bulmuşlardır. Hemen hemen yaşayan her âşığın kendileri veya aile bireyleri tarafından oluşturulmuş Facebook profilleri vardır. Takip edilen profillerin birçoğu Facebook'un Türkiye'deki en etkin dönemi 2010-2013 arasında oluşturulmuştur. Bu süreçte Facebook'un Türkçe kullanımına olanak sağlaması, toplumsal alandaki trend, internet kullanmaya müsait cep telefonlarının yaygınlaşması âşıkların da bu mecrada görünmesi gerekliliği gibi bir sonucu doğurmuştur. Ancak sosyal medyanın yarattığı sanal gündem, algı yönetimine dönük faaliyetler, siyasî gündemle iç içeliği paylaşılan video ve şiirlerin o an için dikkat edilememesine neden olmaktadır. Bunun yanında yoğun gündemden kaçıp sanatına yönelen ustaların sayfalarını dondurmaları, o ana kadarki paylaşımlarına erişilememesi sonucunu da doğurmaktadır.

Yaşayan âşıkların Facebook sayfalarındaki paylaşımlar incelendiğinde, âşıkların ülke ve sosyal medya gündemine dair paylaşımların yanında sanatlarını tanıtma gayreti göze çarpmaktadır. Âşıklar, gelenekte var olan türlerde örnek deyişleri, genel temalı veya güncel temalı serbest deyişleri, başka âşıklarla gerçekleştirdikleri deyişmeleri, katılacakları etkinliklerin duyurularını, şiir kitaplarının tanıtımlarını, video klipleri aracılığıyla albümlerinin reklamlarını Facebook aracılığıyla yapmaktadırlar.

Yaşayan âşıklardan Fuat Çerkezoğlu 10 Şubat 2012'de Facebook'a katılmıştır[102]. 2011-2013 arasında sayfasını yoğun bir şekilde kullanan âşık belirtilen tarihten sonra daha seyrek paylaşım grafiği sergilemiştir. İçerikler incelendiğinde televizyonda âşık programlarından kesitler, kültürel içerikli yapımlarda kendisiyle ilgili bölümler, hayranları tarafından eklenen görseller, sistemli ve serbest deyişleri, fotoğraf arşivi paylaşımlar arasındadır. Âşığın 5 Ağustos 2012 tarihli tecnis türünde şiiri şu şekildedir:

> Çakır diken batmış sevdiğim güle
> Çıkarın dikeni yerini yarın

[102] https://www.facebook.com/A%C5%9F%C4%B1k-Fuat-%C3%87erkezo%C4%9Flu-Resmi-Sayfas%C4%B1-187885847910805/?fref=ts (E.T.: 12.8.2016)

Kader koymadı ki yüzümüz güle
Benden de derdi çok sevdiğim yarın

Sevdiceğim boşa bekler bu dağı
Kurumuş güllerin dalı budağı
Bu gün sinemize vurdu bu dağı
Korkarım dilimiz dağlarlar yarın

Derler Çerkezoğlu birkaç dost kazan
Yakarlar ateşi koyarlar kazan
Isıtır suyunu kabrini kazan
Yüzümü yüzüne verirler yarın

Görsel 50: Âşık Fuat Çerkezoğlu 1970'li yıllarda bir etkinlikte. Çerkezoğlu'nun Facebook sayfası kapak fotoğrafı.

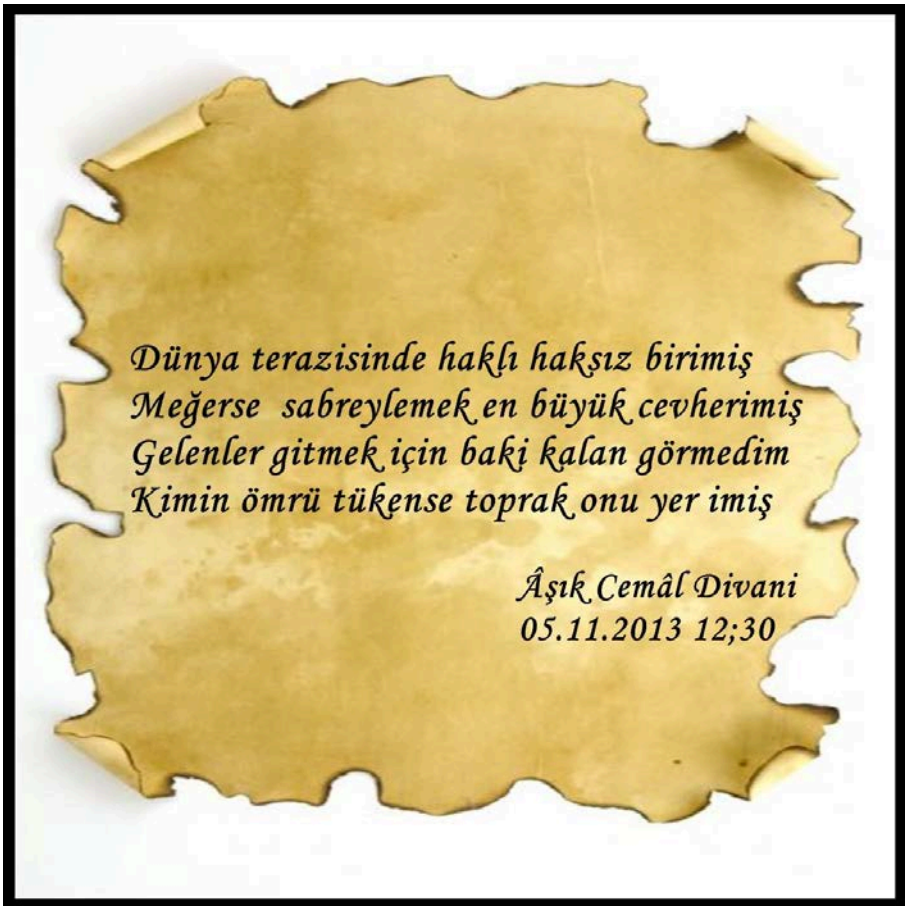
Yaşayan bir âşığın hayran sayfasına örnek olarak değerlendirilen bu sayfa dışında âşıkların kendi sayfalarını günlük yaşam içinde konumlandırarak ve ürünlerini sergileyerek kullandıkları kişisel profiller de Facebook'ta dikkat çekmektedir. Yaşayan âşıklardan birçoğunun kendisinin veya bir yakınının yönettiği Facebook profili vardır.

Günay Yıldız, Temel Turabî, Selami Yağar, Cemal Divanî, Sıtkı Eminoğlu, Mustafa Aydın, Maksut Koca, Yener Yılmazoğlu, Kevserî, Ozan Nihat, Erol Erganî, Mustafa Kurbanoğlu, Erol Coşkunoğlu, Erol Şahiner, Kul Sadık, Beyzade Aslan, Kemterî, Mürsel Sinan, Nevruz Ali Çiçek, Gilanlı Ayhan, Ahmet Poyrazoğlu, İsa Oğuz, Adem Aydıner, Ayten Gülçınar, Hace Alioğlu, İsrafil Daştan, Taner Öztürkoğlu, Selahattin Kazanoğlu, Behram Aktemur, Yüksel Yıldızoğlu, Feymanî, Kemal Ummanî, Şenol Muratoğlu, İlgar Çiftçioğlu, Zeynel Çınar, Metin Çetinkaya, İsa İstek, Ozan Sinemi, Sefer Akyüzoğlu, Ali Nurşani, Hacı Karakılçık, Garip Kamil, Mehmet Acet, Dermanî gibi yaşayan âşıklara ait sayfalar geleneksel müzik belleğiyle ilgili yazılı şiir, sesli-görsel video kayıtları, televizyon programlarından kesitler, canlı yayın uygulamasıyla programdan veya evden canlı gösterim, görsel öğelerle süslenmiş şiir metinleri gibi verileri ihtiva etmektedir. Örnek olarak Cemal Divanî'nin Facebook sayfası verilebilir[103]. Âşık, her türlü teknolojik imkânı ve yeniliği kullanmaktan kaçınmamaktadır. Üretim açısından da dikkat çeken Divanî geleneksel formda verdiği şiirlerin yanında sosyal medya gündemine dair şiirler de yazıp paylaşmaktadır. Âşığın sayfasından bazı içerikler şu şekilde verilebilir:

[103] https://www.facebook.com/asikcemal.divani?ref=ts&fref=ts&qsefr=1 (Veriler âşığın sayfasının 2015 ve 2016 yıllarında takip edilmesi sonucu elde edilmiş; geçmiş dönemdeki paylaşımlara ise sayfanın taranması sonucu ulaşılmıştır.)

Görsel 51: Âşık Cemal Divanî'nin 17 Kasım 2016 tarihli paylaşımı: 'Ocakbaşı- Bir Saz Bir Söz' adlı televizyon programının tanıtım afişi.

Görsel 52: Âşık Cemal Divanî'nin 19 Kasım 2016 tarihli paylaşımı: Fazıl Mancılık ve Şakir İhsanioğlu ile Köy TV'de 'Ocakbaşı-Bir Saz Bir Söz' adlı programı çekimleri.



Görsel 53: Âşık Cemal Divanî'nin 5.11.203 tarihli paylaşımı.

Görsel 54: Âşık Cemal Divanî'nin Facebook kullanıcılarını satirik bir üslupla değerlendirdiği ve 18.4.2016'da paylaştığı şiiri.

Görsel 55: Âşık Cemal Divanî'nin 18.11.2016 tarihinde çırağı Zafer Kazancı ile deyişmesi.

Gerek Cemal Divanî'nin gerekse diğer çağdaşı âşıkların sayfaları incelendiğinde geleneğin güncel konularla ilgili serbest deyişler üretmekte etken olduğu, ancak geleneksel tür ve biçimlerin az sayıda olan denemeler dışında pek rağbet görmediği düşünülebilir. Sosyal medya gündemiyle ilgili hemen her konuda deyişler söyleyen âşıklar bu sayfanın imkânlarını kendilerini ve eserlerini tanıtma, sanat çevresiyle iletişime geçme, televizyon programları, belediye etkinlikleri, dernek geceleri gibi kültürel ekonomik faaliyetlerden haberdar olma ve bu tip etkinliklere katılarak az da olsa bir gelir elde etme amacıyla kullanmaktadırlar. Günümüzde müzik piyasasında âşıkların tek gelir kaynağı sıralanan faaliyetlerdir. Dolayısıyla âşık çevresine varlığını hissettirerek programlara davet edilmeyi beklemektedir.

Facebook'ta âşıklarla ilgili dikkat çeken sayfa tarzlarından biri de topluluk sayfalarıdır. Aynı amaçlar doğrultusundan bir araya gelen üyelerin takip ve paylaşımda bulunabileceği bu sayfalardan âşıklarla ilgili olarak bazı sayfalar açılmış olsa da Kasım 2016 itibariyle 5.401 üyesi bulunan "Âşıklar Kahvesi" adlı sayfa, kurucu ve yöneticisi olan Hacer Alioğlu'nun (Yakutî) gayretiyle alanda dikkat çeken paylaşımlara sahne olmaktadır. "Sosyal medyada âşıklara sanal bir kahvehane ortamı yaratmak" (Alev, 2014: 210) amacıyla kurulan sayfayla ilgili Yakutî'nin görüşü şu şekildedir:

> *Bizim Gebze'de bir âşıklar kahvesi var. Bu çok eski bir kültür. Belki internet ortamında bu ortam tam olarak olmayabilir; ama bunu biraz olsun yaşatmak için âşıklar kahvesini internet ortamına koydum… Bir meydan olmalı âşıklara diyerekten buraya da bir meydan koydum. Önce âşıklardan başlayıp sonra bütün halk gelsin istedim. Sade âşıklar olmasın. Bütün halk gelsin. Dinleyen dinlesin. Tabi bizim internet ortamında şey durumu var. Ben bir şiir yazıyım paylaşıyım da herkes benimkini okusun; kim ne yaparsa yapsın. Bir bencillik almış başını gidiyor yani… İnternet ortamında bakmaya kıyılmayacak kadar güzel şiirler var. Ama insanların gözlerini kibir kabladığı için göremiyorlar. Ama biz elimizden geldiğince bunları gün yüzüne çıkarmaya çalışıyoruz* (Alev, 2014: 210).

Âşıklar kahvesi Facebook'a taşınmış olsa da interaktif etkileşim temelli bu ortam geleneksel ortamdaki icradan çoğu noktada farklılaşmaktadır. Facebook temelinde olan özgürlükçü yaklaşım sanal deyişmelere de yansımakta, isteyen âşık/ozan açılan ayağın altındaki yorum bölümüne dörtlüğü yazabilmektedir. Oysa geleneksel icrada ustanın önceliği ve belli bir icra sırası söz konusudur. Eşzamanlılığı da yitiren bu sanal deyişmeler yazım yanlışlarıyla ön plana çıkmaktadır. Söz ve ezginin egemenliğindeki geleneksel icra yerini elektronik ortamdaki yazıya bırakmaya başlamıştır. Sözün ustaları geçmişte yazılı kültür ortamına girdiklerinde nasıl ki bu kültür ortamının aktörü olamamışlarsa bu durumun devamı Facebook'un yazılı paylaşımlarda tekrar ortaya çıkmaktadır. Bu farklılıklara rağmen gelenekteki deyişme/karşılaşma türünün sanal ortamda da olsa devam ettirilmesi, çağdaş âşıkların birbirini tanıması ve iletişime geçmesi, araştırmacılarla, heveslilerle âşıkların tanışması adına bu tarz topluluk sayfaları önemli görülmektedir.

Buradaki karşılaşmalarda bir âşık paylaşım bölümüne "Âşıklar Kahvesine Ayak" diyerek dörtlüğü yazar ve onu fark eden çevrimiçi âşıklar kendi dörtlüklerini 'yorum' bölümüne bırakırlar. Bu sanal kahvedeki karşılaşmalara örnek olarak 4.11.2016'da Âşık Cemal tarafından (Cemal Divanî/Cemal Alper) 20.44'te açılan ayağa Facebook

kullanıcısı âşıkların verdikleri karşılıklarla 23.33'e kadar süren ve iki gün sonra başka kullanıcıların katkılarıyla devam eden deyişmenin aşağıdaki sözel metin verilebilir (Metnin yazım ve noktalamasına müdahale edilmemiştir):

Âşık Cemal: Ne çalar ne söyler bilen yok bilen
Gönül perdesine düzen gerekir
Gittiği menzilden gelen yok gelen
Haber almak için yazan gerekir

Yüksel Akdemir: Herkes birbiriyle girmiş yarışa
Haktan uzak saygı uzak görüşe
Mazlum susar zalim gelmez yarışa
Sevginin yolunu çözen gerekir

Kalender Gemiş: Ne söyleyip çaldığını bilirim
Arif meydanına ozan gerekir
Gidenden gelenden haber alırım
Taneyi tespihe dizen gerekir

Ahmet Omurca: Alimin yanında ilim alırım
Aldığım ilimle huzur bulurum
Üzerime düşen haddi bilirim
Aşıklara cevap bazen gerekir

Dursun Sarlı: Doğruluk dürüstlük onun şanıdır
Sermayesi kucağında sazıdır
Aşık bu milletin sözü dilidir
Eğri değil doğru yazan gerekir

Ahmet Omurca: Sözüne yakışsın adabın edan
Yağşinin yanında yakışmaz nadan
Neye yarar desek havadan sudan
Yazdığın dörtlüğe özen gerekir

Gilanlı Ayhan: İbadet yaparken haz duysun üstün
Eren dergâhında kalkmasın postun

Bir mecliste gafa düşerse dostun
Hâk söz etmeyene kızan gerekir

Aşık Cemal: Dünya fani bu mekanda kalınmaz
Yol uzak gidene geri gelinmez
Haklı kimdir haksız kimdir bilinmez
Doğruyu bilmeye mizan gerekir

Ahmet Omurca: Ahmet'im korkarım yaradan birden
Bizleri kurtarsın kibirden kirden
Birgün de geçecek yolum kabirden
Bunları bilmeğe izan gerekir[104]

Gilanlı Ayhan: İyinin kötünün sırrına erip
Adil terazinin hakkını verip
Yuvasını kazıp inine girip
Yılanın başını ezen gerekir

Kalender Gemiş: Bu dünyada baki kalan bulunmaz
Kamil olmayınca menzil alınmaz
Yola girmeyince kamil olunmaz
Gelene gidene ezan gerekir

Aşık Cemal: Gel Cemal Divanı çok olma katı
Durdurmak çetindir Dicle ile Fıratı
Kolay kolay pişmez mandanın eti
Kaynatmaya büyük kazan gerekir

Adem Aydıner: Aydınerim görme boşuna rüya
Seyreyledim baktım yıldıza aya
Muammaya benzer koskoca dünya
Manayı mantığı sezen gerekir

Yüksel Akdemir: Fitnenin harcıyla duvar örülmez

[104] Bu dörtlükten sonra Ahmet Omurca "Ben ayrıldığım için yanlış anlaşılmasın" yorumunu yazdıktan sonra deyişmeden çekilir.

İlim almayana belge verilmez
Arif olanlara mana sorulmaz
Agah'ın gönlünü süzen gerekir

Gilanlı Ayhan: Gilanlı Ayhan mal paranda sana
Salih amel yoldaş daranda sana
Münker nekir soru soranda sana
Bütün eş dostundan rızan gerekir

Ozan Ertuğrul: Her türlü varlığa can sunar toprak
İlahiden emir almıştır mutlak
Dalından ayrılmaz yemyeşil yaprak
Sararıp düşmeye hazan gerekir

Veysel Kaya: Veysel kaya bu dünya bir muamma
Okumadan kendini Alim sanma
Münker nekir soru soracak amma
Bütün eş dostundan rızan gerekir[105]

Zülküf Dal: Aşıklar bahseder aşktan manada
Kimi yapraklar da kimisi ayda
YARATAN isterse arsi alada
Her birine cevap mekan gerekir

Yüksel Akdemir: Hırsından atını susmuş denize
Barbados otağı kurmuş denize
Nüsret mayınları sermiş denize
Karadan gemiyle yüzen gerekir.[106]

Vatan Namus: Doğru ne anlış ne bilmiyorsa
Muammanın sırrına erilmiyorsa
Yazılanlar doğru okunmuyor sa

[105] Bu dörtlükten sonra Gilanlı Ayhan "Herkese hayırlı geceler diliyorum" yorumunu yazar ve sayfadan ayrılır.
[106] Bu dörtlükle o akşamki âşıkların ve şairlerin karşılaşması kapanmıştır. Ancak iki gün sonra Abdullah Çelebioğlu "Maşallah" şeklinde yorum atmış, yine aynı gün (6.11.2016) Vatan Namus adlı kullanıcı bir dörtlükle deyişmeye katkı sağlamıştır.

Okuyan kalın sözlük gerekir…

Cemal Divanî'nin açtığı ayağa bilgi akışından fark eden Facebook kullanıcısı âşık ve şairlerden bazıları cevap vermeye çalışmışlardır. Yazım yanlışları, adı geçen temsilcilerin yazılı kültür ortamının gereklerine henüz vakıf olamadıklarını gösterse de bu tarz çevrimiçi paylaşımların sosyal medya kullanıcılarının dikkatini çekmesi, yaşayan âşıklardan haberdar olunmasının sağlanması adına işlevseldir.

Örnek teşkil etmesi adına verilen şiirlerden çok daha fazlası sözlü ve yazılı olarak Facebook'ta paylaşılmaktadır. Kullanıcılar için sınırsız bir veri bankası konumundaki Facebook'ta geçmiş verilere erişmek zahmetli olsa da depolanması açısından önemlidir. Ayrıca sitenin "Tarihte Bugün" uygulamasıyla geçmiş yıllarda takvimin o gününde paylaşılan veriler tekrar kullanıcıya sunulmaktadır. Bu yolla dikkate değer paylaşımlar yorum, beğenme, tekrar paylaşma yoluyla yeniden üretilmektedir. Kendini sürekli yenileyen sosyal medyadan yaşamın tüm alanlarında olduğu gibi gelenekler de etkilenmektedir. Sosyal medyanın popüler/trend/güncel olanı dayatması ve kullanıcılarını ağına çekmesi eleştirilere neden olmakla birlikte; sosyal medyanın, kullanıcıların/geleneksel müzik temsilcilerinin kendileri ifade edebilecekleri ve eserlerinin ücretsiz tanıtımını yapabilecekleri bir alan olması bir müddet daha adından söz ettireceği sonucunu doğurmaktadır.

4.4. TÜRKÜ SİTELERİ

Geleneksel müzik belleği ile ilgili olarak şiir sözlerinin yer aldığı, ozanlar/âşıklar hakkında bilgi verildiği, halk müziği ile ilgili olarak akademik makalelerin yayımlandığı, kitapların tanıtıldığı, türkülerin dinlenilmesi ve indirilmesinin kısmen mümkün olduğu, notaların paylaşıldığı bazı siteler internet ortamında yer almaktadır. Genel olarak 'türkü siteleri' ifadesi bu formattaki sayfalar için kullanılsa da bunlar dışında müzik, halk müziği, ozan/âşık adına açılmış sayfalarda da geleneksel müzik belleği ile ilgili veriler yer almaktadır. Bu sitelerden öne çıkanlar şu şekilde sıralanabilir:

- http://www.turkuyurdu.com/
- www.turkhalkmuzigi.tk
- http://www.turkudinlee.com/

- www.turkulerdinle.gen.tr
- http://www.turkudostlari.net/
- http://www.turkuler.com/
- http://www.turku-dinle.com/
- http://www.besteciler.com/
- www.musikidergisi.net/
- www.turkishmusicportal.org
- http://www.turkuler.com/ozan/asikveysel.asp
- http://www.asikveysel.com/
- http://asikveysel.com/Muzik%20Dinle/turku%20dinle%201.htm
- http://www.mahzuniserif.com/
- http://www.nesetertas.com/
- http://www.ozanlar.biz
- http://turkueviniz.blogspot.com.tr/2013/11/murat-cobanoglu-neyine-guvenem-yalan-dunyanin-turku-dinle.html
- http://www.turkuindir.info/asik-murat-cobanoglu-azeri-guzellemesi-turku-indir
- http://www.kimdirhayatieserleri.com/seref-tasliova-kimdir-hayati-ve-eserleri.html
- http://www.bilgiustam.com/asik-reyhani-kimdir/
- https://tr.wikipedia.org/wiki/A%C5%9F%C4%B1k_Reyhani

Bu sitelerin içerikleri incelendiğinde farklı verilere ulaşılabilmektedir. Örneğin aşağıdaki görselin alındığı ‘‘http://www.turkuyurdu.com/’’ adlı internet sitesi, türkü sözü arşivi mahiyetindedir. Verilen görselde rastgele türküler ve en çok okunan türkülere yer almaktadır. Türkiye’nin en geniş içerikli türkü arşivi olan tanıtılan bu sitede 20.000’den fazla türkü sözü, bazı türkülerin hikâyeleri ve türkü notaları bulunmaktadır. Türkülerin ilk harflerine göre A’dan Z’ye türküler, mahlas ve kaynağa göre listelenmiştir. Yöreye göre türkü dizinleri yer almaktadır.

Görsel 56: http://www.turkuyurdu.com/ adresinin türkü sözlerine yer verilen 'rastgele türküler' bölümü.

Bir başka ''www.turkudostları.net'' adlı site türkü dinleme olanağı sunmaktadır. Ayrıca site içerisinde birçok âşık hakkında da bilgiler yer almaktadır. Taramada ele alınan''www.turkhalkmuzigi.tk ''adlı internet sitesinde de Türk halk müziği eser örneklerine ve farklı sanatçıların deyişlerine rastlamak mümkündür. Ayrıca mevcut türkülerin videoları ve albümlerine yer verilmiştir. Videoların izlenmesi için üyelik gerekmemektedir. Yeni eklenen Türk halk müzikleri, popüler Türk halk müzikleri, çok dinlenen Türk halk müzikleri adlı kategoriler mevcuttur.

Sanatçılar

Türkü	Toplam Türkü
Abdo Şahin	1
Abdullah Gündüz	3
Abdullah Papur	75
Abdurrahim Karakoç	3
Abdurrahman Kepekçi	14
Abdurrahman Kızılay	26
Abdurrahman Tarikçi	4
Adem Aslandoğan	9
Adil Kalali	11
Adile Kurt Karatepe	34
Adile Yadırgı	7
Afyon Halk Müziği Örnekleri	14

Görsel 57: www.turkudinlee.com adresinden bir bölüm.

Yukarıda verilen görsel ''www.turkudinlee.com'' adlı internet sitesinden alınmıştır. Site içerisinde TRT repertuvarındaki türküler yer almaktadır. Sanatçıların isimleri A'dan

Z'ye sıralanmış ve site içerisinde bulunan türkülerinin sayısı belirtilmiştir. Sitenin istatistiği şu şekildedir:

Toplam Türkü: 12,344
Toplam Sanatçı: 804
Toplam Yorum: 210
Toplam Etiket: 28,940
Toplam Dinlenme: 6,731,867 (2014 verileri)

Araştırmada ele alınan '' www.turkulerdinle.gen.tr '' adlı internet sitesinde Türk halk müziği ve diğer müzik tarzlarında da eserler bulunmaktadır. Eserlerin indirilmesi için üyelik istenmektedir. Sitede son eklenen türküler, rastgele türküler ve en çok dinlenen türküler kategorileri bulunmaktadır. Sitenin istatistiği şu şekildedir:

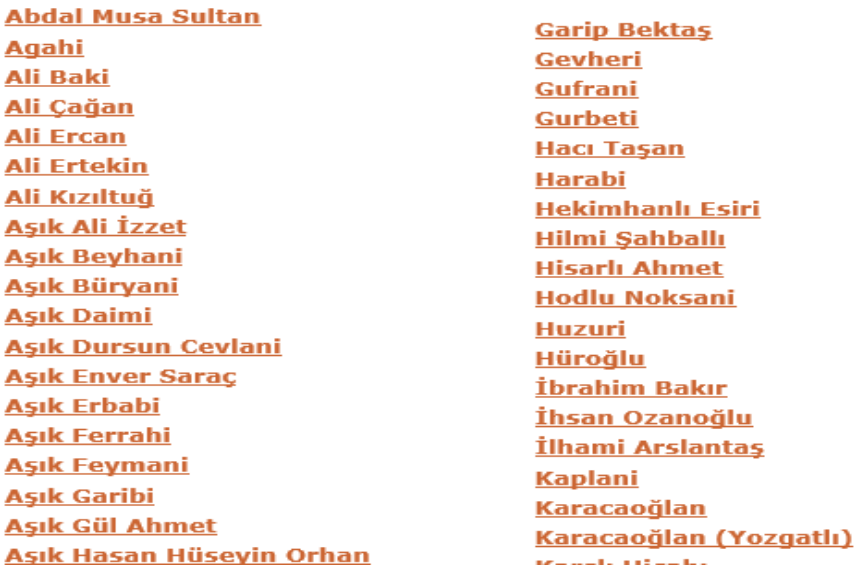
Müzik Sayısı: 1798
Toplam Sanatçı: 198
Toplam Dinlenme: 6795713

Görsel 58: www.turkudostları.net adlı siteden bir bölüm.

Görselde www.turkudostları.net sitesi içerisinde bulunan türkü hikâyeleri, TRT repertuvarı, çok tıklanan türküler gibi kategorilerin güncel sayısı belirtilmiştir. Âşıkların

tanınması konusunda bilgi sahibi olunması bakımından bu internet sitesi önemli bir yer tutmaktadır.

Değerlendirilen türkü sitelerinin yanında internette etkili bir şekilde kullanılan sayfa olarak www.turkuler.com da incelemeye dâhil edilebilir.



Görsel 59: www.turkuler.com adlı sitede âşık biyografilerinin yer aldığı bölüm linkleri.

Türkülerin yörelere göre ayrılmış şekliyle TRT repertuvarındaki notaları mevcuttur. Sitede bağlama-nota tanımları yapılmış, kısa sap bağlama düzeni, bozuk (kara) düzen, uzun sap bağlama ve kemençe düzeni hakkında bilgiler verilmiştir. Site bünyesinde bulunan âşık adlarının bir kısmı yukarıdaki görselde örneklenmiştir. Bahsedilen site içerisinde âşık biyografilerinin dışında 'gönül verenler' adı altında bir kategori bulunmaktadır. Bu kategoride adı geçen kişilerin biyografilerinin bir kısmı siteye eklenmiştir. Ayrıca yukarıda bahsi geçen internet sitesinde türkülerin içinde geçen sözcüklerin-deyimlerin anlamlarına, makalelere, Türk halk müziği ile ilgili akademik bilgilere de ulaşmak mümkündür. Site içerisinde halk müziği ile ilgili bir kitaplık oluşturulmuş ve kullanıcılara kitaplardan bilgi edinme olanağı sunulmuştur.

4.5. YENİ MEDYALARDA ÂŞIKLIK GELENEĞİ İÇERİKLERİ

Dijital müzik endüstrisinin temel ayaklarından biri de internettir. İnternetle bireysellik belirginleşmiş, müzik dinlenme alışkanlıkları değişmiştir. İnternet kullanıcısı, artık bağlı bulunduğu grubun sıradan bir üyesi olmak yerine bütün benliğiyle bu mecrada varlık

göstermekte ve ‘ben’ duygusuyla hareket etmektedir. Toplumun birçok değeri sorgulanmaya, mahremiyet algısı, günlük yaşamdaki tavırlar, kadın-erkek ilişkileri ve roller yeniden dizayn edilmeye başlanmıştır. Özgürlükçü gibi görünen bu ortamlarda aslında kitleleri daha rahat kontrol etme, harcamaları yönlendirme, fenomenler, yıldızlar, tarzlar yaratma; güncel konularla ve sürekli doğru/yanlış bilgi akışıyla kitlelerin istendik mecraya sevki gerçekleşebilmektedir. Böyle bir ortamda ‘yeni müzik dinleyicisi’ mümkün olduğu kadar seçkinci, neyi, ne zaman dinlemek istediğine kendisi karar veriyormuş gibi gözüken, gün içinde öğüne ve ruh hâline, yaptığı işe göre müzik tercih eden ve müziği içerik olarak değerlendiren özelliklere sahiptir.

‘Yeni müzik dinleyicisi’nin eylemleri ve tarzı başlangıçta yanlış bulunmuş ve kayıtlı müzik sektöründe metanın önemi ön planda tutulmuştur. Müzik endüstrisindeki bu geçiş plaktan kasete veya kasetten CD’ye geçişteki kadar kolay ve istendik şekilde olmamış, içeriklerin korsan yollarla piyasaya yayılması engellenememiştir. Türkiye müzik piyasasında krize neden olan bu geçiş sürecinde sermayesi ve arşivi, iş ortaklıkları güçlü firmalar ayakta kalabilmişken, küçük çaplı müzik yapım şirketleri kepenk kapatmanın eşiğine gelmiştir. Ancak son birkaç yıldır içerik endüstrilerinin gelir aracı olduğu ve bunu elde etmenin en önemli unsuru internet alanında aktif olma gereği anlaşılmıştır. Bu doğrultuda firmalar ellerindeki bantları mümkün olduğunca hızlı bir şekilde dijital platforma aktarmaya çalışmaktadırlar. Sanatçılar daha albüm piyasaya sürülmeden sosyal medyada tanıtım amaçlı yayınlamaktadırlar. Konuyla ilgili olarak daha çok geleneksel müzikle uğraşan Kalan Müzik kurucusu ve yöneticisi Hasan Saltık (2014)’un değerlendirmeleri şu şekildedir:

“Dijital işler Türkiye’de daha yeni oturdu. D&R’a benzer şekilde mağaza gibi hizmet verdiğini düşünebileceğimiz I-Tunes gibi yabancı şirketlerin sayfalarından şarkı veya albüm satın alınabiliyor. Deezer’s gibi sayfalar ise dinleme sayfaları. Türkiye’de de telefon şirketleri genellikle bu işi yürütüyor. TTNET, Turkcell, Avea bu hizmeti sağlıyorlar. Ama telif yasası adam akıllı çıkmadığı için türkü dinleyicileri genellikle bedava eser indirmeyi tercih ediyor. Ama bu iş gelişecek. Dijitalde telif haklarını MÜYAP takip etmeyi bıraktı. Oteller, barlar gibi temsili alanları topluyor. Dijitalde de şirketler kendileri anlaşıp veriyor eserlerini. Bu iş geçen yıl bu şekle büründü. Dijitalde iyi arşive sahip olan şirketler büyük paralar kazanmaya başlayacak diye düşünüyorum.

Aynı zamanda sanatçılar da kazanacak. Çünkü kaset ve CD döneminde rakamları doğru tespit etmek biraz zordu. Bandrol sistemi vardı, ama genelde kaçak göçek olabiliyordu. Dijitalde ise şu anda hangi ülkede, hangi şarkının, hangi tarihte indirildiğini bilgisayar kayıtlarında görebiliyoruz. Kaçak göçeği yok bu işin…

Eğer korsan siteleri durdurabilirlerse şikâyete dayalı bir suç olduğu için herhangi bir siteye dava açtığında başka bir isimle başka bir korsan site açabiliyorlar. Bunun önüne geçilirse daha iyi olur. Daha artar diye düşünüyorum. CD kopyalamanın ya da şarkı indirmenin, marketten bir ekmek çalmakla aynı olduğunu insanlara anlatmak lazım. Sonuçta o da hırsızlık oluyor. Bu biraz halkı bilgilendirmeyle ilgili. Aslında Avrupa'da artık gençlik müziğe para vermek istemiyor. Ben niye müziğe para vereyim diyor. Eğer cep telefonu faturalarına her ay 1-2 Lira gibi farkla müzik indirme oranı yansısa, müzik indirmek isteyenler bu farkı ödeseler Türkiye'de toplanan telifin elli katı para toplanır. Kimse de şikâyet etmez. Ben formül olarak bunu öneriyorum. Bizim dijital satışımız ise bu yabancı şirketler geldikten sonra % 400 arttı. Sanırım daha da artar"(Saltık, 2014).

Geleneksel müzik bütün kayıtlı içerikleriyle olmasa da dijital platformlarda dinlenebilmektedir. 2015 yılında yapılan taramalarda küresel müzik endüstrisi ağlarıyla Türkiye menşeli telefon operatörlerinin dijital müzik piyasasında oldukları tespit edilmiştir. Bu küresel dijital müzik sektörü temsilcileri önde gelenleri İTunes Strore, Amazon Mp3, Fiarshare Music, Emusic, Google Play, Nokia Music Store, Tune App, Tune Tribe, Xbox Music, CD Universe gibi sıralanabilir. 2015 yılında Türkçe müziğe de yer veren alanlar tarandığında ise TTNET, Turkcell, Avea, Vodafone, Spotify, Tubidy, Fizzy gibi sektör temsilcilerinde geleneksel müzik temsilcilerine ait içeriklerin yüklü olduğu tespit edilmiştir. İçeriklere bakıldığında veri akışının aynı kanallardan sağlandığı görülebilmektedir. Yani bu sayfalarda hemen hemen aynı türkü ve deyişler dijital platformlardan dinlenebilmektedir. Konuyla ilgili olarak yapılan taramalardan sonra Âşık Veysel, Murat Çobanoğlu, Şeref Taşlıova, Reyhanî, Özay Gönlüm, Mahzunî Şerif, Neşet Ertaş gibi geleneksel müzik temsilcileriyle ilgili içerikler hakkında şu bilgilere ulaşılmıştır.

TTNET, ADSL üyelerine internetten üzerinden ücretsiz müzik dinleme, müzik paketi alan üyelere mp3 şeklinde müzik içeriği indirme, şarkı sözlerini inceleme imkânı vermektedir. TTNET'in müzik paketi üyeliği aylık 40 eser için 8.99 TL ücretten

başlamaktadır. TTNET'te Neşet Ertaş'ın 357, Âşık Veysel'in 181, Reyhanî'nin 52, Murat Çobanoğlu'nun 45, Özay Gönlüm'ün 53, Mahzunî Şerif'in 47 eseri yer almaktadır.

İsviçre menşeli Spotify müzik dinlemede yeni hizmetlerle ön plana çıkmaktadır. Mod'a göre, çalışma koşullarına, mevsime, havaya göre müzik dinleme seçenekleri sunmaktadır. Bu platformun getirdiği bir başka yenilik ise uygulamanın indirilmesi ve üye olunması dâhilinde internete bağlanmaksızın müzik dinleme olanağı sağlamasıdır. Dinlemenin ücretsiz olduğu bu platforma üyelik 6.99 TL'den başlamaktadır. Spotify'de Neşet Ertaş'ın 327, Âşık Veysel'in 179, Reyhanî'nin 137, Murat Çobanoğlu'nun 132, Özay Gönlüm'ün 37, Mahzunî Şerif'in 380, Şeref Taşlıova'nın 4 içeriği kullanıcılara sunulmuştur.

Spotify gibi üyelik sistemiyle çalışan Tubidy, Deezer, Fizzy gibi müzik platformlarının yanında Avea, Vodafone ve Turkcell gibi cep telefonu operatörleri de müzik hizmeti sunmaktadırlar. Avea ve AppStore gibi sunucular tek eser 0.89 TL civarındadır. Avea ayrıca kullanıcılarına paket imkânı da sunmaktadır. Örneğin aylık 25 eser indirme 2.99 TL, 50 eser 4.99 TL, haftalık 25 şarkı 1.99 TL gibi. Turkcell'de de benzer içerikler satışa sunulmaktadır.

Bir dönem dondurulan, paketlenen, metalaşan, ticarîleşen müzik artık paket olmaktan çıkmış, dijital içerik olarak işlem görmeye başlamıştır. Türkiye'de henüz yerleşmeye başlayan bu sistemin ilerleyen yıllarda kültür ekonomisinde daha fazla söz sahibi olacağı düşünülse de bu ekonominin tabana yayılması zor görülmektedir. Sadece şöhret olmuş, yurt genelinde tanınmış, eserleri yıllardır dinlenilegelen isimlere ait içerikler bu dijital platformdadır ve sanki bu platformların veri akışı tek merkezden yönetiliyormuş gibi bir izlenim uyandırmaktadır. Bu değerlendirmeler sonucunda var olanın tüketileceği, genç geleneksel müzik temsilcilerinin/âşıkların ise ya yerel kültürel ekonomik faaliyetlerle hayatlarını idame ettirecekleri ya da ulusal boyutta müzik endüstrisinin temsilcilerine özenerek farklı müzik akımlarına yönelecekleri ön görülebilir.

Sonuç olarak internet, televizyondan çok daha hızlı ve şiddetli bir şekilde toplumsal ve kültürel dönüşümü gerçekleştirmektedir. Kültürel alanların tamamında hissedilen bu

dönüşüm, müzik üretim ve dinleme alışkanlıklarını, hâliyle geleneksel müziği yoğun bir şekilde etkilemektedir. İnternet sadece eserin paylaşıldığı bir alan değil, aynı zamanda sosyal ve sanatsal ilişkilerin merkezi, üretim organı, tanıtım ve tüketim aracı olarak belirmektedir. Âşıklık geleneğinin temsilcileri çağa ayak uydurma adına bu yeni bağlam olan internetin imkânlarını kullanmaya çalışmaktadırlar. Ancak bu ayak uydurma yeni medyaların profesyonelleri veya genç kuşak internet kullanıcısına değil âşığın çağdaşlarınadır. Geleneksel müzik temsilcilerinin bu yeni bağlamlarda sadece var olmaya çalıştıkları, ancak az sayıdaki âşığın interneti etkin ve verimli bir kullanım şekli sergilediği tespit edilmiştir. Ürün babında ise öne çıkan taraf müzik yapım şirketleridir. Telif ve yayın haklarını elinde bulunduran firmalar, geleneksel müzik ürünlerini hızlı bir şekilde dijital ortama taşımaya çalışmakta, buradan ardıl gelir hedeflemektedir. Ayrıca dizi ve film müzikleri şeklinde piyasaya sunulan ezgiler de özellikle YouTube ağına eklenerek hem tanıtım hem de reklam geliri elde etme amacıyla müzik paylaşım sitelerinde yayınlanmaktadır.

Facebook, âşıkların kendilerini hemşerilerine ve yakın çevrelerine, ulusal (kısmen küresel) ölçekte geleneğe meraklı genç dinleyici kitleye tanıttıkları, gündeme dönük deyişlerini yayınladıkları, geçmiş yıllara ait etkinliklerden görsellerini paylaştıkları, sanal kahvehanelerde deyişmeler gerçekleştirdikleri bir sosyal medya platformu konumundadır. Diğer sosyal medya siteleri âşıklar için cazip gelmemiş, Facebook'un geniş kullanıcı ağı, etkileşim gücü, yazı sınırlandırması olmaması, fotoğraf, slayt, video yüklemeye elverişliliği toplumun birçok kesimi gibi geleneksel müziğin ustalarını da kendine çekmiştir. Geleneksel kültür için geniş bir arşiv konumunda olan bu ağda arşivin depolama ağırlıklı olması, kullanıma elverişli olmaması, günceli tüketmeye dönük yüzü, dondurulan veya silinen sayfayla birlikte verilere de erişilemez olması olumsuzluk olarak görülebilir. Bunun yanında hızlı etkileşim ve üretim olumlu gibi görünse de bazen yarı konuşma-yarı yazı diliyle üretilen, Türkçenin yazım kurallarına uyulmadan oluşturulmuş, imgeler açısından zayıf metinler geleneğe ve geleneğin ustalarına zarar verebilmektedir.

> Edebiyat sanatının yaratıcıları, bugün çoklu medya sayesinde, hiçbir dönemde olmadığı kadar imge, hayal ve kurgu dünyalarını geliştirme olanağı ve araçlarına sahiptir. Bu bir taraftan ulusal edebî gelenekler küreselleşmekte, diğer taraftan da hızla dolayımlanan ve paylaşılan ortaklıklar (imge, tema, vaka vb.) nedeniyle

> edebî ürünlerin ulusal ve yöresel özgünlükleri yok olmaktadır (Özdemir, 2008: 297-298).

Çoklu medya ve pop kültür dayatmasıyla ikinci plana itilen geleneksel belleğin önemli üretici ve aktarıcısı olan âşıklar da bu karmaşık ortamda imge üretme, söylem geliştirme, sözlü kültürü aktarma görevlerini yerine getirmede etkisiz durumdadırlar. Benzer tarzda ve içerikte metinlerin medyada dolayımlandığı, özgün içeriklerin müziğin profesyonelleri tarafından çoklu çalışmalar sonrasında oluşturulduğu aşikârdır.

Kamu kurumların ait sitelerin, şahıslara ait ticarî amacı olmayan sayfaların yanında 'türkü siteleri' genel adıyla internette faaliyet gösteren sanal ortamlar geleneksel müzik belleğinin depolandığı, tanıtıldığı, paylaşıldığı alanlardır. Bu sayfalarda akademik makalelerden, kitap tanıtımlarına, notalara, türkü sözlerine, ses kayıtlarına, geleneksel müziğin temsilcilerine, müzik araştırmacılarına ait bilgilere, türkülerin oluşum öykülerine kadar geniş yelpazede veriye erişmek mümkündür. Amaç, işleve ve yapı açısından birbirine benzeyen bu sitelerin çoğunda türkü dinleme telif hakları nedeniyle gerçekleştirilmemektedir. O işlem daha çok müzik dinleme ve indirme üzerine kurulmuş yeni medyalardan gerçekleşmektedir. Müziğin tamamen ekonomik bir ürüne dönüştüğü bu alanlarda kısıtlı oranda müzik içeriği dinlenilebilmekte, arzu edildiği kadarı ücret karşılığında bilgisayar, tablet, cep telefonu gibi donanımlara indirilebilmektedir. Günümüzde müziğin kayıtlı sektörde en çok pay elde ettiği alan çoğu küresel olan bu sayfa ve uygulamalardır. Kayıtlı müzik sektöründe geçmiş dönemlere ait eserlerin bantlarını ellerinde bulunduran firmalar yeni ürünler ortaya çıkarmaktan çok eski kayıtları olabildiğince dijital bağlamlara aktarmakta ve bu kültürel ekonomik alandaki gelirden pay almaya çalışmaktadır. Bu payın rakamsal miktarı ve bu miktardan müzik endüstrisine, âşık ve âşıkların hak sahiplerinin payına düşen bilinmemekte ya da telaffuz edilmemektedir. Konu ile ilgili olarak yapılan mülakatlarda hem yapımcılar hem de âşıkların kendileri ve varisleri bilgi vermemektedir.

İnternet, özellikle son on beş yılda tüm toplumsal ve kültürel alanları etkilediği gibi hızlı bir şekilde tema, içerik, ürün, yaratıcı, aracılar, bağlam, dinleyici ve birçok açıdan müziği ve âşıklık geleneğini etkileyen; toplumsal dönüşümün paralelinde müzik üretme ve dinleme alışkanlıklarını da değiştiren yeni bir medya olarak sosyo-kültürel yaşamda belirmektedir.

SONUÇ

Müziğin içerik olarak endüstrileşme sürecini, Avrupa'da piyano imalathanelerinin desteğiyle matbaada yaprak notaların basılıp piyasaya sürülmesi başlatmıştır. 19. yüzyılın son çeyreğindeki ses kayıt ve aktarım sistemindeki icatlarla da bu endüstrileşme süreci hızlanmıştır. Sesi tek merkezden birçok noktadaki alıcılara aktaran radyonun 1920'lerde kullanılmaya başlaması ise müzik endüstrisini destekleyecek bir şekilde sesli medya endüstrisini başlatmıştır. Fonografın devamı olarak gramofon ve 78'lik taş plaklarla donanım ve içerikler, matbu ürünlerin yanında sinema salonları, gazinolar, çalgı aletleriyle müzik endüstrisinin ayakları şekillenmeye başlamıştır. Bu yapılanma kültür endüstrisi kavramının ortaya atılmasını sağlamış; endüstriyel bir ürün hâline gelen sanatın/müziğin metalaşmasının, ticarîleşmesinin olumsuzlandığı bir çerçeve çizilmiştir. O dönemdeki görüş kültür endüstrileri aracılığıyla ortaya çıkan sanatın 'yüksek sanat'a büyük oranda zarar verdiği yönündeydi. Burada söz konusu olan etkilenme sadece 'yüksek sanat' için değil geleneksel kültür alanları için de geçerliydi. Günümüze gelindiğinde medya eliyle üretilen kültür/sanatla veya medya süzgecinden geçerek şekillenen sanat ürünü -özellikle popüler kültür- konusunda tartışmalar devam etmektedir.

Bu noktada popüler kültürün tüm toplumu etkisi altında tutamadığını belirtmek gerekir. Ön planda olan ve yoğun bir şekilde tüketiminin teşvik edildiği popüler kültür alanları yanında nicelik olarak küçük kültür katmanları da vardır. Alt kültür olarak adlandırılan kültür çevrelerinin ön planda olduğu bu katmanın üstünde ise halk kültürü yaşanmaya/yaşatılmaya devam etmektedir. Yani dairelerin üst halkasında baskın kültür-resmî ideolojik kültür-popüler kültür sınırları belirsiz, bir biriyle harmanlanmış bir şekilde varlığını sürdürürken içe doğru ikinci katmanda halk kültürü ve en iç katmanda ise küçük kümeler hâlinde alt kültürler-uç gruplar şeklindeki iç içe geçmiş halkalarla durum resmedilebilir. Bu 'geçirgen' katmanlaşmadan anlaşılacağı üzere toplum hayatında popüler kültür tek başına değildir. Esasen hedefi, orta sınıf ve orta sınıfa daha çok hitap eden halk kültürü olmakla birlikte halk kültürün orta katmanda geniş bir zeminde yaşama alanına mani olamamaktadır. Dolayısıyla halk kültüründen/âşıklık geleneğinden de yararlanan, geniş bir zeminde etkili olan popüler kültür yararlandı diye geleneksel kültürün zarar gördüğünden, tükendiğinden bahsedemeyiz. Zemin

değerlendirildiğinde halk kültürünün de yaygın bir şekilde üretilmeye, yaşatılmaya, aktarılmaya devam ettiği görülmektedir. Önemli olan nokta bu çağın imkânlarını kullanarak geleneksel kültürel öğelere fırsat verilmesidir.

Medya endüstrisindeki sürece dönüldüğünde, geçen yüzyılın başında sinema ve radyonun toplum hayatına girişi ve yavaş yavaş yerleşmesiyle sosyo-kültürel alanların etkilendiği ve bu iki medya bağlamının yeni medyalara kapı açtığı görülmüştür. Her yeni medya bir diğerinin tamamlayıcısı olarak ortaya çıksa da aynı dönemlerde kitleyle buluşabilmişlerdir. Sinemayla başlayan süreç radyoyla farklı bağlamlara taşınmış, yüzyılın ikinci yarısında her ikisini içeren yeni medya televizyon yaygınlaşmış, yine 20. yüzyılın sonlarında ise kendinden önceki bütün medya araçlarını bünyesinde birleştiren çoklu medya aracı olarak internet kitleleri etkilemeye başlamıştır. Medya endüstrisinin bu araçları, genel olarak toplumsal yapıyı dönüştürürken bir yandan kültürel unsurlar için yeni bağlam olmuş, diğer yandan da kültürü şekillendirmiştir. Âşıklık geleneği, 20. yüzyılın ikinci yarısından günümüze başka etmenlerle birlikte özellikle medyanın etkisinde kalmıştır. İcra, icracı, eser, bağlam, dinleyici gibi aslî unsurlar üzerinde medyanın dönüştürmesi açıktır.

Giriş ve Sonuç'un yanında dört ana bölümden oluşan "Âşıklık Geleneği ve Medya Endüstrisi İlişkisi Üzerine Bir Araştırma " adlı bu çalışmanın "Giriş" bölümünde konunun ana hatları belirlenmiş; âşıklık geleneğinin değişen şartlarda medya endüstrisi ve ekonomisi ile ilişkisinin değerlendirme yöntemi belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca literatür taraması sonucunda konuyla ilgili yapılan çalışmaların ortaya çıkardıkları sonuçlardan da bu bölümde yararlanılmıştır. "Giriş" dışında tezin ana bölümleri "Radyo, Sinema, Televizyon ve İnternet" başlıklarından oluşmaktadır. Âşıklık geleneğinin radyo ile olan ilişkisinin değerlendirildiği ikinci bölüm için genel bir ifadeyle "Radyo" başlığı kullanılmıştır. Bu bölümde radyonun gelişim süreci, yayıncılık anlayışı, geleneksel müziğin radyoda yer edinişi, Yurttan Sesler korosu, arşivcilik çalışmaları, âşıklar ve radyo ilişkisi, türkü radyolar alt başlıklar hâlinde incelenmiştir. "Sinema" bölümünde de sinemanın gelişim süreci, sinemanın âşıklık geleneği ile olan ilişkisi ve özellikle son dönem Türk sinemasında geleneksel müziğe yönelmeler değerlendirilmiştir. "Televizyon" başlığı toplumsal hayatta yarattığı etkiye paralel olarak çalışmanın hacimli bir bölümünü oluşturmuştur. Kurulum aşaması uzun yıllar

alsa da 1980 sonrasında toplumsal yaşamı dönüştüren temel dinamik televizyon olmuştur. Televizyonun geleneksel müzik belleği ve âşıklarla olan durumunu çözümleme amacıyla tarihî gelişim süreci, televizyonda yayınlanan âşık programları, kültürel programlar, kültürel magazin programları, müzik-eğlence programları, reklamlar, diziler, video klipler ve ses yarışmaları alt başlıklar hâlinde incelenmiştir. 21. yüzyıla doğru bir 'çoklu medya platformu' olarak toplumsal hayata giren internet ile âşıklık geleneği ilişkisinin değerlendirildiği "İnternet" başlığı ise bu çalışmanın son bölümünü oluşturmaktadır. Bu bölümde video paylaşım siteleri, sosyal medya, türkü siteleri, dijital müzik platformları alt başlıklar hâlinde değerlendirilmiştir.

Radyo, modernleşme sürecinde toplumsal dönüşümü sağlayan temel araçlardan biri konumunda olmuştur. Sözlü kültürün dinleyicisi, radyoyla birlikte elektronik kültür ortamına alıştırılmıştır. Başlangıçta sözlü kültür temsilcisi âşık ile radyo arasında zorunlu bir işlev devri yaşanmış, âşığın gezip gördüğü yerler ve tanıklık ettiği olaylar hakkında bilgi verme işlevi radyoya geçmiştir. Bu olumsuzluğu atlatan âşık radyodan yararlanmanın yolarını aramış, önce radyodaki konulardan, tarzlardan etkilenmiş, deyişlerinin konu dağarcığını geliştirmiştir. Ardından da âşığın deyişleri, biyografisi ve kendisi radyoda yer bulurken gelenek için de yeni bir temsil alanı doğmuştur. Bu temsillerle radyo geleneksel ürünleri derleyen, notalayan, arşivleyen, yeniden üretime dönüştüren bir kurum olmuştur. 20. yüzyılın ikinci yarısında radyoya çıkmak, kayıt stüdyosuna girmek ustalığın tescili için bir ölçüt hâline gelmiştir. Aynı zamanda geleneksel müzik temsilcilerine doğrudan ve dolaylı katkılarla radyo, kültürel ekonomik bir alan olarak belirmiştir.

Televizyonun yaygınlaşması, radyonun daha özel bir bağlama çekilmesini neden olmuş, haber ve bilgi verme, eğitim gibi işlevler geri plana atılmış; müzik yayınları radyodaki sürenin çoğunluğunu tutmuştur. 1990 sonrasındaki özel yayıncılıkla birlikte ise yerel radyolar ve türkü radyo tabir olunan tematik radyo kanalları geleneksel müzik temsilcilerinin yayınlarda daha çok süre almasını sağlamıştır. Program yapımcısı-sunucusu âşıklar radyoda görev almışlardır. Türkü radyolarla birlikte geleneğin geçmiş dönemden öne çıkan isim ve eserleri ile o dönemin temsilcileri farklı kitlelere ulaşmışlardır. Ancak bu kitle iletişim bağlamında geleneksel icranın ve türlerin daraltıldığı; sıkıştırılmış programlarda kısa ve kültürel belleğe yerleşmiş deyişlerin

okunduğu, uzun türlerden kaçınıldığı, gelenek temsilcisinin medya temsilciliğine doğru yeni bir çizgiye girmeye çalıştığı, ancak medya profesyonelleri yanında etkisizleşmiştir. Yine de geleneğin, icra ve eser bağlamında radyoda yer alması ve arşivlenmesi, onun geleceğe taşınmasını sağlamıştır.

Kronolojik olarak radyodan daha önce İstanbul'da kültür ve sanat tüketicileriyle buluşmuş olsa da etkisi radyodan daha geç ve daha zayıf olan sinema; konu, görsellik, müzik, eser gibi alanlarda geleneksel bellekten yararlanmıştır/yararlanmaktadır. Bu yararlanma çoğunlukla ticarî sebeplerle olmakla birlikte geleneksel unsurların arşivlenmesi, eserin ulusal ve uluslararası alanda tanıtımı noktasında dikkate değerdir. Bu konuda özellikle 1960 sonrasındaki sinema akımlarında yerele yönelme, köyü ve köylüyü ele alma, toplumcu gerçekçilik ve şehirleşme sürecinde kenarda kalmış halk; halkın sevinci, acısı, günlük yaşamı sinemaya girerken geleneksel müzik belleğinden eserler de film müziği olarak kullanılmıştır. Sinema takipçisinin, 1980'li yıllardaki sosyal ve siyasî hadiselerle eve çekilen ve evde başköşeye oturtulan televizyonun sadık izleyicisi konumuna gelmesi, sinemada tıkanıklığa neden olmuştur. Müzik kasetleriyle eşzamanlı ilerleyen bu dönemde videonun yaygınlaşması yeni bir icracı tipi ortaya çıkarmıştır. Genellikle kasetteki müzik eserlerinin tanıtımının yapıldığı ve gelenek temelli konuların işlendiği video filmlerinde türkücü-oyuncu tipi ortaya çıkmıştır. Uzun metrajlı video klip denilebilecek bu filmlerde Türk halk müziği sanatçıları yanında az da olsa bazı âşıklar da yer almıştır. Hatta son dönemde bu türkülü filmlerin devamı niteliğinde ve VCD formatında âşık filmleri de çekilmektedir. Bununla birlikte içinde bulunduğumuz dönemde geleneksel müzik belleğinin, dolayısıyla âşıklık geleneği mahsullerinin sinema endüstrisinde tekrar yoğun bir şekilde işlenmeye başlandığı görülmektedir. Sinema ve müzik profesyonelleri, geleneksel belleğin yeniden üretimini gerçekleştirmektedirler. Bu yolla halkın olanla, halka yaklaşma ve onun filmi izleme ve tanıtma noktasında motive edilmesi sağlanmaktadır. Bu yoğun kullanımın bir başka nedeni ise postmodernist sanat anlayışıdır.

Televizyon, diğer medya araçlarına göre daha yaygın kullanımı ve etkinliği ile 1980 sonrasından beri dikkat çekmektedir. Her ne kadar günümüzde internetin daha yoğun kullanımı söz konusu olsa da, hâlâ internet içeriklerinin bir bölümünü belirleyen ve gündeme daha fazla hâkim olan medya aracı televizyondur. Âşıklık geleneği bu medya

aracının kurulum aşamasından beri ekranlara taşınmıştır. Geleneksel müzik belleğin ekrana yansıması radyodaki kadar yoğun olmasa da türkülerin korolarda, müzik eğlence programlarında kullanıldığı; bu programlara âşıklık geleneği temsilcilerinin davet edildiği televizyon arşivlerinde kayıtlıdır. Bu seyrek, ama etkili olan halk müziği içeriğin sunumunun yanında 1990 sonrasında yerel kanalların birbiri ardına açılması ve yayın içeriğini doldurma adına âşıklara başvurmaları, âşıklık geleneği için yeni bir icra tarzını başlatmıştır. "Televizyonda Âşık Programları" başlığı altında değerlendirilen bu programlarla geleneğin temsilcileri yerelden ulusala doğru bir çizgide kendilerini ve eserlerini tanıtma fırsatı bulmuşlardır. Ancak bu programlar âşıklık geleneğinin medyadaki dönüşümünü hızlandırmıştır. Her ne kadar televizyon stüdyosu yapay olsa da gelenekte, bağlamda, icracı tipte, dinleyicide, üründe meydana gelen değişimler doğal karşılanmalıdır. Âşık programlarının yanında televizyonda yayınlanan kültürel aktarım ve eğitim işlevli programlarda da âşıklık geleneğinin ve geçmişten günümüze âşıkların tanıtımı yapılmaktadır. Geleneği derleyen, arşivleyen, aktaran bu programların kamusal yayın anlayışıyla TRT'de ağırlıklı olarak yayınlandığı gözlemlenmiştir. Geleneğin ticarî kanallardaki temsili daha çok müzik-eğlence programlarında, kısıtlı sürede, öne çıkan ürünlerledir.

Medya endüstrisinin temel unsuru reklamdır. Televizyon reklamları kısa sürede, mesajı etkili bir şekilde tüketiciye ileten metinlerdir. Reklam endüstrisi, halka ulaşmak adına âşıklık geleneği mahsullerini, sazı ve hatta âşık kimliğini reklam içeriklerinde kullanarak ürünün daha çok müşteriye ulaşmasını planlamıştır. Özellikle reklam müziği olarak gelenekselliğin kullanımına her dönemde rastlanmaktadır. Bunun yanında geleneksel müzik belleğinin reklam endüstrisinden daha yoğun bir şekilde dizi sektöründe değerlendirildiği tespit edilmiştir. Dizilerde geleneksel müzik belleğinin kullanımı günümüz şartlarında eserin ve icracısının tanınması, türkünün yaygınlaşması, yörenin tanıtımı gibi sonuçlar doğurmaktadır. Ayrıca eserin sahibinden daha çabuk kopması ve anonimleşme sürecinin hızlanması gibi durumlar da söz konusudur. Dizide okunan türkü diziyle, kahramanla veya onu okuyan sanatçıyla özdeşleşmekte ve eserin sahibi anılmamaktadır. Bunun dışında âşıklara veya icracılara, onların varislerine telif haklarından dolayı yeni bir gelir kapısı açılmıştır. Ayrıca müzik yapımcıları, dizileri bir dönemin türkülü ve arabesk filmleri gibi görmekte, piyasaya sunacakları albümleri önce dizide değerlendirmekte veya albüm tanıtımını dizi yoluyla yapmaktadır. Bunun

yanında genç yeteneklerin tanınması ve müzik piyasasında tutunabilmeleri için de diziler bir araç konumundadır. Ardıl ürün açısından bakıldığında dizi müzikleri adı altında albümlerin çıkarılması, dijital içeriklerin satışa sunulması dizilerin kültürel ekonomik boyutunda değerlendirilmektedir. Diziler yerelin küresele taşınmasında da etkindir. Özellikle Türk dizilerinin yayınlanmaya başlandığı ülkelere göre o dizide kullanılan eserlerin dijital platformlardan yoğun bir şekilde dinlenildiği, indirildiği bilinmektedir. Durumun farkında olan yapımcılar fuarlar aracılığıyla hem dizilerin hem de albümlerin tanıtımını yapmaktadırlar. Dizilerin bir diğer işlevi ise Türkiye Türkçesinin, Türk kültür havzasında informal bir şekilde öğrenilmesini ve kullanılmasını sağlamasıdır.

Pop müzik endüstrisinin MTV kanalı ile yaygınlaştırdığı ve Türkiye'de de Kral TV ile sistemli olarak yayınlanan video klipler televizyon içeriklerinden pop müzik açısından öne çıkan yapımlardır. Birbiri ardına açılan birçok müzik kanalının temel yayın içeriğini video klipler oluşturur. Bu alana türkü yayını yapan kanallar da girmiştir. Âşıklar da çektikleri video kliplerle televizyon ekranlarında yer edinmeye çalışmaktadırlar. Eserin ve sanatçının reklamı gibi görünen bu kısa yapımların ekonomik maliyeti ve yayınlatma ücreti âşık için sorun olmakta, o yüzden daha az masraflı yapımlara yönelmektedirler. İnternette YouTube ağının işlevselliği, televizyonda yer bulamayanlar için fırsat olmuş; teknik olarak basit tarzda çekilen klipler bu ağda dolaşmaya başlamıştır. Sorunsuzca ve istenildiği gibi değerlendirilebilen geleneksel müzik belleği televizyonda ses yarışmalarının da temel içeriği durumundadır. Bu yarışmalarda bilinmeyen bir eseri alıp yeniden işleme gibi bir tarz yerine zaten müzik piyasasında, internette veya dizilerde öne çıkarılmış bir eseri tekrar okuma göze çarpmaktadır. Bu durum bir pekiştirme süreci olarak değerlendirilebilir.

20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren televizyonun, geleneği dönüştüren temel dış dinamiklerden biri olduğu anlaşılmaktadır. Geleneksel müzik, bu etkisizleştirme sürecinde kısıtlı düzeyde olsa da ekranda yer bulabilmiştir. Âşıklık geleneğinin televizyonda icra oranı özel kanallarla birlikle ve çağa paralel olarak artmıştır. Müzik kanalları içinde sadece geleneksel müzik yayınına ağırlık verenler ortaya çıkmıştır. Bu durum görünürlük ve genel kitleye ulaşma açısından olumlu gibi görünse de geleneksel

ürünün birçok işlevden sıyrılıp sadece eğlendirme işlevini yerine getirmesi, ürün ve icra açısından olumsuz bir sonuç olarak düşünülebilir.

Âşıklar açısından bakıldığında televizyon, geleneği ve âşığı etkisizleştirmiş; âşığın sözlü kültür ortamındaki rolü ve işlevleri televizyona devredilmiştir. Âşık bu şartlarda sözlü kültür ortamında mücadele etmek yerine televizyonun belirlediği kurallarda ve müsaade ettiği sürece sesini duyurmak için ekranı kullanmaya başlamıştır. Özellikle yerel kanallar âşıkların seslerini duyurabildikleri alanlar olmuştur. Hemşehrilik vurgusuyla bu yerel yayınlar küresel alanda kısıtlı da olsa izleyici bulabilmektedir. Kanal açısından bakıldığında da kendi programında reklamı kendisi bulan âşıklarla ve hiçbir telif yükümlülüğüne girmeksizin yayın akışı doldurulmaktadır. Tüm olumsuzluklara rağmen geleneğin ustalarının ve geleneksel müziğin yeni bağlamlara taşınabilmesi olumludur. Metin içinde sıralanan farklı televizyon programları aracılığıyla âşıklık geleneğinden ezgilerin ve şiirlerin halka sunulması, halkın müzik belleğinde iz bırakması, görünürlüğünün, tanınırlığının sağlanması kültürel süreklilik adına önemlidir.

Kültürel dönüşümü son derece hızlı bir şekilde gerçekleştiren internet ile ilgili değerlendirmeler yapmak için henüz erken olmakla birlikte gözlemler ve elde edilen verilerden hareketle halk müziği ve âşıklar üzerindeki etkisi dikkate değerdir. Daha özgürlükçü ve bireysel kullanıma endeksli bu yeni medya diğer medyaların bileşkesidir. Kültür endüstrilerinde üretilen ürünler bu medyada sunulmakta, tanıtımı yapılmakta, pazarlanmaktadır. YouTube ve Facebook gibi ağlar Türkiye ölçeğinde, âşıkların kendilerini hemşehrilerine ve yakın çevrelerine, ulusal (kısmen küresel) ölçekte geleneksel müziğe meraklı genç dinleyici kitleye tanıttıkları, gündeme dönük deyişlerini yayınladıkları, geçmiş yıllara ait etkinliklerden görsellerini paylaştıkları, sanal kahvehanelerde deyişmeler gerçekleştirdikleri, çırak yetiştirdikleri, katılacakları programların reklamını yaptıkları, kitaplarını tanıttıkları birer sosyal medya platformu konumundadır. Sosyal medyanın popüler/trend/güncel olanı dayatması ve kullanıcılarını ağına çekmesi eleştirilere neden olmakla birlikte; sosyal medyanın, kullanıcıların/âşıkların kendileri ifade edebilecekleri ve eserlerinin ücretsiz tanıtımını yapabilecekleri bir alan olması bir müddet daha adından söz ettireceği sonucunu doğurmaktadır.

YouTube'un, müzik dinleme, yükleme gibi eylemlerde kullanıcılarına sağladığı özgürlük sonucu tüm alanlarda olduğu gibi âşıklık geleneğinde ve Türk halk müziğinde önemli bir arşivin depolanması sağlanmıştır. Yeni kültürel ekonomik alan için örnek teşkil eden bu küresel internet ağı, reklam endüstrisi için önemli bir mecradır. Her sektörden reklamın yer aldığı bu ağda, kullanıcın bölgesine, dinlediği müziğe, cinsiyetine, yaşına göre reklamlar seçilip videolar arasına serpiştirilmektedir. Kişiye özgü bu reklamların gelirlerinden video sahiplerine de pay aktarılmaktadır. Düzenlemelerin yapılması ve meslek örgütleriyle varılan anlaşma sonucu sanatçılar ve müzik yapımcıları bu platform için özel mesai harcamaya başlamışlardır. Başlangıçta karşı çıkılan ve korsana yol açtığı düşünülen YouTube'a eklemek için özel klipler çekilmekte, yeni çıkan bir albüm daha dağıtım aşamasındayken bu platforma yüklenmektedir. Dolayısıyla hem albümün, hem sanatçının reklamı yapılmakta hem de internet reklamları pastasından pay alınmaya çalışılmaktadır.

Medya endüstrisi araçlarından internette müzik klipleri üzerinden elde edilen rakamların oldukça yüksek olduğu YouTube uygulamalarından hareketle görülebilmektedir[107]. YouTube'dan erişilen müzik eserlerinde, parçaların başında, ortasında ve parçalar arasında; ayrıca ekranda klibe ayrılmış bölümü çerçeveleyen kısımlarda çok çeşitli ürünlerin reklamları dönmektedir. Bu reklamların bütün dünyaya yayıldığı düşünüldüğünde YouTube ve diğer internet yayıncılığı yapan kuruluşların yalnızca reklam gelirlerinin bile ciddi bir ekonomik getirisi olan medya endüstrisi kuruluşları olduğu düşünülmektedir. Dünyada etnik müzik dinleyicilerinin giderek artması da hesaba katıldığında bu endüstri her geçen gün büyüyen bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Youtube, son on yıllık süreçte müzik dinleme alışkanlıklarını değiştiren, müziğe ve sanatçıya ulaşmayı kolaylaştıran, şöhret olabilme imkânı tanıyan, aynı zamanda çok boyutlu kültürel ekonomik bir alan olarak sosyo-kültürel yapıyı etkilemiştir.

Âşıklık geleneği açısından son elli yıllık süreçte medyanın pek çok olumlu ve olumsuz sonuçları olan bir ortam yarattığı görülmektedir. Öncelikle icra ortamlarının değişmesi ve usta-çırak ilişkisinin sekteye uğraması gelenek açısından önde gelen olumsuzlukları oluşturmaktadır. Bunun yanında âşıkların yerelden ulusala ve uluslararasına taşınması,

[107] 2013-2014 İMÇ çalışmaları esnasında müzik inmdirme sitelerinden eser indirmenin yapımcıya katkısının 15 Kuruş civarında olduğu belirtilmiştir (Demirkat, 2013; Saltık, 2014).

bunun âşıklara ekonomik getirisi başta olmak üzere, kendilerinin ve eserlerinin tanınması temel olumlu katkılardandır. Profesyonel medya aktörlerinin ya da genel bir ifade şekli ile kapitalizmin her şeyi paraya çeviren tutumu sonucu âşıklık geleneğini mahsüllerinin de pek çok gelenek ögesi gibi meta hâline getirildiği şeklinde görüşler olsa da medya ve âşıklık bağlamında kazanç karşılıklıdır. Çağın ve gelişen teknolojinin bir ucundan bazen kendi istekleri dışında, genelde ise kendi istekleri ile âşıkların, medyada yer almışlardır, almaktadırlar. Bu ortamlarda yer alış âşık ve eserlerinin tanınması yanında tescilini de sağlamaktadır. Bunun ekonomik getirisinden âşık ya da varisleri de fayda sağlamaktadır. Bu konuda dikkat çekici bir nokta medya aktörleri, âşık, âşıkların varisleri ve geleneksel müzik icracılarının ekonomik getirilerle ilgili rakamlar hakkında bir bilgi vermemeleridir. Bu nedenle geleneksel müzik ve medya ilişkisinde ortaya çıkan kazanç ve kazancın dağılımı ile ilgili rakamsal veriler, Türkiye'de net bir şekilde ifade edilememektedir.

KAYNAKÇA

Yazılı Kaynaklar:

ABT, Dean (2000). "Müzik Klipleri: Görsel Boyutun Etkisi", *Popüler Müzik ve İletişim.* Hzl: James Lull, Çev: Turgut İblağ, İstanbul: Çiviyazıları.

ACİNAN, Başak (2011). "Türk Sinemasında Köroğlu Destanı". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

AÇA, Mehmet (2004). "Halk Şiirinde Türk ve Şekil", *Türk Halk Edebiyatı El Kitabı,* Ed. M. Öcal Oğuz vd., Ankara: Grafiker Yayınları.

ADIGÜZEL, Yusuf (2001). *Kitle Toplumunun Açmazları-Kültür Endüstrisi.* İstanbul: Şehir Yayınları.

ADORNO, Theodor W. Ve Max Horkheimer (2000). *Aydınlanmanın Diyalektiği.* Çev: N. Ülner, E. Öztarhan Karadoğan, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

ADORNO, Theodor W. (2011). *Kültür Endüstrisi-Kültür Yönetimi.* Çev: N. Ülner, M. Tüzel, E. Gen. İstanbul: İletişim Yayınları.

AHISKALI, Meltem (2005). *Radyonun Sihirli Kapısı: Garbiyatçılık ve Politik Öznellik.* İstanbul: Metis Yayınları.

AKSÜT, M. vd. (2011). "Lise Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerine İlişkin Tutumları", *XVI. Türkiye'de İnternet Konferansı,* 30 Kasım-2 Aralık 2011, İzmir: Ege Üniversitesi.

AKSÜT, Sadun (2000). *Alkışlarla Geçen Yıllar-Hatırat.* İstanbul: Aksoy Yayıncılık.

ALANKUŞ, Sevda (2005). "BİA ve BİA Eğitim Çalışmaları Üzerine", *Radyo ve Radyoculuk,* Drl: Sevda Alankuş. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

ALEV, Eda (2014). "Âşık Kahvehânelerinden Sosyal Paylaşım Sitelerine Âşıklık Geleneği". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ALPTEKİN, Ali Berat (1997). *Halk Hikâyelerinin Motif Yapısı.* Ankara: Akçağ Yayınları.

ALPYILDIZ, Eray (2012). "Yerelden Ulusala Taşınan Müzik Belleği ve Yurttan Sesler". *Millî Folklor*. S. 96, ss: 84-93.

ALTUN Şafak ve C. Sarıoğlu (2006). *Türk Popüler Tarihinde İlkler.* İstanbul: Alfa Yayınları.

AMOS, Dan Ben (2006). "Şartlar ve Çevre İçinde Folklorun Yeni Bir Tanımına Doğru", Çev.: Metin Ekici. *Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar-1*. Ankara: Geleneksel Yayıncılık, ss: 37-57.

AND, Metin (1985). *Geleneksel Türk Tiyatrosu.* İstanbul: İnkılâp Kitabevi.

ANHEGGER, Robert ve Cemal Ünlü (1991a). "Türk Sosyal Tarihi İçin Kaynak Olarak 1912-1932 Arasında Çıkan 78'lik Sözlü Taş Plaklar", *Tarih ve Toplum,* Ocak 1991, S. 85, ss: 9-21.

ANHEGGER, Robert ve Cemal Ünlü (1991b). "Türk Sosyal Tarihi İçin Kaynak Olarak 1912-1932 Arasında Çıkan 78'lik Sözlü Taş Plaklar II", *Tarih ve Toplum,* Şubat 1991, S. 86, ss: 24-34.

ANHEGGER, Robert ve Cemal Ünlü (1991c). "Türk Sosyal Tarihi İçin Kaynak Olarak 1912-1932 Arasında Çıkan 78'lik Sözlü Taş Plaklar III", *Tarih ve Toplum,* Mart 1991, S. 87, ss: 35-43.

ARTUN, Erman (2001). *Âşıklık Geleneği ve Âşık Edebiyatı.* Ankara: Akçağ Yayınları.

ARTUN, Erman (2013). "Âşıklık Geleneğinde Neşet Ertaş Türkülerinin Yeri. *Uluslararası Bozkırın Tezenesi Neşet Ertaş Sempozyumu Bildirileri.* Kırşehir: C.1, ss: 31-48.

ASLANOĞLU (Yangın), Birgül (2004). "41 Türk Filminde Folklorik Unsurlar". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ATAY, Tayfun (2016). "Dizilerde Muhafazakârlığın Erotizmle Buluşması", *Cumhuriyet Gazetesi,* 07.02.2016.

AYDIN, Hilal (2007). "Türkü İcrasında Yeni Bir Bağlam: Video Klipler". *Millî Folklor,* S. 75, ss: 50-54.

AZİZ, Aysel (1968). *Radyo ve Köy Yayınları.* Ankara. TRT Yayınları.

AZİZ, Aysel (1982). *Radyo ve Televizyonla Eğitim.* Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları.

BASCOM, William (1954). "Four Functions of Folklore". *Journal of American Folklore,* S. 67, ss: 333-349.

BAŞGÖZ, İlhan (1996). "Protesto: Folklorun Beşinci İşlevi (Fonksiyonu)", *Folkloristik-Prof. Dr. Umay Günay Armağanı,* Ed. Özkul Çobanoğlu-Metin Özarslan. Ankara: Feryal Matbaacılık.

BAŞGÖZ, İlhan (2008). *Türkü.* İstanbul: Pan Yayıncılık.

BAŞGÖZ, İlhan (2012). *Türkülü Aşk Hikâyeleri.* İstanbul: Pan Yayıncılık.

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.

BEHÇETOĞULLARI, Pembe (2000). "Müzik Videolarında Kadın İmgesi ve Kadına Yönelik Şiddet", *Televizyon, Kadın ve Şiddet,* Ed. N.B. Çelik. Ankara: KİV Yayınları.

BEKKİ, Salahaddin (2012). "Abdallık Geleneği ve Neşet Ertaş". *Ahi Evran Aktüel,* Ahi Evran Üniversitesi Bilim Kültür ve Sanat Dergisi. S. 3, ss: 10-13.

BEKKİ, Salahaddin (2013). "Neşet Ertaş Türkülerinin Kaynakları Üzerine". *Uluslararası Bozkırın Tezenesi Neşet Ertaş Sempozyumu Bildirileri.* Kırşehir: C. 1, ss: 145-163.

BERLAND, Jody (1993a). "Contradicting Media: Toward a Political Phenomenology of Listening". *Radiotext(e).* Drl. N. Strauss, *Semiotext(e)* 6/16.

BERLAND, Jody (1993b). "Sound, Image and Social Space: Music Video and Media Reconstruction", *Sound and Vision: The Music Video Reader.* Ed. S. Frith, A. Goodwin, L. Grosberg. London: Routledge.

BİLEN, Kadir vd. (2014). "Sosyal Ağların Kullanım Amacı ve Benimsenme Süreci; Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Örneği". *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi,* 3/1, ss: 115-123.

BOCOCK, Robert (1997). *Tüketim* (Çev.: İrem Kutluk). Ankara: Dost Kitabevi.

BORATAV, Pertev Naili (1982). *100 Soruda Türk Halk Edebiyatı*. İstanbul.

BORATAV, Pertev Naili (2002). *Halk Hikâyeleri ve Halk Hikâyeciliği.* İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.

BOYRAZ, Şeref (2001a). "Halk Kültürü Unsurlarının Televizyon Reklamlarında Kullanılması". *Milli Folklor,* S. 49, ss: 93-108.

BOYRAZ, Şeref (2001b). "İletişim Araçlarının Ozanlık Geleneği Üzerine Etkileri". *Folklor/Edebiyat,* S. 26, ss: 163-168.

CASTELLS, Manuel (2005). *Ağ Toplumunun Yükselişi.* İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

CHISTAKIS, Nicholas A. ve James H. Fowler (2012). *Sosyal Ağların Şaşırtıcı Gücü ve Yaşantımızı Biçimlendiren Etkisi.* İstanbul: Varlık Yayınları.

CLARK, Eddie vd. (1994). *Attention, Attitudeand Affect in Responseto Advertising.* Hillsdale: Lawrence Eelbaum Associates.

CONNELL, John ve Chris Gibson (2003). *Sound Tracks: Popular Music, Identity and Place.* London: Routledge Publishing.

COŞKUN, Esin (2009). *Türk Sinemasında Akım Araştırması.* Ankara: Phoenix Yayınevi.

ÇAKIR, Mukadder (2014). *Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü.* Ankara: Ütopya Yayınları.

ÇANKAYA, Özden (2000). *İstanbul Radyosu: Anılar, Yaşantılar.* İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. (Ayhan Dinç, Nail Ekici ile birlikte).

ÇELENK, Sevilay (2005). *Televizyon, Temsil, Kültür: 90'lı Yıllarda Sosyokültürel İklim ve Televizyon İçerikleri.* İstanbul: Ütopya Yayınevi.

ÇELİK, Abdurahman (2011). *Kültür Endüstrisi-Üç Yanlış Bir Doğru.* İstanbul: Literatür Yayıncılık.

ÇELİK, Levent (2003). "1960-1980 Arası Türkiye'de Yayımlanış Hiciv Plaklarının Tematik Açıdan İncelenmesi". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ÇELİKCAN, Peyami (1996). *Müziği Seyretmek: Popüler Müzik-Medya İlişkileri Açısından Müzik Videosu ve Müzik Televizyonu.* Ankara: Yansıma Yayınları.

ÇERÇİ, Fatih (2009). "Çocukların Reklamları Anlama ve Algılama Düzeyleri ile Demografik Değişkenler Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Mersin İlinde Bir Araştırma". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ÇETİNKÖK, Ayşegül (2009). "Türk Halk Müziği Uyanışının Kitle İletişim Medyası Bileşeni Olarak Türkü Radyo". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü.

ÇETİNOK, Nejat (2007). *Radyo Bilgisi.* İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları.

ÇEVİK, Mehmet (2015). "Televizyon Dizileri Halk Hikâyelerinin Modern Şekli midir?". *Millî Folklor,* S. 106, ss. 34-46.

ÇIĞLIK, Hikmet (2014). "Yirminci Asırdan Günümüze Âşıklık Geleneğinin İcra Ortamları". Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ÇİFTLİKÇİ, Ramazan (1996). "Halk Hikâyeleri ve Hikâyeciliği Üzerine Aşık Murat Çobanoğlu ve Aşık Şeref Taşlıova ile Bir Görüşme". *Folklor/Edebiyat,* S.7, ss: 97-106.

ÇİMEN, Ali (2014). *Tarihi Değiştiren İcatlar ve Mucitler.* İstanbul: Timaş Yayınları.

ÇOBANOĞLU, Özkul (1999). *Halkbilimi Kuramları ve Araştırma Yöntemleri Tarihine Giriş* (1. Baskı). Ankara: Akçağ Yayınları.

ÇOBANOĞLU, Özkul (2000a). *Âşık Tarzı Kültür Geleneği ve Destan Türü.* Ankara: Akçağ Yayınları.

ÇOBANOĞLU, Özkul (2000b). "Barış Manço Araştırmalarının Önemi ve Yöntemi Üzerine Tespitler". *Millî Folklor*, S. 46, ss: 40-46.

ÇOBANOĞLU, Özkul (2002a). "Medya ve Geleneksel Kültür Bağlamında Âşıklık Geleneği Dinleyici Tipolojisine Doğru". *III. Uluslararası Çukurova Halk Kültürü Kongresi, Medya ve Geleneksel Kültür Seksiyon Bildirileri.* Anakara: Kültür Bakanlığı Yayını, ss: 53-60.

ÇOBANOĞLU, Özkul (2002b). *Halkbilimi Kuramları ve Araştırma Yöntemleri Tarihine Giriş*. (2. Baskı) Ankara. Akçağ Yayınları.

ÇOBANOĞLU, Özkul (2006). *Eminönü Merkezli Âşık Edebiyatı.* İstanbul: Eminönü Belediyesi Yayınları.

DAĞTAŞ, Banu (2009). *Reklam, Kültür, Toplum*. İstanbul: Ütopya Yayınevi.

DEMİR, Cengiz (2005). *Bir Radyomuz Vardı…: Ünlülerin Radyo Anıları.* İstanbul: Pozitif Yayıncılık.

DİKİCİ, Radi (2005). *Müzeyyen Senar: Cumhuriyet'in Divası.* İstanbul: Remzi Kitabevi.

DİNÇ, Ayhan (2000). "İstanbul Radyosu'nun Öyküsü". *İstanbul Radyosu: Anılar, Yaşantılar.* İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

DİNÇMEN, Gülben (2007). *Radyolu Yıllar.* İstanbul: G Yayınları.

DUNBAR, David S. (1990). "Music and Advertising", *International Journal of Advertising*, 9-3, pp: 197-203.

DUNDES, Alan (1998). "Doku, Metin ve Konteks", Çev.: Metin Ekici. *Millî Folklor*. S: 38, ss: 106-119.

DURBİLMEZ, Bayram (2010). "Âşıklık Geleneklerinde Saz". *Millî Folklor*, S. 85, ss. 148-158.

DÜZGÜN, Dilaver (1998). "Erzurum'da Âşık Kahvehanesi Geleneği", *Prof. Dr. Dursun Yıldırım Armağanı.* Hzl: M. Özarslan-Ö. Çobanoğlu. Ankara, ss: 205-224.

DÜZGÜN, Dilaver (2004). "Âşık Edebiyatı", *Türk Halk Edebiyatı El Kitabı.* Ed. M. Öcal Oğuz. Ankara: Grafiker Yayınları.

DÜZGÜN, Dilaver (2009). "Âşıklık Geleneğinin Değişim ve Dönüşüm Sürecinde Barış Manço", *Millî Folklor,* S. 84, ss: 42-50.

EKİCİ, Metin (2007). *Halk Bilgisi (Folklor) Derleme ve İnceleme Yöntemleri.* Ankara: Geleneksel Yayınları.

EKİCİ, Metin (2013). "Türkü İncelemelerinin Yöntemi Üzerine Bir Değerlendirme". *Kültürümüzde Türkü Sempozyumu Bildirileri* (22-25 Ekim 2011), Sivas: İl Kültür ve Turizm Müdürülüğü, C.I, ss: 43-49.

ELÇİ, Armağan C. (1997). *Muzaffer Sarısözen (Hayatı, Eserleri, Çalışmaları).* Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

ELÇİ, Armağan (2015). "The Legends Minstrel Şeref Taşlıova Transmitted from Minstrel Kahraman in the Context of Oral History Text". *Millî Folklor,* S:106, ss: 14-33.

ELDEN, Müge (2005). "Glokal Reklam Kampanyalarında Yaratıcılığın Önemi". *Bilig,* S. 32, ss: 65-82.

ENNINGER, Werner (1998). "Giyim", Çev: Nebi Özdemir. *Millî Folklor.* S. 39, ss: 92-96.

ERDEM, Elif (2010). "Elektronik Medya ve Yeni Bir Medya Olarak Sosayal Ağlar", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üinversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ERDOĞAN, İrfan ve Pınar Beşevli Solmaz (2005). *Sinema ve Müzik.* Ankara: ERK Yayınları.

EROĞLU, Türker (1990). "Arabesk Müzik, Özgün Müzik, Çağdaş Halk Müziği ve Türkiye'de Sanatın Ucuzluğu", *Millî Folklor,* S.6, ss:16-17.

ERSOY, Ruhi (2006). "Gelenek, Değişim ve Kıbrıs'ta Türk Kimliği", *Türkbilig,* 2006/12, ss: 134-142.

ERSOY, Ruhi (2011). "-Havuç Raydan Çıktı- Çerçevesinde Televizyon Dizilerinin Toplum Üzerinde Etkileri". *Kutlu Sesleniş,* S. 81, ss: 21-29.

ERSOY, Ruhi (2012). "Halk Bilimi Çalışmalarının Gelişimine Paralel Olarak 'Alan Araştırması' Kavramını Yeniden Düşünmek", *Millî Folklor,* S.94, ss: 5-13.

ERYILMAZ, Tuğrul (2005). "Radyo ve Radyoculuk". *Radyo ve Radyoculuk.* Drl. Sevda Alankuş. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

FISKE, Jhon (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çev. Süleyman İrvan, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

FİDAN, Gülşah Gaye (2012). "Sindbâdnâmelerden Hareketle Çerçeve Hikâye Geleneğinde Metinlerarasılık". *Divan Edebiyatı Araştırmaları Dergisi,* S.8, ss: 67-88.

FİDAN, Süleyman (2008). "Anadolu Folklorunda Askerlik: Adana, Gaziantep, Kayseri Örneği". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

FİDAN, Süleyman (2011). "Türk Kültüründe Askerî Giyim-Kuşam ve Asker Modası". *Millî Folklor,* S. 92, ss: 95-105.

FİDAN, Süleyman (2014). "Reklam-Müzik İlişkisi Bağlamında Televizyon Reklamlarında Türk Halk Müziği Unsurlarının Kullanımı". *Uluslararası Müzik ve Medya Sempozyumu,* 21-23 Mayıs 2014. İstanbul: MÜZDAK.

FRITH, Simon (1987). "The Industrialization of Popular Music", Ed. James Lull, *Popular Music and Communication.* London: Sage Publications, ss: 53-77.

Gelişim Hachette (1993). "Televizyon", C.11, s. 4017.

GEORGEON, François (1999). "Osmanlı İmparatorluğunun Son Döneminde İstanbul Kahvehaneleri", *Doğu'da Kahve ve Kahvehaneler.* Çev. Meltem Atik, Esra Özdoğan, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

GEZGİN, Hakkı Süha (2007). *1929'da Plaklardan Dinlediğiniz Sanatkârlar.* İstanbul: Merkez Kitaplar-Tavanarası Kitapları.

GLEBA, Shelby (2006). "You've Got Personality: Effects of Music in Television Advertisement on Perceptions of Product Image". Unpublished Master Thesis. California: California State University.

GOODWIN, Andrew (1993). "A Musicology of the Image", *Music TV and Popular Culture.* Ed. A. Goodwin, London: Routledge.

GÖRKEM, İsmail (2000). *Halk Hikâyeleri Araştırmaları, Çukurovalı Âşık Mustafa Köse ve Hikâye Repertuvarı.* Ankara: Akçağ Yayınları.

GÜNAY, Umay (1992). "Cumhuriyet Terkibi ve Barış Manço". *Millî Folklor,* S. 13, ss: 2-3.

GÜNAY, Umay (1996). "Folklor, Reklam ve Tarhana". *Millî Folklor*, S. 31-32, ss: 3-12.

GÜNAY, Umay (1999). *Türkiye'de Âşık Tarzı Şiir Geleneği ve Rüya Motifi.* Ankara: Akçağ Yayınları.

GÜRATA, Ahmet (2010). "2000'li Yıllarda Sinemaya Bir Bakış", *Sinecine* 1 (1), ss: 131-135.

GÜVEN, Merdan (2015). "Âşık İcralarında Yenileşme ve Kliplerin Önemi", *Âşıklık Geleneği Değişim-Dönüşüm Sempozyumu.* Erzurum: Atatürk Üniversitesi. (Basılmadı)

HABERMAS, Jurgen (2001). *İletişimsel Eylem Kuramı.* Çev. Mustafa Tüzel. İstanbul: Kabalcı Yayınları.

HARVEY, David (1996). *Postmodernliğin Durumu.* Çev.: Sungur Savran. İstanbul: Metis Yayınları.

HATTOX, Ralp S. (1998). *Kahve ve Kahvehaneler.* Çev.: Nurettin El Hüseyin. İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları.

HURON, David (1989). "Music in Advertising: An Analytic Paradigm". *The Musical Quarterly*, ss: 557-574.

HUXLEY, Aldous (1990). "Ekranların Arkasında Kimler Var?", *Enformatik Cehalet,* Drl. Nabi Avcı. Ankara: Rehber Yayınları.

IRAK, Dağhan ve Onur Yazıcıoğlu (2012). *Türkiye ve Sosyal Medya.* İstanbul: Okuyan Us.

İMİK, Nural (2006). "2000-2005 Arası Türkiye'de Televizyon Dizilerinde Kullanılan Müziğin Genç İzleyicilere Etkileri". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Elazığ: Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İMİK, Nural ve Mustafa Yağbasan (2007). "Televizyon Dizilerinde Kullanılan Müziklerin Genç İzleyicilerin Dizileri İzleme Oranına Etkisi". *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,* S. 28, ss: 103-114.

JONES, Steve (1992). *Rock Formation.* London: Sage.

KAÇAR-GİTMEZ, Songül (1999). "Küreselleşen Dünyamızda Medya ve Kültür". *Folklor/Edebiyat,* S.15.

KALAY, Ayşe (2007). "Tüketim Kültürü İçinde Müziğin Görselleştirilmesi: Klipler", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi.* S.30, ss: 79-96.

KALAY, Ayşe (2008). *Müziğin Görselliği.* İstanbul: Kalkedon Yayınları.

KAPTAN, Ali (2002). *1927'den Günümüze Anılarla Radyo-Televizyon.* İstanbul: Maltepe Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Yayınları.

KARA, Tolga (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi.* İstanbul: Beta Yayıncılık.

KARTARI, Asker (2000). "Anadolu Aşık Geleneği'nin Medya'da Temsili ve İşlevselliği". *Folklor/Edebiyat,* S.21, ss: 11-17.

KAYA, Doğan (2001). Âşıklık Geleneğinin Geleceği ile İlgili Düşünceler ve Yapılması Gerekenler". *Millî Folklor,* S. 52, ss: 87-92.

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.

KIRDAR, Gökhan (2005). "Dizi Müzikleri Yaptı Hayran Kitlesi Arttı". *Hürriyet-Kelebek.* 10.8.2005.

KOCADAŞ, Bekir (2005). "Kültür ve Medya", *Bilig,* S.34, ss: 1-13.

KÖPRÜLÜ, M. Fuad (2004). *Saz Şairleri I-V.* Ankara: Akçağ Yayınları.

KÖPRÜLÜ, M. Fuad (2014). *Edebiyat Araştırmaları-I.* İstanbul: Alfa Basım Yayım.

KÖSE, Aynur (2014). "Değişimin Gölgesindeki Gelenek: Popüler Diziler ve Değişen Ad Verme Kültürü". *Millî Folklor,* S. 101, ss: 291-306.

KUBACKI, Krzysztof ve Robin Croft (2010). "Mass Marketing, Music and Morality". Journal of Marketing Management. 20: 5, pp: 577-590.

KUYUCAK ESEN, Şükran (2016). *Türk Sinemasının Kilometre Taşları (Dönemler ve Yönetmenler).* İstanbul: Agora Kitaplığı.

KUYUCU, Mihalis (2013). "Türkiye'de Özel Radyo Yayıncılığı: Ulusal Ölçekte Yayın Yapan Özel Radyo Kanallarının Yapıları Üzerine Bir Araştırma". *Global Media Journal*, S.7, ss: 135-155.

KÜÇÜKBASMACI, Gülten (2013). "Elektronik Çağda Sözün Satıcıları: Radyo ve Televizyon". *Turkish Studies.* C. 8/4, ss: 1063-1080.

KÜÇÜKERDOĞAN, Rengin (2011). *Reklam Nasıl Çözümlenir?-Reklam İletişiminde Göstergeler ve Stratejiler-.* İstanbul: Beta Yayıncılık.

KÜTÜKÇÜ, Tamer (2012). *Radyoculuk Geleneğimiz ve Türk Musikisi.* Ankara: Ötüken Neşriyat.

LULL, James (2000). *Popüler Müzik ve İletişim.* Çev.: Turgut İblağ. İstanbul: Çiviyazıları.

McGREW, Anthony (1992). "A Global Society". *Modernity and its Futures.* Eds. D. Held, S. Hall, T. A. McGrew. Cambridge: Open Univ. Press.

McLUHAN, Marshall ve B.R. Powers (2001). *Global Köy-21. Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler.* Çev: Bahar Öcal Düzgören, İstanbul: Scala Yayıncılık.

MERRIAM, Alan P. (1964). *The Anthropology of Music.* Evanston, IL: North-western Univ. Press.

METE, Mehmet (1999). *Televizyon Yayınlarının Türk Toplumu Üzerindeki Etkisi.* Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayınları.

MEYROWİTZ, Joshua (1985). *No Sense of Place.* Oxford: Oxford Univ. Press.

MILLER, William (2009). *Senaryo Yazımı.* İstanbul: Hayalbaz Kitap.

MİRZAOĞLU, Gülay (2001). "Türkülerin İşlevleri ve Zeybek Türküleri. *Türkbilig,* 2001/2, ss: 76-91.

MİRZAOĞLU, Gülay (2015). *Halk Türküleri (Konu-İcra-Yapı-Anlam-İşlev).* Ankara: Akçağ Yayınları.

MODLESKI, Tania (1998). *Eğlence İncelemleri.* İstanbul: Metis Yayınları.

MUTLU, Erol (1991). *Televizyonu Anlamak.* Ankara: Gündoğan Yayınları.

MUTLU, Erol (1999). *Televizyon ve Toplum.* Ankara: TRT.

NACAROĞLU, Derya (2007). "2000'li Yıllarda Popüler ve Geleneksel Kültür Arasında Yerel Kanalların Duruşu ve İzlerkitle ile İlişkisi", *Medya Okumaları,* Drl. Özgür Yılmazkol, Ankara: Nobel Yayınları.

NADEL, Siegfried F. (1951). *The Foundations of Social Anthropology.* New York: Free Press.

OĞUZ, M. Öcal (1999). "Dr. Barış Manço". *Millî Folklor,* S. 42, ss: 97.

OĞUZ, M. Öcal (2008). "UNESCO ve Geleneğin Ustaları", *Millî Folklor,* S.77, ss:5-10.

OĞUZ, M. Öcal (2009). *Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?.* Ankara: Geleneksel Yayıncılık.

ONARAN, Âlim Şerif (1994). *Türk Sineması*. C.1. Ankara: Kitle Yayınları.

ONARAN, Oğuz (2004). "Sinemada Müzik Kullanımı ve Bir Örnek: Uzak", *Görüntünün Müziği Müziğin Görüntüsü.* Drl. Cem Pekman-Barış Kılıçbay, İstanbul: Pan Yayıncılık.

ONAT, Ferah ve Özlem Aşman Alikılıç (2008). "Sosyal Ağ Sitelerinin Reklam ve Halkla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirilmesi". *Journal of Yaşar University,* 3(9), ss:1111-1143.

ONG, Walter J. (2003). *Sözlü ve Yazılı Kültür- Sözün Teknolojileşmesi.* İstanbul: Metis Yayınları.

OWEN, M. Trefor (2005). "Folklor ve Popüler Kültür", Çev.: Selcan Gürçayır, *Millî Folklor*, S.65, ss: 137-141.

ÖCALAN, Koray (2013). "Zahide Türküsü (Hikâyesi ve Metni)". *Uluslararası Bozkırın Tezenesi Neşet Ertaş Sempozyumu Bildirileri.* Kırşehir: C. 2, ss: 631-643.

ÖGEL, Bahaeddin (1991). *Türk Kültür Tarihine Giriş,* C.9. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

ÖĞÜT-EKER, Gülin (2004). "Gelenekten Geleceğe Halk Edebiyatı", *Türk Halk Edebiyatı El Kitabı.* Ed. M. Öcal Oğuz. Ankara: Grafiker Yayınları.

ÖRNEK, Sedat Veyis (2014). *Türk Halkbilimi.* Ankara: BilgeSu Yayıncılık.

ÖZARSLAN, Metin (2001). *Erzurum Âşıklık Geleneği.* Ankara: Akçağ Yayınları.

ÖZARSLAN, Metin (2012). "Gerçekten Efsaneye Bir Hayat: Ezo Gelin", *Millî Folklor*, S. 95, ss: 161-170.

ÖZBEK, Mehmet (2009). *Türkülerin Dili.* İstanbul: Ötüken Neşriyat.

ÖZCAN, Öner (2001). *Neşet Ertaş, Yaşamı ve Bütün Türküleri.* İstanbul: Simurg Yayınları.

ÖZDEMİR, Nebi (2002). "Türk Anlatım ve Gösterim Geleneği İçinde Özay Gönlüm'ün Yeri". *Millî Folklor*, S. 53, ss: 39-55.

ÖZDEMİR, Nebi (2005). *Cumhuriyet Dönemi Türk Eğlence Kültürü.* Ankara: Akçağ Yayınları.

ÖZDEMİR, Nebi (2008). *Medya, Kültür ve Edebiyat.* Ankara: Geleneksel Yayıncılık.

ÖZDEMİR, Nebi (2009). "Turizm ve Edebiyat". *Millî Folklor,* S. 82, ss: 32-49.

ÖZDEMİR, Nebi (2012). *Kültür Ekonomisi ve Yönetimi.* Ankara: Hacettepe Yayıncılık.

ÖZDEMİR, Nebi (2013). "Âşıklık Geleneği ve Kültür Ekonomisi/ Endüstrileri (Neşet Ertaş ve Eserleri)". *Uluslararası Bozkırın Tezenesi Neşet Ertaş Sempozyumu Bildirileri.* Kırşehir: C. 2, ss: 683-718.

ÖZDEMİR, Nebi (2015). "Gelenek ve Değişim". *Âşıklık Geleneği Değişim-Dönüşüm Sempozyumu.* Erzurum: Atatürk Üniversitesi. (Basılmadı)

ÖZEREN, Alp (2004). "Reklam Müziğine Dair". *Müzik ve Bilim,* Uluslararası Hakemli Bilimsel Müzik Dergisi. S.2.

ÖZGÜÇ, Agâh (1990). *Başlangıcından Günümüze Türk Sinemasında İlkler.* İstanbul: Yılmaz Yayınları.

ÖZGÜÇ, Agâh (1993). *Yüz Filmde Başlangıcından Günümüze Türk Sineması.* İstanbul: Bilgi Yayınları.

ÖZMEN, Seçkin (1998). "Türk Sinemasında Destan Filmleri ve Bir Uygulama Örneği Olarak 'Köroğlu' Filmi". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ÖZÖN, Nijat (1970). *İlk Türk Sinemacısı Fuat Uzkınay*. İstanbul: Türk Sinematek Derneği Yayınları.

ÖZÖN, Nijat (2013). *Türk Sineması Tarihi (1896-1960).* İstanbul: Doruk Yayımcılık. (Birinci Baskı 1962)

ÖZULU, İ. Sami (1994). "Reklamcılık ve Reklam Müziklerinin Radyo-Televizyondaki Yeri". Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ÖZUYAR, Ali (2008). *Sinemanın Osmanlıca Serüveni.* Ankara: De Ki Basın Yayım.

PEKMAN, Cem (2000). "Yüz Yılın Radyosu". *İstanbul Radyosu: Anılar, Yaşantılar.* İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

POSTMAN, Neil (2004). *Televizyon Öldüren Eğlence.* İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Radyo (1942a). 15 Mart 1942, S. 4. Matbuat Umum Müdürlüğü.

Radyo (1942b). 15 Sonkânun 1942. Matbuat Umum Müdürlüğü.

Radyo (1942c). 15 Nisan 1942. Matbuat Umum Müdürlüğü.

Radyo (1943). 15 İkincikânun 1943, S. 14. Matbuat Umum Müdürlüğü.

Radyo (1944). 15 Haziran 1944. Basın-Yayın Umum Müdürlüğü.

Radyo (1945). 1 Ocak 1945. S. 37.Basın-Yayın Umum Müdürlüğü.

Radyo (1945b). 1 Eylül 1945. S. 45. Basın-Yayın Umum Müdürlüğü.

Radyo (1947). Aralık 1947. S. 72. Basın-Yayın Genel Müdürlüğü.

Radyo (1948). Kasım-Aralık 1948. S. 83-84. Basın-Yayın Genel Müdürlüğü.

Radyo Haftası (1953). "Bu Hafta Neler Var?", S. 185, s.7.

SÜLEK, Zafer ve Foto Hikmet (1951). "Nağme Üstadı Şemsi Yastıman", *Radyo Magazin,* S. 22, ss: 7-10.

ÇADIRCI, Salih (1951). "Halk Türküleri Okuyucusu Cemil Cankat", *Resimli Radyo Dünyası,* S. 35, ss: 15-18.

Radyo Haftası, (1954). "Türk Sazını Yapılırken Gördüm!", S. 213, ss: 24-25.

Radyo 2000 (2000). İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Grubu.

RATEM (2010). *Türkiye Radyo Televizyon Yayıncılığı,* Sektör Raporu, İstanbul.

RICH, M. vd.(1997). "Aggressors or Victims: Gender and Race in Music Video Violence", *Pediatrics.* S. 101, ss: 669-674.

ROBERTS, D. F. vd. (2002). *Subtance Use in Popular Music Videos.* Washington: Office of National Drug Control Policy.

ROSE, Brain G. (1985). *TV Genres: A Handbook and Reference Guide.* USA: Greenwood Press.

RTÜK (2003). *Cumhuriyet'in 80. Yılında Türkiye'de Radyo ve Televizyon Yayıncılığı.* Ankara: RTÜK Yayınları.

RTÜK (2010). *RTÜK Kamuoyu Araştırmaları 1-2 (2007-2009).* Ankara: RTÜK Yayınları.

RTÜK (2013). *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-2012.* Ankara: Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı.

SAKAOĞLU, Saim (1986). "Ozan, Âşık, Saz Şairi ve Halk Şairi Kavramları Üzerine", *III. Milletlerarası Türk Folklor Kongresi Bildirileri.* C.I, ss: 247-251.

SAYIN, Güneş (2006). "Bir Popüler Kültür Ürünü Olarak Türk Pop Müzik Videolarının Anlatı Yapısı ve Biçimsel Özellikleri". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

SCOGNAMİLLO, Giovanni (2014). *Türk Sinema Tarihi.* Ankara: Kabalcı Yayıncılık.

SERİM, Ömer (2007). *Türk Televizyon Tarihi 1952-2006.* İstanbul: Epsilon Yayıncılık.

SILVERSTONE, Roger (1988). "Television, Myth and Culture", *Media, Myth and Narratives: Television and the Press,* Ed. James W. Carrey. Sage Annual Reviews of Communication Research, ss: 20-47.

SOLMAZ, Mine (1997). "Hacettepe Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü ve Türk Halk Bilimi Ana Bilim Dalında Hazırlanan Tezler Bibliyografyası-II". *Millî Folklor,* S. 36, ss: 93-96.

SPIEGEL, Gabrielle (2002). "Memory and History: Liturgical Time and Historical Time", *History and Theory,* S. 41.

STOREY, John (2000). *Popüler Kültür Çalışmaları.* Çev: K. Karaşahin, İstanbul: Babil Yayıncılık.

ŞAŞMAZ, Raci ve Bahadır Özdener (2005). *Kurtlar Vadisi: Unutulmaz Sözler, Diyaloglar.* İstanbul: Çatı Kitapları.

ŞENGÜL, Cengiz (2013). "TRT THM Repertuvarında Yer Alan Neşet Ertaş Türkülerinin Kimlik Sorunu". *Uluslararası Bozkırın Tezenesi Neşet Ertaş Sempozyumu Bildirileri.* Kırşehir: C.2, ss: 857-862.

ŞİRİN, Betül (1998). "1950-1970 Arası Türkiye'de Sinema Müzik İlişkisi". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

TAN, Nail (1972). "Halk Müziğimizi Yozlaştıranlar". *Musiki Mecmuası,* S. 276, ss: 14-17.

TAN, Nail (1984). "Televizyonda Folklorun Zaferi". *İnanç,* S. 6, ss: 22-24.

TAN, Nail (2009). "Cumhuriyet Dönemi Âşık Şiirinin Genel Görünümü", *Folklor/Edebiyat,* S. 60, ss: 261-268.

TANRIÖVER, Hülya Uğur (2015). "Hayatımızın Tam Ortasındaki Kurgusal Gerçeklik: Diziler". *National Geographic Türkiye,* Nisan 2015, ss. 56-81.

TAŞLIOVA, Mete (2010). *Âşık Şeref Taşlıova-Hayatı ve Şiirleri.* Ankara: MEB Yayınları.

TAŞLIOVA, M. Mete (2011). "Televizyon Folkloru: Alan Araştırmasında Televizyon Tekniği ve Elektronik Turist Rehberliği". *Türkbilig,* 2011/22, ss: 121-136.

TAŞLIOVA, Mete (2014). "Stüdyoya Taşınan Âşıklık veya 'Stüdyo Tipi' Âşıklığa Doğru: Sözlü <Doğal> ve Dijital <Elektronik> İcra Yapıları Üzerinde Mukayese". *Türkbilig,* 2014/27, ss: 79-104.

TAYFUR, Gıyasettin (2008). *Reklamcılık.* Ankara: Nobel Yayıncılık.

TDK (2011). *Türkçe Sözlük*. Ankara: TDK Yayınları.

TEKİN, Hatice Selen (2012). "Popüler Kültür ve Türkülerimiz", *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi,* 2012-1, ss: 153-176.

TİMİSİ-NALÇAOĞLU, Nilüfer (2005). "Küresel İletişim Ortamı ve Yerel Radyolar". *Radyo ve Radyoculuk.* Drl. Sevda Alankuş. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

TITON, Jeff Todd (2006). "Müzik, Halk ve Gelenek", Çev.: Murat Karabulut. *Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 1*. Ankara: Geleneksel Yayınları, ss: 395-399.

TOKEL, Bayram Bilge (2004). *Neşet Ertaş Kitabı.* Ankara: Akçağ Yayınları.

TOKER, Selahaddin (1965). *Gazinatep Ticaret Albümü.* Diyarbakır: Renk Matbaacılık.

TOLL, Robert C. (1982). *The Entartainment Machine.* Oxford: Oxford University Press.

TONKS, Paul (2006). *Film Müziği.* Çev: Âlâ Sivas, İstanbul: Es Yayınları.

TRT, *Türk Halk Müziği Repertuvarı.*

TUİK (2009). *Radyo-Televizyon İstatistikleri (1995-2001, 2002-2009).* Ankara.

TURA, Yalçın (1988). *Türk Musikisinin Meseleleri.* İstanbul: Pan Yayıncılık.

TÜRKMEN, Fikret (1983). *Tahir ile Zühre Hikâyesi (İnceleme-Metin).* Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

UĞUR, İmran (2011). "Televizyon Reklamlarında Müzik ve Reklam İlişkisi". **Erciyes** *İletişim Dergisi "Akademia"*. C.2, S.1, ss. 2-18.

ÜNLÜ, Cemal (2004). *Gel Zaman Git Zaman: Fonograf-Gramofon-Taş Plak.* İstanbul: Pan Yayınları.

VARLI, Ersen (2006). "Türkü Radyolarının Türk Halk Müziği Üzerindeki Etkileri". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

VIVIAN, Jhon (1999). *The Media of Mass Communication.* Boston: Ally Brown.

WILLIAMS, Raymond (1974). *Television: Tecnology and Cultural Form.* London: Fontana.

YAKICI, Ali (2007). *Halk Şiirinde Türkü*. Ankara: Akçağ Yayınları.

YAKICI, Ali (2011). "19. Yüzyılda İletişim Görevi Yürüten Âşıklardan Günümüze Güçlerin Medya Etiğine Tesiri", *Türkiz,* S. 8, ss:129-136.

YANGIN, Birgül (2002). *Çağdaş Türk Ozanı Barış Manço.* Ankara: Akçağ Yayınları.

YAŞAR, Sebahattin (2000a). "Tanıdığım Özay Gönlüm". *Güneyde Kültür Dergisi,* S.120, ss: 20-25.

YAŞAR, Sebahattin (2000b). "Özay Gönlüm ve Yaren: Daha Dün Buradaydı". *Radyo Televizyon Dergisi*, S. 131, ss: 20-22.

YAZGAN, Teoman (2006). *Önce Radyo Vardı- Bir Halk Üniversitesi Ankara Radyosu ve diğerleri 1928-2005.* İstanbul: Tekin Yayınevi.

YILDIRIM, Dursun (1998). *Türk Bitiği*. Ankara: Akçağ Yayınları.

YILDIRIM, Dursun (1999). "Dede Korkut'tan Ozan Barış'a Dönüşüm". *Türk Dili,* S. 570, ss: 505-530.

YORULMAZ, Bilal (2013). "Pepee Çizgi Filminin Din ve Değerler Eğitimi Açısından Değerlendirilmesi". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, S.24, ss: 438-448.

Görüşmeler:

ALPER, Cemal (2015). Erzurum, 1960. Âşık Cemal Divanî. (Süleyman Fidan'ın 27.11.2015 tarihinde Âşık Cemal Divanî ile gerçekleştirdiği çevrimiçi görüşme notları S.F. özel arşivindedir).

AYAZ, Mustafa (2015). Kars, 1964. Âşık Mustafa Kurbanoğlu. (Süleyman Fidan'ın 09.11.2015 tarihinde Âşık Mustafa Kurbanoğluı ile gerçekleştirdiği telefon görüşmesinin notları S.F.özel arşivindedir).

BOZKURT, Mustafa (2015). Gaziantep, 1989. Müzisyen, "O Ses Türkiye" yarışması 2013 yılı birincisi. (Süleyman Fidan'ın 14.4.2015 tarihinde Mustafa Bozkurt ile Gaziantep'te gerçekleştirdiği görüşme notları S.F. özel arşivindedir).

COŞKUN, Erol (2015). Ardahan, 1963. Âşık Coşkunoğlu. (Süleyman Fidan'ın 09.11.2015 tarihinde Âşık Erol Coşkunoğlu ile gerçekleştirdiği çevrimiçi görüşme ve telefon görüşmesinin notları S.F.özel arşivindedir).

ÇOBANOĞLU, Şentürk (2014). Kars. İş adamı, Âşık Murat Çobanoğlu'nun oğlu. (Süleyman Fidan'ın 15.12.2014'te Şentürk Çobanoğlu ile Gaziantep'te gerçekleştirdiği görüşme notları S.F. özel arşivindedir).

DEMİRKAT, Neşe (2013). İstanbul. Türküola müzik firması yapımcısı. (Süleyman Fidan'ın 14.8.2013'te Neşe Demirkat ile İstanbul'da gerçekleştirdiği görüşme notları S.F. özel arşivindedir).

ÖZBEK, Mehmet (2013). Şanlıurfa, 1945. Halk edebiyatı doktoru, sanatçı, derlemeci (Yunus Deniz'in Mehmet Özbek ile 22.4.2013 tarihinde Gaziantep'te gerçekleştirdiği görüşmenin deşifre edilmiş metni S.F. özel arşivindedir).

PAŞMAKÇI, Yücel (2015). İstanbul, 1935. Sanatçı, derlemeci, yapımcı. (Süleyman Fidan'ın Yücel Paşmakçı ile 15.5.2015 tarihinde Gaziantep'te gerçekleştirdiği görüşmenin kayıtları S.F. özel arşivindedir).

SAĞ, Arif (2015). Erzurum, 1945. Halk müziği sanatçısı, MESAM yöneticisi. (Özgün Doğan'ın Arif Sağ ile 10.02.2015 tarihinde İstanbul'da gerçekleştirdiği görüşmenin kayıtları S.F. özel arşivindedir).

SALTIK, Hasan (2013). Tunceli, 1964. Kalan Müzik kurucusu ve yöneticisi. (Süleyman Fidan'ın Hasan Saltık ile müzik endüstirisi, kayıtlı müzik piyasasında âşıklar, içerik endüstrileri, telif problemleri ve dizi müzikleri konusunda 14.8.2013'te İstanbul'da gerçekleştirdiği görüşme kayıtları S.F. özel arşivindedir).

SALTIK, Hasan (2014). Tunceli, 1964. Kalan Müzik kurucusu ve yöneticisi. (Süleyman Fidan'ın Hasan Saltık ile müzik endüstirisi, kayıtlı müzik piyasasında âşıklar, içerik endüstrileri, telif problemleri ve dizi müzikleri konusunda 17.9.2014 İstanbul'da gerçekleştirdiği görüşme kayıtları S.F. özel arşivindedir).

ŞAHİN, Temel (2015). Erzurum, 1966. Âşık Turabî. (Süleyman Fidan'ın 10.11.2015 tarihinde Âşık Turabî ile gerçekleştirdiği çevrimiçi görüşme notları S.F. özel arşivindedir).

TAŞLIOVA, M. Mete (2016). Kars. Âşık Şeref Taşlıova hakkında telefon görüşmesi ve elektronik görüşme.

YAĞAR, Selami (2015). Erzurum, 1965. Âşık Selami. (Süleyman Fidan'ın 08.11.2015 tarihinde Âşık Selami ile gerçekleştirdiği telefon görüşmesinin notları S.F. özel arşivindedir).

E-kaynaklar:

AKDAĞ, Ceren (2006). "Yirmi Yıldır Saçım Kısa, Köyde Fönlü Gezilmez". Sabah Gazetesi, 5 Şubat 2006. (E.T.: 29.4.2016) http://arsiv.sabah.com.tr/2006/02/08/cp/gnc113-20060128-101.html

Anonimlik,https://www.facebook.com/penguenozer/photos/a.156490661102398.40394.130814907003307/636609849757141/?type=3&theater (E.T.: 01.5.2014)

ARAPGİRLİOĞLU, Hasan ve Serkan Çakır (2013). "Reklam Müziklerinin Marka Farkındalığı Yaratma Açısından Yapısal Olarak İncelenmesi". *Akademik Bakış Dergisi,* S.36 (www.akademikbakıs.org)

ARTUN, Erman (2000). "İletişim Çağından Âşıklık Geleneğinin Geleceği". *İletişim Çağında Halk Kültürü ve Ozanlığın Geleceği Sempozyumu Bildirileri,* Ankara. http://turkoloji.cu.edu.tr/HALKBILIM/12.php (E.T.: 14.10.2014)

"Âşıkların Avazı" (https://www.youtube.com/watch?v=GGAKRnpZcJ4) (E.T.:3.10.2015)

"Âşıklar Meydanı" programı (http://www.tv5.com.tr/usta-asiklardan-resitalasik-nuri-ciragi-cemal-divani-sitki-eminoglu-03-11-2013-_pri294.html) (E.T.:3.11.2013)

Atabarı: https://www.youtube.com/watch?v=BHrj6kyGY7o (E.T.: 11.12.2015)

AYTUĞ, Yüksel (2014). "X Factor Neden Tutmadı?", *Sabah* Gazetesi http://www.sabah.com.tr/yazarlar/gunaydin/aytug/2014/03/29/x-factor-neden-tutmadi (E.T.: 29.3.2014):

BOYD, B. D. Ve B. N. ELLISON (2007). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication,* 13 (1).

Cem Radyo Yayın Programı http://www.cemradyo.com/yayinakisi.asp (E.T.: 12.12.2014)

Cemile: https://www.youtube.acom/watch?v=BtH8S-TXH9E (E.T.: 11.12.2015)

ÇAĞILTAY, Kürşat (1997). "Herkes İçin İnternet", Ankara: METU Press. http://seset.ceit.metu.edu.tr/2013/04/internetin-tarihcesi-ve-turkiyeye-internetin-gelisi/ (E.T.: 12.4.2016)

Çayda Çıra: https://www.youtube.com/watch?v=zK4_ydqXaDc (E.T.: 11.12.2015)

Çayelinden Öteye: https://www.youtube.com/watch?v=pdMiuvUkCJ0 (E.T.: 11.12.2015)

ÇOBANOĞLU, Özkul (1998). "Elektronik Kültür Ortamında Âşık Tarzı Şiir Geleneği Bağlamında Çukurova Âşıkları Üzerine Tespitler", III. Uluslararsı Bilgi Şöleni, Adana. http://turkoloji.cu.edu.tr/CUKUROVA/sempozyum/semp_3/cobanoglu.php (E.T.: 12.10.2007)

Davetsiz Misafir https://www.youtube.com/watch?v=HYendrUjOuU (E.T.: 15.12.2015)

Dere Tepe Türkiye-Erzurum (1988) https://www.youtube.com/watch?v=5nxGsMtw_6Q (E.T.: 20.9.2014)

Dere Tepe Türkiye-Erzurum-1988)https://www.youtube.com/watch?v=bncKWmw8jaA (E.T.: 20.9.2014)

Dere Tepe Türkiye- Kars (1988) https://www.youtube.com/watch?v=jzJF06G16Is (E.T.: 20.9.2014)

FATHERLEY, Richard W. And David T. MacFarland (2014). *The Birtf of Top 40 Radio: The Storz Sstations' Revolution of the 1950s and 1960s.* Jefferson, North Carolina and London: McFarland Company (E-book). http://www.dailymotion.com/tr (E.T.: 15.12.2015)

Gezelim Görelim http://www.fethiyehaber.com/gezelim-gorelimin-konugu-kerimoglu-ismail-uzunoglu/ (E.T.: 29.4.2016)

Hanımey: https://www.youtube.com/watch?v=1o3zqM9hqf0 (E.T.: 11.12.2015)

Harmandalı Zeybeği: https://www.youtube.com/watch?v=OQYbkR0uRcw (E.T.: 11.12.2015)

Ilgaz: https://www.youtube.com/watch?v=7Rqszu6uJxA (E.T.: 11.12.2015)

İTÜ TV: http://ennler.net/wp-content/uploads/2014/09/27/tv-itu-tv-005.jpg

Lezzet Haritası: https://www.youtube.com/watch?v=w12aR_Ba1F0 (E.T.: 15.12.2015)

Magic Box Star 1: http://beklenenkral.blogspot.com.tr/2014/08/star-tv-buyuk-bir-mazi.html

OKAN, Sungu (2015). "Derlemeler (Kayıtlar-Yöresel Çalışmalar-Alan Araştırmaları)". http://www.turkishmusicportal.org/page.php?id=46&lang2=tr (E.T.: 08.02.2015)

Oktay Usta Yemek Programı: https://www.youtube.com/watch?v=UIROtcMR89g (E.T.: 15.12.2015)

POYRAZOĞLU, Ahmet (2015). Kişisel sosyal medya sayfası: https://www.facebook.com/ahmetpoyrazbey?fref=ts (E.T.: 20.11.2015)

Rafadan Tayfa: https://www.facebook.com/rafadantayfa/photos_stream (E.T: 28.4.2016)

Susadım Su İsterim: https://www.youtube.com/watch?v=QoOR__wjTK4 (E.T.: 11.12.2015)

Toycular Yâr Can: https://www.youtube.com/watch?v=VxXPyNL_vHM (E.T.: 11.12.2015)

Trakya Karşılaması: https://www.youtube.com/watch?v=aHagYaY-wU8 (E.T.: 11.12.2015)

YARDIMCI, Mehmet (2009). "Geçmişten Günümüze Ozanlık Geleneği ve Bu Süreçte İletişim Araçlarının Rolü". http://turkoloji.cu.edu.tr/HALK%20EDEBIYATI/mehmet_yardimci_gecmisten_gunumuze_ozanlik.pdf (E.T.: 16.11.2015)

YARMAN, Ozan (2010). "Alaturka Müziğin Yasaklanmasında Atatürk: Belgeler Zemininde Bir Çözümleme". *Saz ve Söz* (E-Dergi), S.9. URL: http://www.ozanyarman.com/files/ataturk_ve_musiki.pdf (E.T.: 12.10.2016)

YILMAZOĞLU, Yener (2015). Kişisel sosyal medya sayfası: https://www.facebook.com/yilmazogluyener?fref=ts (E.T.: 12.12.2015)

http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html [1/13/10 11:50:58 AM] (E.T.: 15.4.2016)

http://seset.ceit.metu.edu.tr/2013/04/internetin-tarihcesi-ve-turkiyeye-internetin-gelisi/ (E.T.: 12.4.2016)

http://tr.wikipedia.org/wiki/Show_TV_taraf%C4%B1ndan_yay%C4%B1nlanan_programlar%C4%B1n_listesi (E.T.: 12.9.2013)

http://webrazzi.com/2015/02/09/sosyal-aglar-aktif-kullanici-webrazzi-pro/ (E.T.:16.4.2016)

http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2015/ (E.T.: 12.4.2016)

http://www.haberturk.com/video/haber/izle/muzik-ve-yol-kirsehirde/61842 (E.T.: 29.4.2016)

http://www.internetarsivi.metu.edu.tr/tarihce.php (E.T.: 12.4.2016)

http://www.internetworldstats.com (E.T.: 12.4.2016)

http://www.mesam.org.tr/eser-arama

http://www.rafadantayfa.com/bolumlerimiz/ (E.T.: 27.4.2016)

http://www.seokursu.com.tr/sosyal-medya-siteleri (E.T.: 14.4.2016)

http://www.turkuler.com/nota/ezgi_bir_hisminan_geldi_gecti_kiziroglu.html

http://www.youtube.com/yt/about/ (E.T.: 30.10.2016)

https://support.google.com/youtube/answer (E.T.: 12.4.2016)

https://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_a%C4%9F (E.T.: 15.4.2016)

https://tr.wikipedia.org/wiki/YouTube (E.T.: 30.10.2016)

https://twitter.com/sirasendetrt/media?lang=tr (E.T.: 12.11.2015)

https://www.facebook.com/A%C5%9F%C4%B1k-Fuat-%C3%87erkezo%C4%9Flu-Resmi-Sayfas%C4%B1-187885847910805/?fref=ts (E.T.: 12.8.2016)

https://www.facebook.com/A%C5%9F%C4%B1k-Reyhani-166750950012897/?fref=ts (E.T:15.11.2016)

https://www.facebook.com/asikcemal.divani?ref=ts&fref=ts&qsefr=1

https://www.facebook.com/asikveyseltv/?fref=ts (E.T.: 15.10.2016)

https://www.facebook.com/metin.ozarslan?fref=ts

https://www.facebook.com/muratcobanoglufanclub/?fref=ts (E.T:. 15.11.2016)

https://www.facebook.com/NesetErtasFan/ (E.T.: 15.11.2016)

https://www.facebook.com/pages/A%C5%9F%C4%B1kVeysel/112133262145507?fref=ts (E.T. : 15.10.2016)

https://www.youtube.com/watch?v=BACeoHB1J8U

https://www.youtube.com/watch?v=jsRTofPbsrE (E.T.: 09.11.2016)

https://www.youtube.com/watch?v=nScNDOMJlWI (E. T.: 11.5.2016)

https://www.youtube.com/watch?v=OsLwLOft_5c&list=PLOP8MwvFE7nM1wjnXWEYGd7Q9zfWwtwcz (E.T. : 30.10.2016)

https://www.youtube.com/watch?v=PY0Y6lzkWvE (E.T.: 15.3.2013)

https://www.youtube.com/watch?v=VAQdo6lzJ6M&list=PLOP8MwvFE7nO-eWoRpwVrqzEq82mh9SlV&index=21 (E.T.: 13.5.2016)

https://www.youtube.com/watch?v=z9tkGFNICEY (E.T.: 15.08.2014)

www. showtv.com.tr

www.fox.com.tr

www.google.com

www.haberler.com

www.kanald.com.tr

www.mesam.org.tr

www.rtuk.gov.tr

www.sinematurk.com

www.startv.com.tr

www.tdk.gov.tr

www.trt.net.tr

www.turkuler.com

www.tv5.com.tr

www.wikipedia.org

www.youtube.com

uryad.org.tr

Görsel/İşitsel Kaynaklar:

Âşıklar Meclisi (2009). Televizyon Programı, 69 Bölüm. Genel Yönetmen: Kutlay Doğan, Sunucu: Zeynep Köşker, TRT-AVAZ.

Âşıklar Meydanı (2013). Televizyon programı. Sunucu: Âşık Nuri Çırağı (Nuri Cihan Karataş), TV5, 03.11.2013.

Âşıkların Avazı (2015). Televizyon programı. Sunucu: Âşık Kul Nuri (Nurettin Türkan), TRT-AVAZ, 30.10.2015.

Âşıkların Dünyasından (1976). Televizyon programı. https://www.youtube.com/watch?v=JO0Y0-uba2s

AYDIN, Mustafa (yy). *Özel Klipler*. VCD. Âşık Mustafa Aydın'ın hazırlamış olduğu klip VCD'si.

Bozkırın Tezenesi "Neşet Ertaş" (1997). Belgesel. Yapımcı: Bayram Bilge Tokel. TRT, Arşiv No: 06 DA 1652.

ÇOBANOĞLU, Murat ve Yener Yılmazoğlu (yy). *Dünya/Ustamla Yolculuk-1*. VCD. İstanbul: Ufuk Yılmazoğlu Müzik ve Film Yapım.

GÖNLÜM, Özay (2004). *Arşiv Kayıtları 1-2*. İstanbul: Kalan Müzik.

GÜREL, Kemal Sahir vd. (2008). *Elveda Rumeli-Makedonya 1897 Dizi Müziği*. İstanbul: Kalan Müzik.

Ozanın Kopuzundan Âşığın Sazına (1990). Televizyon Programı, 14 Bölüm. Yönetmen: Sadık Yalsızuçanlar, TRT Arşiv No: 06 BA 2684.

Ozanların Sazından (1973). Televizyon programı. Yönetmen: Güner Sarıoğlu, TRT, 26.10.1973, Arşiv No: DA 1478.

Poyraz Yeli (2015). Televizyon programı. Sunucu: Âşık Ahmet Poyrazoğlu, EkinTürk TV, 13.11.2015.

Mahzunî Şerif (1975). Radyo programı, Köln Radyosu.

ÇOBANOĞLU, Murat, Şeref Taşlıova ve Rüstem Alyansoğlu (1980). *Âşık Karşılaşması.* TRT-Ankara Radyosu.

Sarı Tel (2015). Televizyon programı. Sunucu: Âşık Yener Yılmazoğlu, Vatan TV, 13.3.2015.

SARISÖZEN, Muzaffer (2002). *Muzaffer Sarısözen CD.* Ankara: TRT Müzik Dairesi Başkanlığı.

SINAV, Osman yön. (2009). *Sakarya-Fırat.* Televizyon dizisi. Sinegraf Yapım.

ŞATIROĞLU, Veysel (1964). *Âşık Veysel ile Radyo Söyleşisi.* TRT ARŞİV-SÖZ CD 2753.

EKLER

Ek-1: Âşık Veysel Şatıroğlu'nun Konuk Olduğu 1964 Yilinda Yayınlanan Radyo Programının Sözel Metni

SUNUCU: Âşık Veysel, Türkiye Radyoları mikrofonunda. Sayın dinleyiciler, türküleriyle, sazıyla tanıdığınız Âşık Veysel, şu anda mikrofonumuzda. Bugüne kadar onun sadece türkülerini dinlediniz, onun hakkında kitaplar okudunuz. Biz sizlerle onun yaşantısını, doğduğu ilk günden bugüne kadar, birlikte izleyelim diye düşündük. Söze nasıl başlamak istersiniz? Size bırakalım Âşık.

Â. VEYSEL: Eee, tabi siz soracaksınız, ona göre biz de cevaplandıracağız, mümkün olduğu kadar.

SUNUCU: İsterseniz bunu bir sohbet havası içinde yapalım.

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Doğumunuzdan başlayalım.

Â. VEYSEL: Evet, doğumum 1894'te dünyaya gelmişim. Annem rahmetlik koyun sağmadan gelirken yol üzerinde dünyaya getirmiş. Eve getirmişler. Yedi yaşıma kadar ben de herkes gibi koştum, seğirttim, güldüm, oynadım. Yedi yaşımda çiçek hastalığından iki gözlerimi kaybettim. Ama bu hayat yetmiş senelik bir hayat, bir günde, bir ayda tamamlanacak gibi değil ve tamamlanamaz da… Fakat ben sorunuza karşılık bunları anlatmak mecburiyetindeyim.

SUNUCU: Evet, 1894 yılında doğduğunuza göre, gününü hatırlıyor musunuz?

Â. VEYSEL: Hatırlayamıyorum.

SUNUCU: Hatırlayamıyorsunuz.

Â. VEYSEL: Çünkü ben, o zaman günü, ayı bilmiyordum ki. Küçüktüm.

SUNUCU: Tabi, tabi. Sonradan söylemediler mi?

Â. VEYSEL: Hayır.

SUNUCU: Hangi mevsim mesela, doğduğunuz?

Â. VEYSEL: Mevsimini keşfediyorum.

SUNUCU: Hangi mevsim?

Â. VEYSEL: Sebebi, eylül veya ekim arasında. Eylülün sonu, ekimin başlangıç sıralarında. Onu da keşfediyorum ki o zamanlar koyunlar dağda olur, dağdan sağmaya giderler, gelirler. O şeyle hatırlıyorum. O mevsimde olacak.

SUNUCU: Böyle koyunların sağma zamanını hatırladığınıza göre, doğumunuzla ilgili annenizden, yakınlarınızdan duyduğunuz bir olay olmalı.

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Nasıl doğmuşsunuz?

Â. VEYSEL: Olay işte bunun gibi, yol üzerinde dünyaya getirmiş. Orada kadınlar, çarşafa, şuna buna sarmış eve getirmişler. Yeni çocuk, taze bir çocuk… İşte yedi yaşıma kadar, evvelki anlattığım gibi gözlerim sağlam idi. Yedi yaşımda kaybettim.

SUNUCU: Doğumunuz böyle yol üstünde olmuş.

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Anneniz giderken.

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Ve ondan sonra da bütün hayatınız yollarda geçti gibi bir şey sanırım.

Â. VEYSEL: Imm, evet öyle oldu. O da Ahmet Kutsi Tecer Sivas'a maarif müdürü olduğu zamanlar…

SUNUCU: Kaç yılında?

Â. VEYSEL: 30'da.

SUNUCU: 1930'da.

Â. VEYSEL: Evet. Yok 1930'da.

SUNUCU: 1930.

Â. VEYSEL: Evet. Orda bir şairler gecesi tertiplemişti. Çağırdı bizi, gittik orada çaldık, çağırdık. Ondan sonra serbestledik. O yanı bu yanı açıldık. Fakat evvelleri köyden dışarı çıkmış değildim. Gidemiyordum. İşte ondan sonra Kutsi Bey bize bir şey verdi, kâğıt verdi. Halk şairidir diye. Ondan sonra Adana, Mersin hâsılı bu ana gelinceye kadar kırk vilayet gezmişim. Kazalar hariç.

SUNUCU: Zaten 68 vilayet var.

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: 1894 yılında doğduğunuza göre, yıl şimdi 1964.

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: 70 yaşını doldurmuşsunuz.

Â. VEYSEL: Evet içindeyiz.

SUNUCU: İçindesiniz.

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Ve yedi yaşında da çiçek hastalığına tutulduğunuza göre…

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Hiç acaba çocukluk günlerine ait, bu yedi yaşına ait, yedi yaşına kadar ki olan yıllara ait…

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Gördüğünüz zamanların anıları var mı?

Â. VEYSEL: Var. O çiğdem topladığım yerler, gezdiğim yerler bir rüya gibi şimdi hayal hayal kafamda yaşar.

SUNUCU: Biz sizin türkülerinizden de biliyoruz doğduğunuz yeri.

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Sivas'ın Sivrialan Köyü.

Â. VEYSEL: Sivrialan Köyü, evet.

SUNUCU: Peki, babanızdan, annenizden de bahseder misiniz, Ailenizden?

Â. VEYSEL: Babam çiftçiydi. İsmi Ahmet idi. Fakat Ahmet olduğunu köylü bilmezdi.

SUNUCU: Evet.

Â. VEYSEL: Karaca diye anarlardı. Karaca… Karaca Ahmet, işte öyle anarlardı. Çiftçi idi, tabi fakir bir adam idi. Annem, ismi Gülizar idi. İşte ikisi…

SUNUCU: Evet.

Â. VEYSEL: Ölümü de sekiz ay sürdü. Evvel anam vefat etti. Sonra, sekiz ay sonra babam…

SUNUCU: Çok yaşlı mıydı onlar öldükleri zaman?

Â. VEYSEL: Var idi. Babam 70 yaşında vardı. Annem de var idi 60 filan. Şimdi annem rahmetlik Şubatın 24'ünde vefat etti. Babam dolandı, on ikinci ayın 28'inde vefat etti.

SUNUCU: Peki, başka kardeşleriniz var mıydı?

Â. VEYSEL: Vardı.

SUNUCU: Kaç kardeştiniz?

Â. VEYSEL: Üç kardeştik. Büyük ağabeyim vardı, bir de küçük kız kardeşim vardı. Zaten çiçek hastalığından kalktıktan sonra, tabi bir yeri bilmiyorum, gezemiyorum, evden dışarı çıkamıyordum. O küçük bacım, Elif isminde. O beni tutar gezdirirdi. Çok zaman o gezdirdi beni. Onun çoook şeyini gördüm, hizmetini gördüm. Aksine de döverdim çocuğu.

SUNUCU: Büyüktü değil mi?

Â. VEYSEL: Küçüktü benden.

SUNUCU: Küçük.

Â. VEYSEL: Küçüktü.

SUNUCU: En küçük hangisiydi?

Â. VEYSEL: En küçük Elif, En büyüğü ağabeyim Ali.

SUNUCU: Ali.

Â. VEYSEL: Ondan sonra işte ortanca ben. Fakat annemin…

SUNUCU: Evet.

Â. VEYSEL: İki tane çocuğu, benden büyük ablalarım, ikisi de çiçek hastalığından gitmiş. Sonra benden küçük birisi yine çiçek hastalığından gitti. Ben de işte bu derde müptela oldum.

SUNUCU: Peki, 1930'da Ahmet Kutsi Tecer'in o şairler gecesini düzenleyişine kadar…

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Aşağı yukarı 40 yaşına kadar köyde kalmışsınız.

Â. VEYSEL: Kaldım, evet.

SUNUCU: Ne yaptınız o zaman? Hep şiir mi yazdınız, türkü mü söylediniz?

Â. VEYSEL: Hayır, o zaman şiir yazmıyordum. Eski şairlerin şiirlerini, deyişlerini ezberliyordum, çalıyordum, söylüyordum. Babam rahmetlik çok bilirdi, ezberlemişti eski âşıklardan. Hatta evvela şu şiiri bana Kul Abdal'dan bir şiir ezberletti.

SUNUCU: Nasıldı?

Â. VEYSEL: Takdirden gelene tekbir kılınmaz,
Ne kılayım çare ben şimden geri?
Yaram türlü türlü merhem bulunmaz,
İstersen merhemi çal şimden geri.

Geçti elden gitti muhabbet çağı,
Irakıp bahçeye kurmuş otağı,
Yıkılsın çevresi bostanı bağı,
Ey girsin bağına bar şimden geri.

Sen bir gonca gülsün iskife karış,
İstersen gül oyna dilersen sarış,
Gönlün kimi isterse ülfet et konuş,
Yârim sana destur var şimden geri.

Kul Abdal'ım Pir Sultan'a mayılım,
Yüz sürüben eşiğinde sayılım,
Hak'tan gelen tecellime kayılım,

Kul Abdal'ım yalan dünya vefâsız,
Âlemde bir yâre düştüm de davâsız,
Sen bana yâr olman be hey vefâsız,
Var kimin olursan ol şimden geri.

Bunu ezberletmişti.

SUNUCU: İlk ezberlediğiniz şiir bu Kul Abdal'dan?

Â. VEYSEL: İlk ezberlediğim, ezberlettiği bu. İkinciye yine Kul Abdal'dan bir şiir ezberletmişti:

Gönül arz eyliyor azm-i didârı,
Yenilmiyor efkârımız ne acep,
Şeyda bülbül gibi kılarım zarı,
Açılmıyor gülşanımız ne acep.

SUNUCU: Diye bir şiir.

Â. VEYSEL: Evet, diye bir şiir.

SUNUCU: Peki, sizin ilk yazdığınız şiiri de hatırlıyor musunuz? İlk yazdığınız ve söylediğiniz, çaldığınız türküyü?

Â. VEYSEL: Evet, ilk yazdığım 10. Yıl bayramında Cumhuriyet'in 10. Yıl dönüm bayramında onu yazmıştım ve bizim nahiyede, Acıkışla nahiyesinde ilk olarak orada okudum.

SUNUCU: Onun sözleri nasıl?

Â. VEYSEL: Atatürk'tür Türkiye'nin ihyası,
Kurtardı vatanı düşmanımızdan,
Canını bu yolda eyledi fedâ,
Biz dahi geçelim öz canımızdan.

Sinesini hedef etti düşmana,
Ölmüşken vatanı getirdi cana,
Çekti kılıncını çıktı meydana,
Gören ibret aldı meydanımızdan.

Çekildi sancaklar dayanamaz canlar,
Şarktan garba gitti Türk'teki canlar,
O kadar paşalar o zabıtanlar,
Ayrılmadı asla sağ yanımızdan.

Dumlupınar, Sandıklı'nın cephesi,
Dağları yıkıyor topların sesi,
Kahraman askerin hücum etmesi,
Cihan sele gitti al kanımızdan.

SUNUCU: Siz 10. Yıl için yazdığınıza göre, zaten 1894 doğum yılınız, I. Dünya Harbi'nde çocuktunuz.

Â. VEYSEL: Hayır askerdim.

SUNUCU: 1894. Asker miydiniz?

Â. VEYSEL: Asker idim. Onda da bir ıstırap, acı duydum.

SUNUCU: O yılları anlatır mısınız bize?

Â. VEYSEL: Bütün köylü asker oldu. Benim emsallerim de asker oldu. Ben köyde kaldığımdan çok müteessir oldum. Sebebi ise; gidenlerin peşi sıra annesi, babası ve kardeşleri ağlıyor, sızlıyor, çocuğum nerede kaldı, mektup gelmedi felan gibicesine. Onlar da bir memleket hizmetine gitti, ben bundan mahrum kaldım diye çok üzüldüm. Çok içimi çektim onda. Ben kendim eğer bir ne adi, bir veyahutta bir Allah'ın ne bir şey

kuluymuşum ki ben bundan mahrum kaldım. Ben de gitsem idi şimdi herkes benim de yasımı tutardı, arzulardı, arardı gibicesine. Bu hususta çok acı duydum.

SUNUCU: Sonra nasıl gittiniz askere?

Â. VEYSEL: Gitmedim. Yoktu. Göz yok ki neye alacaklar?

SUNUCU: Gittim dediniz de ben…

Â. VEYSEL: Askerdim dediğimin sebebi, yaşım asker…

SUNUCU: Yaşıydı.

Â. VEYSEL: Evet. Yaşım itibariyle asker olacaktım, eğer gözlerim olsaydı. O zaman asker idim.

SUNUCU: Olmadığı için üzüldünüz çok.

Â. VEYSEL: Evet, evet.

SUNUCU: Sonra İstiklâl Savaşı oldu.

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: O yıllarda neredeydiniz, yine köyde miydiniz?

Â. VEYSEL: Köydeydim. İstiklâl Savaşı'nda köydeydim.

SUNUCU: Bu 1930 yılına kadar, Ahmet Kutsi Tecer Bey'in şeyine kadar, o şairler gecesine kadar hep köyde kaldınız.

Â. VEYSEL: Köyde kaldım. Fakat ufak tefek yerlere gittimse de kıymetsiz.

SUNUCU: Asıl gezi ondan sonra başladı.

Â. VEYSEL: Gezi ondan sonra başladı, evet.

Â. VEYSEL: Siz soracak mısınız, yoksa ben doğrudan doğruya başlayayım mı?

SUNUCU: Evlenme ne zaman oldu? Kaç yaşında evlendiniz?

Â. VEYSEL: Evlenme de efendiimm, 1335'te evlendim. Babam rahmetli, ben ölürüm, ağabeyi bakmaz bunu evereyim, çocukları olursa bunu tabi bakarlar gibi düşünerekten tuttu bizi everdi. Akrabalardan bir kız aldı. O da işte sekiz sene kaldık beraber. On yaşında, on günlük bir oğlan çocuğunun memeyi ağzında koydu öldü öyle. Sonra bir kız oldu, altı aylık kızı da bıraktı gitti, ayrıldı. O kız çocuğu da iki sene yaşadı, o da vefat etti. Şimdiki bu çocukların annesi, Hafik'in Karayaprak köyünden onu aldık. Şimdi artık…

SUNUCU: Onun adı ne?

Â. VEYSEL: Gülizar.

SUNUCU:Annenizin adı.

Â. VEYSEL: Annemizin adı.

SUNUCU: Gençmişsiniz siz evlendiğinizde. 1914 falan yapıyor 1335. I. Dünya Savaşı…

Â. VEYSEL: 25 yaşında olmuş oluyorum herhalde.

SUNUCU: Evet.

Â. VEYSEL: Evet, işte o zamanlar, şimdi bu çocuklar bu hanımdan. Dört kız ve iki erkek bu hanımdan.

SUNUCU: İsimlerini de söyler misiniz?

Â. VEYSEL: Büyüğün adı Zehra, onun küçüğü Ahmet, onun küçüğü Menekşe, onun küçüğü Bahri, beşinci Zekine, altıncı Hayriye.

SUNUCU: En küçüğü Hayriye.

Â. VEYSEL: Hayriye, evet.

SUNUCU: Ahmet Bey'le beraber geziyorsunuz zaten…

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Değil mi?

Â. VEYSEL: Evvel, ilk evvela İbrahim diye bir arkadaşım vardı. Onunla gezdik 40'a kadar. 40'ta ondan ayrıldık, Veysel Erkılıç isminde bir köylümüzle beraber gezdik yirmi sene.

SUNUCU: Küçük Veysel o değil mi?

Â. VEYSEL: Küçük Veysel.

SUNUCU: Herkes tanır.

Â. VEYSEL: Evet, evet Küçük Veysel. O 60'ta vefat etti, sizlere ömür. Ondan sonra da Ahmet ile beraber geziyoruz. İş zamanları dönüyoruz köye. Ben köyde istirahat ediyorum. Ahmet de ziraatçılıkla uğraşıyor.

SUNUCU: Sivrialan köyüne?

Â. VEYSEL: Sivrialan köyünde.

SUNUCU: Yani 70 yıldır köyü hiç terk etmediniz, gezmeler hariç.

Â. VEYSEL: Edemem.

SUNUCU: Çok seviyor musunuz Sivrialan köyünü?

Â. VEYSEL: Seviyorum. Çünkü oradan teneffüs etmiş benim vücudum, kanım her şeyim. Ora, o kokuyu unutamıyorum. Şimdi hatta çocuklara, şunu tembih ediyorum. Ben öldüğümde annem nereden doğurmuş getirmişse, hangi yoldan gelmişsem o yoldan götürün beni. Bir yer tarif ediyorum. O doğduğum yere beni koyun.

SUNUCU: O yolu şimdi anlatabiliyor musunuz iyice?

Â. VEYSEL: Yol…

SUNUCU: Bir yol var herhalde o köye gelen yol.

Â. VEYSEL: Köyün her bir tarafında yol var tabi ama…

SUNUCU: Hangi yol olacak?

Â. VEYSEL: Öteki yol köyün kıblesine düşüyor. Öyle bir kale var. Kaleden köyün önü dere, oradan çıkıyor bir yokuş, oradan kalenin başından aşıyor biraz gittikten sonra işte

hasılı köye bir kilometre veya az fazla, o benim doğduğum yer. Oraya beni koyun diyorum.

SUNUCU: Dünyayı gördüğünüz yerde, dünyaya başladığınız yerde bitsin diyorsunuz?

Â. VEYSEL: Öyle diyorum.

SUNUCU: Bu hikâye.

Â. VEYSEL: Evet, öyle olsun diyorum. O zaman oradan doğmuşum, oradan kaybolayım gideyim.

SUNUCU: Peki ölümü nasıl görüyorsunuz? Ölüm için ne düşünüyorsunuz?

Â. VEYSEL: Ölüm için kim ne düşünebilmiş ki ben düşüneyim? Ölümü mübah biliyorum ben.

SUNUCU:Yaşamak kadar?

Â. VEYSEL: Efendim?

SUNUCU: Yaşamak kadar değil mi?

Â. VEYSEL: Evet, yaşamak kadar.

SUNUCU: Nasıl doğuyor, yaşıyorsak sonunda yok olacağız, öleceğiz.

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Ölmek hakikaten yok olmak mı, yoksa devam eden nedir orada?

Â. VEYSEL: Devam eden insanların bir geriye bıraktığı, bir eserdir. Yoksa insanlar vücuden bir gün bakarsın yok olmuş, gitmiş. Ot gibi kaybolmuş. Ama insan olanlar bir eser bırakırsa o kendini yaşatır. Benim kanaatim böyle. Kendini yaşatacak insanların eseri.

SUNUCU: Nedir bu sizce? Mesela siz eser bıraktınız.

Â. VEYSEL: Herkesin kendine göre bir eseri var. Mesela Mimar Sinan'ın bir eseri var. Herkesin kendine göre. O birisi kitap yazmış. Bunlara göre ayrı ayrı eserler var. Ama

herkesin kafası neye çalışıyorsa neyi kurabiliyorsa o yolda duruyor, onu ilerletiyor, onu gerçekleştiriyor. Şimdi bana kitap yaz desen yazamam çünkü gelmez elimden.

SUNUCU: Ama sizin kaç tane kitabınız oldu.

Â. VEYSEL: Ama onu yazan sağ olsun. Herkes, sizler gibi münevverler, onu kaybetmiyor yazıyor. Ama benim yazı deyince, benim elimde bir şey yok ben yazamam. Bunun içinde gerçekleşmez. Benim söylemiş olduğum sözü siz gibi münevverler gerçekleştiriyor.

SUNUCU: Biz sadece aracı oluyoruz. Asıl işi yapan sizsiniz. Kitaplarınızdan da bahseder misiniz bize? İlk hangi şey çıktı sizin üstünüze kitap?

Â. VEYSEL: İlk olarak yine Ahmet Kutsi Tecer Bey şeydeydi, Ülkü Mecmuası'nda müdür idi. 44'te "Âşık Veysel'den Deyişler" diye bir ufak kitap bastırdı. 33 mü felan işte öyle bir şiirler vardı. Onu bastırdı. Ondan sonra da bir "Sazımdan Sesler" diye ufak bir broşür yaptırdık.

SUNUCU: Onu kim şey etti?

Â. VEYSEL: Onu yine Ahmet Kutsi Bey yaptı. Sebebi şu idi. Bir konser düşündü bizim için. Şimdi bilet falan demekten ise dedi bunu bastıralım, onu bilet yerine dağıtalım. Bize bir menfaat sağlamak fikriyle onu da bastırdı. İşte sattık mattık öyle.

SUNUCU: Bu kaç yıldı hatırlıyor musunuz?

Â. VEYSEL: Efendim?

SUNUCU: O kaç yılında oldu? Bu Sazımdan Sesler kitabı ne zaman?

Â. VEYSEL: Onun yılını hatırlayamayacağım.

SUNUCU: 1944'ten sonra.

Â. VEYSEL: 44'ten sonra oldu, evet. 49 falan olsa gerek.

SUNUCU: Bildiğiniz başka kitaplar var mı?

Â. VEYSEL: Benim için?

SUNUCU: Evet.

Â. VEYSEL: Başka kitaplar şimdi, eseri sattım şeye Maarif Kütüphanesi'ne, İstanbul'da.

SUNUCU: Evet.

Â. VEYSEL: Şiirlerimiz tamamı orada çıkıyor. O, 125 kadar şiir mevcut orada. Hayatımdan bahsediyor.

SUNUCU: "Âşık Veysel ve Hayatı" diyor şiirleri.

Â. VEYSEL: Evet, evet.

SUNUCU: Başka kitap çıkmadı daha değil mi?

Â. VEYSEL: Hayır. Ama mecmualarda efendime söyleyeyim…

SUNUCU: Gazetelerde.

Â. VEYSEL: Gazetelerde parça parça yazıyorlar, okuyorlar onlar ayrı. Tüm olarak Maarif Kütüphanesi'nde.

SUNUCU: Radyoda ilk defa ne zaman okundu türkünüz, onu hatırlıyor musunuz?

Â. VEYSEL: Radyoda İstanbul'da idi.

SUNUCU: Evet.

Â. VEYSEL: Radyo daha Ankara'ya kurulmamıştı. Oraya gittik. Deminden anlattığım gibi uzun bu işler. Bir günde, bir ayda biter gibi değil.

SUNUCU: Evet.

Â. VEYSEL: Kısacasını konuşuyoruz. Mesut Cemil Bey vardı. Allah rahmet etsin. Vardık orda, ama bir tavsiyeyle gittik oraya.

SUNUCU: Kim tavsiye etti?

Â. VEYSEL: Şeyde, Yedigün matbaasının muharriri vardı İstanbul'da. Yedigün mecmuasının.

SUNUCU: Evet.

Â. VEYSEL: Ona İzmir'den mektup yazdılar. Gittik oraya verdik. Yedigün mecmuasının muharririne. O da tuttu bize bir mektup yazdı, gittik şeye, Beyoğlu'na. Orda Tokatyan Han'da çalışıyordu radyo.

SUNUCU: Evet.

Â. VEYSEL: Mektubu verdik, açtı okudu. "Bir çalın dinleyeyim" dedi.

SUNUCU: Mesut Bey?

Â. VEYSEL: Mesut Bey. Çaldık, dinledi. "Akşam gelin saat sekizde" dedi. Ama kendisi anlatıyor rahmetlik baktım diyor, ney bunlar, ne diyecek, ne konuşacak, ne bilecek diye düşündüm, baktım vaziyete diyor. Çalınca kendimi tutamadım, gözlerimden yaş akmaya başladı, diyor. Neyse gittik akşamüzeri, dedi ki: "İyi söyleyin" dedi, Dünyanın her tarafı dinleyecek. Ben de iyi her bir tarafa duyurmak için fazla bağırmak icabet ediyor zannettim. Hızlı hızlı söyledim, bitirdik. Dedi ki, "Yoo hiç kendini üzme, yalnız kelimeler düzgün, açık olsun öksürüp tıksırman, bu olur" dedi. "Yoksa ne kadar hafif söylesen duyulur" dedi. Ondan sonra çaldık, söyledik. İstanbul halkından bir çiçek yürüdü masanın üstüne. E biz tabi çiçeği ne yapacağız dedik, masaya bırakıyoruz bunu. Orda da kapıda birisi bekliyormuş Arapgirli Mehmet isminde birisi, Kuledibi'nde kapıcıymış bir apartmanda. Radyoda duyunca koşa koşa gelmiş. Bizi oradan çıkar çıkmaz aldı götürdü.

SUNUCU: Evine.

Â. VEYSEL: Evine götürdü. Biz çıktıktan sonra rahmetli Atatürk, Dolmabahçe Sarayı'ndan telefon ediyor. "Onlar kimdi? Bana gönderin" diyor. Mesut Bey de "Çıktılar, adreslerini bilmiyorum" diyor. Polis müdüriyetine telefon ediyorlar, İstanbul'u arıyorlar on ikiye kadar, yok yok. Biz zemin katta adamın evinde çalıp çağırıp eğleniyoruz. Sabahleyin tekrar radyo evine geldik. Mesut Bey dedi: "Yahu neredeydiniz bir fırsat kaçırdık ki" dedi. "Hayrola neymiş?" "Mesele bundan ibaret" dedi. E ne yapalım? "Valla başka türlü bir şey yok elimizde" dedi. "Ben bir mektup yazayım yaver Şükrü Bey'e." dedi. "Alın götürün, sazı da alın gidin bakalım ne çıkar" dedi. Gittik vardık, Yaver Şükrü Bey'e mektubu verdik. Açtı, okudu. "Ne yapayım?"

dedi. "Bu şansınız yardım etmedi. Akşam on ikiye kadar İstanbul'u alt üst ettik, bulamadık." Ama dedi, "Şimdi, o bir keyif zamanıydı şimdi söylemek imkân değil, söyleyemem" dedi. "Öyle bir zaman gelir hatırlarsa, sizi nerede olursanız buldururum" dedi. Ondan sonra gittik hâlâ gidiyoruz.

SUNUCU: Sonra görüşemediniz mi?

Â. VEYSEL: Görüşemedim.

SUNUCU: Kaç senesinde oldu bu?

Â. VEYSEL: Kısmet olmadı. Valla işte onu iyi hatırlayamıyorum. 33-35 arasında olacak bu.

SUNUCU: Evet, peki Âşık şimdi isterseniz türkülere…

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Türkülerde anlattıklarınıza.

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Eğilip sohbetimizi o yoldan sürdürelim. Nasıl olur?

Â. VEYSEL: Nasıl efendim, şimdi?

SUNUCU: Ben "Toprak" türküsünü çok severim.

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: "Toprak" türküsünü de herkes seviyor zaten.

Â. VEYSEL: Seviyorlar.

SUNUCU: "Toprak"gibi daha birçok türküler var.

Â. VEYSEL: Var.

SUNUCU: Bunlar üzerine konuşabilir miyiz?

Â. VEYSEL: Buyurun.

SUNUCU: “Toprak” için, ne zaman yazdınız “Toprak”ı?

Â. VEYSEL: “Toprak”ı efendim, 44’te yazdım.

SUNUCU: 1944’te.

Â. VEYSEL: Evet. Şeydeydim, Çifteler Köy Enstitüsü’ndeydim. Orada harada adamlar vardı, geliyorlardı, konuşuyorduk. Orda işte onlarla konuşurken işte bu hatırıma geldi, doğdu, orda yazdım. Ben altı enstitü gezdim. Evvela, Arifiye, ondan sonra Hasanoğlan, Çifteler, Kastanbolu Köy, Yıldızeli, Lâdik-Samsun Akpınar Enstitüsü. Orda kaldım. Orda 46’da ayrıldım. İzin alarak geldim. Daha da gitmedim.

SUNUCU: Zaten anneniz de babanız da siz de bütün zamanınızı köyde geçirmişiniz.

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Çiftçi bir soydan gelince insan…

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Toprağa bağlılığınız, toprağı böyle sevişiniz bu yüzden mi?

Â. VEYSEL: Hep bu yüzden toprak görüşüm. Toprak çok büyük, çünkü her şeyi o veriyor. Mesela benim bir şiirim var. Bir bahçe ekmeğe teşebbüs ettim. O zamanlar bu hatırıma geldi.

Tarlam sana üç yüz fidan aşılasam.
Tarla coşar, fidan coşar, el coşar,
Gücüm yetse hemen işe başlasam,
Kazma coşar, kürek coşar, bey coşar.

Muhitime örnek olmak maksadım,
Sevinir evladım, söylenir adım,
Hız ile yürürdüm, olsa kanadım,
Yolcu coşar, ayak coşar, tol coşar.

Çalışırsan toprak verir cömerttir,
Emeksiz istemek dermansız derttir,

Çalışmak insana büyük servettir,
Kese coşar, gönül coşar, el coşar.

Yılda bir kez çiçek açar ağaçlar,
Hayatta insana ömür bağışlar,
Her taraftan cıvıldaşır o kuşlar,
Seher coşar, bülbül coşar, gül coşar.

Güzelin kulağı küpeyi saklar,
Ağacın yaprağı meyveyi koklar,
Mehtap ile birleşince yapraklar,
Gölge coşar, mehtap coşar, dal coşar.

Yel değdikçe sor ki dallar ne çeker,
Durmaz inler, ırgalanır huy çeker,
Demişler ki bu dertleri bu çeker,
Veysel ağlar, saz inler, tel coşar.

Yani demek istediğim, toprak her şeyde cömerttir. Toprak kimsenin hakkını yemez. Toprak kimseyi aldatmaz. Yeter ki çalışmak toprağı evele getirmek var. Yoksa topraktan büyük ne biliyim…

SUNUCU: Nimet olmaz mı?

Â. VEYSEL: Nimet olmaz.

SUNUCU: İnsanlara nasıl bakıyorsunuz? Mesela toprağa duyduğunuz güven, sevgi insanlar içinde var mı? O kadar kuvvetli mi? Biz çoğu zaman aldatırız birbirimizi, çoğu zaman kötülüklerimiz olur, kinlerimiz olur, hırslarımız olur. Toprak gibi değiliz biz insanlar.

Â. VEYSEL: Değiliz.

SUNUCU: Değiliz.

Â. VEYSEL: Değiliz.

SUNUCU: Ama yine de…

Â. VEYSEL: Var, içinde var. Ama nadir. Bulmak, aramak herkes olamıyor. Toprak tabiatlı adam pek azdır. Çünkü insanların yaratılışında bir nefis niye bir şey var.

SUNUCU: Evet.

Â. VEYSEL: O nefis olduğu gibi muhakkak bir yerde bakıyorsun hiddetleniyor, hırsa geliyor. Bunlar oluyor insanlarda; ama toprakta yok bunlar. Toprağa ne kadar ceza yaparsan o kadar sevgi gösteriyor sana. Verim gösteriyor, veriyor. Ona hakaret ettikçe o sana iyilik yapıyor, toprak. Ama insanların ufacık bir şeyine dokunursan üç misli fazlasını yapmak istiyor.

SUNUCU: En azından.

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Ama yine de sizin türkülerinizde sizin şiirlerinizde bu yaşamayı yüceleyen büyükleyen bir şey var dimi?

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Yaşamak önemli yani sizde…

Â. VEYSEL: Önemli ama işte insanlar malum ya. Benim sözlerim böyle insanları iyi yola teşvik etmek, iyi geçinmek. Kardeşlik Destanı'nda anlattığım gibi işte:

Allah birdir, Peygamber hak,
Rabbül âlemindir mutlak,
Senlik benlik nedir bırak,
Söyleyim geldi sırası.

Dediğim gibi, bu olmasa iyi, ama demek ki herhalde bu da bir tabiatın kanunu öyle olmasa o da olmuyormuş. Böyle lazımmış ki böyle yaratılmış. Çünkü siz bizi, biz sizi, öteki onu, o birini çekemeyecek, tenkit yapacak, o birisi daha iyi yapmaya çalışacak. Bu da lazımmış demek ki.

SUNUCU: Ama toprak tabiatta olmak varken, böyle barış içinde anlaşarak dostça yaşamak varken…

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Niye düşeriz birbirimize?

Â. VEYSEL: İşte dedim. Evvela demiştim ya nefis var, nefis diye bir nesne koymuşlar bize. O rahat koymuyor bizi.

SUNUCU: Siz, insanların nefsini öldürmesini ve işte böyle, nefsim böyle istiyor, nefsime uyayım falan demesini çoğu zaman hoş görüyorsunuz. İyi yönden yaşamayı sevmesi yönünden hoş görüyorsunuz.

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Çünkü İslam'ın bir de şeyi var. Yanlış anlaşılan bir tarafı var. Sanki nefsini köreltmek, her şeye tevekkül etmek…

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Dimi.

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Buymuş gibi. Hâlbuki hiç ilgisi yok bunun.

Â. VEYSEL: Hayır, hayır öyle değil. Nefsini köreltmek, hiçbir şeyle ilgilenmemek yani öbür, ne bileyim ben. İnsanlığa faydalı bir şey olmalı insan, diye yaşayan insanların muhakkak elinden gelen bir varlığını; milletine, memleketine yadigâr olarak, hatıra olarak bırakması lazım ama o neme lazım dedi mi olmaz. Benim şiirin birisinde öyle diyor ya.

SUNUCU: Hangisi?

Â. VEYSEL:

Vatan sevgisini içten duyanlar
Sıtkı ile çalışır benimseyerek
Milletine, Ulusuna uyanlar
Demez neme lazım, neyime gerek

Her ferdin hakkı var, bizimdir Vatan
Babamız, dedemiz döktüler al kan
Hudut boylarında can verip yatan
Saygıyla anarız, şehit diyerek

Vatan aşkı ile çalışan kafa
Muhakkak erişir öndeki safa
Tesir nüfuz olur her bir tarafa
Herkes onu büyük tanır severek

Olmak istiyorsan dünyada mesut
Hakka halka yarayacak bir iş tut
Çalıştır oğlunu, kızını okut
İnsan olmak için okumak gerek

Vatan bizim, ülke bizim, el bizim
Emin ol ki her çalışan kol bizim
Ay yıldızlı bayrak bizim, mal bizim
Söyle Veysel öğünerek, överek.

SUNUCU: Âşık isterseniz konuşmamızı son bir soru, son bir istekle bitirelim. Sizden son isteğimiz şu olacak. Bu yetmiş yıllık yaşantıdan sonra…

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Bizim bantlarımızda…

Â. VEYSEL: Evet.

SUNUCU: Sizin böyle son bir yadigârınız olarak neyin kalmasını istersiniz? Ve isterseniz seslenin buradan bütün dinleyicilere. Siz aşağı yukarı kırk ilden fazla gezmişsiniz, orda gördüğünüz bütün dostlara, tanıdıklara, sizi sevenlere son olarak bir şeyler söyleyin.

Â. VEYSEL: Şimdi işin sonuna gelmediğim için bir şey söyleyemeyeceğim.

SUNUCU: Tabi Allah göstermesin daha, maşallah.

Â. VEYSEL: Orada inşallah ilerde düşünürüz onu, Allah kısmet ederse ama şimdi ne diyelim. Allah'a ısmarladık gidiyorum desem, belki ölmek yalan çıkarız.

SUNUCU: İnşallah biz yalancı çıkmanızı isteriz.

Â. VEYSEL: Ondan sonra efendim, gelecekte kayıp malum ya, ona göre inşallah bir şeyler düşünelim de. Hakikaten de çünkü işler, mesela hastanede yattım Sivas'ta. Bir şeyler yazdım. Herkes telgraf, telefon, mektup gönderdiler. Herkese cevap veremedim. Orda bir çıkınca bir şiir yazdım. Hepsini gönüllemiş olduk. Belki onu da dinlediniz.

SUNUCU: Hangisiydi?

Â. VEYSEL: Hastanede 26 gün yattım. Telgraf, telefon, mektup her taraftan geliyor. Siz gibi dostlar, Allah var etsin, Allah razı olsun. Onlara mektup yazmaya, efendime söyleyeyim telgraf çekmeye zaman bulamıyorum, yapamıyorum. Çıktıktan sonra bunu yazdım:

Yarı yola vardım geri döndüm,
Kestiler yolumu gitme dediler,
Meyve yetmeyince daldan düşmüyor,
Zamansız işleri tutma dediler.

Görecek günüm var, çekecek çilem,
Yolculuk ne zaman ben nasıl bilem,
İlerde yüküm var onu da alam,
Al götür yükünü atma dediler.

Bu hastanenin şu meziyeti,
Hekimin hastaya ünsiyeti
Türlü dertten kurtarıyor milleti,
Sakın ola nankörlük etme dediler.

Hemşireler iğne vurur acıdır,
Kimisi kardeştir, kimisi bacıdır,
Tedavisi biter hepsi ilacıdır,

Haydi, git bekliyor Fatma dediler,

Ölmez hatıralar solmaz çiçekler,
Hekimle, ahbaplar başımda bekler,
İğne, ilaç, tedaviler gerçekler,
Daha bu ağrıya çatma dediler.

Telgraf, telefon, mektup gelince,
Sivas halkı gelip gönlümü alınca,
Veysel ağrıların geri kalınca,
Selam yaz dostlara unutma dediler.

O zaman hepsini gönüllemiş olduk.

SUNUCU: Biz de bu türküyle, bu şiirle gönülleyerek, sohbetimizi burada bitirelim öyleyse. Çok teşekkür ederiz Âşık Veysel.

Ek-2: Yücel Paşmakçı ile 15.5.2015 Tarihinde Gaziantep Üniversitesinde Gerçekleştirilen Görüşme

S. FİDAN: Radyoların yerleşmeye başlamasında son elli yılda aktifsiniz, işin içindesiniz. Radyoda başladınız, İstanbul radyosunda. Orada Yurttan Seslerde koro şefliği de yaptınız. Âşıklar, mahallî sanatçılar o dönemde radyoda nasıl yer buldular? Onların radyoyla ilişkileri nasıldı?

Y. PAŞMAKÇI: Ben biraz daha evveline gidebilir miyim? 1940'lı yılların başında Ankara Radyosunda ses sanatçıları var. Bunlar hem marş, hem şarkı, hem alaturka şarkı, hem halk türküsü, hepsini yeri geldikçe söylüyorlar. Derken o zamanın Ankara Radyosu Müzik Yayınları Şefi Mesut Cemil ve Ankara Radyosu Müdürü diyorlar ki biz halk müziğini ayıralım. Çünkü halk müziğinin doğuşu başka, çalgıları başka, üslubu başka. İşte o zamanda Muzaffer Sarısözen Beyefendi ile tanışıyorlar. Sarısözen Beyefendi'ye bu yetkiyi veriyorlar. O da bu ayrılan sanatçılarla küçük bir grup oluşturuyor ve "Yurttan Sesler" adı altında yayın yapmaya başlıyorlar. Ve bu "Yurttan Sesler"i teşkil eden elemanları, konservatuvardaki derlemeleri dinlemek suretiyle, onların repertuvarlarını kendileri notaya almak suretiyle öğreniyorlar ve çok istifadeli bir çalışma oluyor. Onların her birinin kendilerinin özel repertuvarları vardı. Mesela bunların adlarını sayabilirim: Neriman Altındağ, Muzaffer Akgün, Ali Can, Nurettin Çamlıdağ ve Turhan Karabulut. Böyle altı kişilik falan bir grup, bizde Sarı Recep gibi, Ahmet Gazi Ayhan gibi, yahut Mucip Arcıman gibi birkaç saz sanatçısıyla bu çalışmalar böyle sürerken 1953 yılında İzmir Radyosu'nda bir "Yurttan Sesler Topluluğu" teşkil edildi. 1954 yılında da biz İstanbul da bir anons duyduk. Yetiştirilmek üzere stajyer olarak İstanbul Radyosu'na halk müziği dalında ses ve saz sanatçıları alınacaktır şeklinde. Bende o zaman müracaat ettim ve Muzaffer Bey İstanbul'a geldi. Üç, dört ya da beş ay bilemiyorum, bize bizzat nota ve repertuvar çalışmaları yaptı ve kendisi yaptırdı. Böylece benim çalışmalarım başladı. Bunu takiben önce stajyer olarak girdik, sonradan bir sınavla bizi sanatçı sınıfına geçirdiler. Böylece devam etti. 1961 yılında İstanbul Belediye Konservatuvarında bir kadro açıldı. Hem radyoda hem de orada çalışmak üzere 1961 yılında İstanbul Belediye Konservatuvarına da girdim. Uzun süre, aşağı yukarı 1972'ye kadar da her iki işi birden, hem radyo hem orası olmak üzere çalıştım. 1972 de bir reorganizasyon dedikleri yeniden yapılanma oldu TRT'de. O zaman halk müziği şubeleri eskiden beraberdi. Türk müziği olarak sanat müziğiyle, halk

müziği şubesi müstakil bir müzik dairesi başkanlığı kuruldu. Orada halk müziği müdürlüğü kuruldu, radyolarda da halk müziği şube müdürlükleri kuruldu. Bana teklif ettiler İstanbul Radyosu Halk Müziği Şube Müdürlüğünü. Ben konservatuvardan ayrılmak suretiyle geldim orada çalışmaya başladım. Bunu takriben aşağı yukarı dört sene sonra Ankara'daki Müzik Dairesi Başkanlığında Merkez Halk Müdürlüğü boşaldı. Orayı teklif ettiler. Üç sene de orada çalıştım. Geldim tekrar dört sene de İstanbul Radyosunda uzman olarak çalıştım. Bu arada İstanbul Teknik Üniversitesi Devlet Konservatuvarı kuruluyordu o aşamada. Onun ilk aşamalarında çalışmalarda bulundum ve kadromla 1983 senesinde de İstanbul Teknik Üniversitesi Konservatuvarına geçtim öğretim görevlisi olarak. Bir ara ana sanat dalı başkanlığı yaptım ve 2000 senesinde de yaş sınırı sebebi ile oradan emekli oldum, ama TRT ile ilişkim kesilmedi. Bazı programlara gittim. Yurttan Sesler Topluluğunu yönettim ve bunun gibi çalışmalarım oldu. Emekli olduktan iki üç sene sonra Haliç Üniversitesi Konservatuvarından bir teklif geldi. Hâlen de orada çalışıyorum.

S. FİDAN: Sayın hocam, bahsettiğiniz radyo ve televizyon yıllarında âşıklarla ve mahallî sanatçılarla, derleme faaliyetleri dışında ilişkileriniz ne şekilde oldu?

Y. PAŞMAKÇI: Hem idarecilik yaptığım safhada, şube müdürlüğü yaptığım safhada hem de "Yurttan Sesler"i yönettiğim sıralarda onlar radyoya müracaat ederlerdi. İçlerinde tanıdıklarımız vardı, bir de tanımadıklarımız vardı. Hem mahallî sanatçı vasfında, hem de âşık ve halk ozanı vasfında. Bunlara gayet yakınlık göstermek suretiyle arşive çok şey kazandırdım onların sayesinde. Hem halk müziği repertuvarına mahallî ezgileri almaya çalışıyordum. Onları da repertuvara kazandırdık. Hem kendi seslerinden yayınladık hem de bizim repertuvarımıza alarak bizim sanatçılarımız tarafından okunmasını sağladık.

S. FİDAN: Radyoya çıkmayı kendileri mi talep ediyorlardı?

Y. PAŞMAKÇI: Tabi. Onlar gelirler. Ama duyuluyor bu, güzel muamele gördüler mi gelirlerdi hep. Ben çoğuyla bayağı dostluklar kurdum ve çok da verimli oldu bizim açımızdan. Çok sağlıklı neticeler aldık. Hem repertuvarımıza bir şeyler kazandırdık, hem de arşive kazandırdık. Bunlar arasında mahallî sanatçı vasfı olanlar da vardı.

S. FİDAN: En çok rastladığınız ve karşılaştığınız kimler vardı?

Y. PAŞMAKÇI: Mesela Karadenizli Hasan Tunç vardı. Hüseyin Dilaver vardı. Bunlar gelirlerdi. Keskinli Hacı Taşhan, Muharrem Ertaş. Hiç tanımadığım birisi ellinde sazıyla gelir tabi vasfını bilemiyorum, ona söz vermek yanlış olur. Ben orada kendi kendime bir usul bulmuştum. Eğer beğenmezsem yüzüne karşı bunu söylemek zor. Derdim ki stüdyolar dolu, ama bir dinleyelim şöyle bakalım falan, hakikaten bir de bakarsınız umulmadık bir şey çıkar çok güzel. O zaman gider stüdyoları dolaşır içeriye sokar, ne alacaksak alırdık. Ama dediğim gibi bir de böyle aradığımız vasfı bulamayınca stüdyolar dolu deyip kırmadan geri çevirirdik.

S. FİDAN: Şüphesiz o insanların da kazançları oluyordu. Önce radyolara çıkıp sonra mı tanınıyorlardı? Kaset-plak sektöründen radyoya doğru tersi bir işleyiş mi oluyordu?

Y. PAŞMAKÇI: E tabi yani, önce plak yapmaya geliyorlardı İstanbul'a. O sırada bize de uğruyorlardı. Ama yani birbirlerine de söylüyorlardı ki herhâlde bizden hüsnükabul gördükleri için illa ki ziyaret ediyorlardı. Şimdi bakıyorum hiç gelmiyor.

S. FİDAN: Ekonomik getirisi oluyor muydu kendileri için?

Y. PAŞMAKÇI: Şöyle bir kitapçık vardır, onun içinde tarife vardır. Orada yazılan bir miktar vardır. Söz gelimi 150-200 Lira gibi bir defaya mahsus olmak üzere bir ücret ödenirdi. Birkaç defa da çıkmış olsalar bu ücret bir kereye mahsus ödenirdi.

S. FİDAN: Peki dışarıda sizin tanıdığınız veya plaktan dinlediğiniz, birine radyoda söz vereyim dediğiniz oldu mu?

Y. PAŞMAKÇI: Hatırlamıyorum ama olmuştur. Öyle bir şey bulursam kaçırmam.

S. FİDAN: TRT'ye geçtiniz 70'li yıllarda.

Y. PAŞMAKÇI: 1972 yılında şube müdürü oldum, idareci oldum. Bu işleri daha çok o zaman yaptım. O zaman "Yurttan Sesler Korosu"nu da yönetiyorum. Derken Ankara'ya gittim. Ankara'da Müzik Dairesi Müdürlüğüm sırasında bütün radyoların halk müzikleri oraya bağlıydı. Orada da yine mahalli sanatçılar bana gelirdi. Gönderirdim Ankara Radyosuna orada ses kaydı alırdık. Hem de bizim vazifemiz onları değerlendirmek.

S. FİDAN: Ne kadar eser derleyebildiniz onlardan? Sahaya da çıktınız şüphesiz?

Y. PAŞMAKÇI: Saha çalışmalarım oldu. Şimdi benim TRT Repertuvarında notasını yazdığım 500 kadar ezgi var. Ama bunlar radyoya geldiği takdirde radyo marifetiyle aldığım şeylere derleyen olarak kendi adımı yazmadım. İstanbul Radyosu Halk Müziği Şube Müdürlüğü şeklinde kurumu yazdım. Çünkü ben o masada otururken orayı temsil ediyordum. Özel bir çalışmam sayılmaması lazımdı benim kanaatimce. Böylelikle 500 tane, ama bunun 100 küsürü bizzat ya eve gelenler yahut benim mahalline gittiğim, bilhassa banda alarak derlediğimdir. Bantları muhafaza ediyorum, ama onları dinleyecek bir teyp yok. Radyoda da derlediğim eserleri sayarsak 1000'i geçer.

S. FİDAN: Devlet Konservatuvarı arşivinde 10.000 kadar eserin olduğundan bahsediliyor.

Y. PAŞMAKÇI: 1936 yılından 1953 yılına kadar bir heyet, Muzaffer Sarısözen'in de dâhil olduğu bir heyet, o zaman 67 vilayeti dolaşarak 10.000 kadar ezgi derlemişler. Bunların ses kaydı sehpanın yarısı büyüklüğünde böyle dört köşe bir cihaz, yine bej renkte mum plaklar var. O cihaz çalabiliyor bu mum plakları. Onunla yapmışlar bu çalışmaları.

S. FİDAN: Şimdi konservatuvarın arşivi dijital ortama aktarma gibi bir çalışması olduğunu duydum. Ne kadar gerçekleştirecekler veya halkın kullanımına açacaklar mı?

Y. PAŞMAKÇI: Onu ben size anlatayım. Benden önce Müzik Dairesi Halk Müziği Müdürü Nida Tüfekçi idi. O İstanbul'a geldi, onun yerine ben gittim. Nida Bey yirmi iki vilayeti çekmiş ve vermiyorlardı. Derken rahmetli oldu. Ercivan Saydam diye bir müzisyen, bizim müzik dairemizde de sözleşmeli olarak çalışıyordu. O, Ankara Konservatuvarı müdürü oldu ve gitti. Ben de ona gittim, daireden tanışıyoruz zaten. Dedim ki bantları bizden olmak şartıyla bir kopya size, bir kopya bize alalım. Bu cihaz yere düşse 10.000 eser gitti, demektir. Hiçbir kıymeti kalmaz, dedim. Rıza gösterdi neticede. TRT Ankara Müzik Dairesi Halk Müziği Müdürlüğü arşivine buradan mâl ettik hepsini. Bu 10.000 ezginin her biri için bir derleme fişi doldurmuş Muzaffer Sarısözen. Bu akıllara durgunluk veren bir şey aslında. O derleme fişi söz gelimi A4 bir kâğıt ve iki tarafı da doldurulmuş. Bir yüzü mahallî sanatçının kimliğine dair: ana adı, baba adı, nereden geldiği, kimden öğrendiği, ne çaldığı gibi. Aşağıda bir hane var, okuduğu parçanın açıkça sözleri, bu sözlerin içinde mahallî ve bilinmeyen bir söz varsa

onların açıklaması, çaldığı sazı çizmiş eliyle, perde aralıklarını ve akort sistemini falan böyle bir bilgi. Bu 10.000 ezginin her biri için ayrı ayrı bir kâğıt doldurulmuş. Bu türkünün çıkmasını sağlayan bir hikâye varsa onu da yazdırmış. Ama Muzaffer Sarısözen'in katılamadığı bazı seyahatler olmuş. Onların kâğıtları boş. Sadece Ahmet oğlu Mehmet gibi isim yazmışlar. Yani Muzaffer Bey'in buradaki titiz çalışmasını ifade etmek istiyorum. Bu böyle. Ondan sonra konservatuvar arşivine radyodaki sanatçıları götürerek onların seslerine hangi uzun hava, hangi kırık hava yakışıyorsa oradan öğrenmelerini sağlıyor. Notasını onlara yazdırıyor. Dolayısıyla çok güzel bir repertuvar çalışması oluyordu.

S. FİDAN: Bölge radyolarında alınan kayıtların TRT arşivinde olduğunu görüyoruz.

Y. PAŞMAKÇI: Onlar TRT'de, Müzik Dairesi Başkanlığı'ndadır. Şimdi biz İstanbul Radyosundayken aldığım o kayıtları oraya denetime göndeririz. Yani mahallî sanatçı geldi, beğendim; ben aldım. Ama oradan denetimden geçecek ki yayınlansın. Böyle sıkıydı yani. Denetimden yayınları alınanlar arşive kazandırılır ve bir kopyası da orada vardır. Bütün radyolardan gelen, İzmir olsun, Erzurum olsun hepsi oranın arşivinde olması lazım.

S. FİDAN: Biyografinizi okuduğumda müzik yönetmenliği yaptığınızdan da bahsediliyor?

Y. PAŞMAKÇI: Evet. Bir tarihte "Türküola" diye bir firma vardı. Ben o sırada belediye konservatuvarında görevliydim. İstanbul Radyosu'nda da akitli olarak çalışıyordum, memur değildim. O firmada yönetmen, bir de o işin sorumluğu sanatçıyı bulmak, stüdyoyu ayarlamak, etrafında çalacak sanatçıları ayarlamak gibi o organizasyonu yapmak seklinde. İki ya da iki buçuk sene kadar çalıştım. Ondan sonra "Philips" firması plak çıkarttı. Bir buçuk- iki sene kadar da orada çalıştım. Ama bu radyonun yanı sıraydı. Boş zamanlarımda gidip orada oturuyordum. Bu işleri yapıyorduk.

S. FİDAN: Kimlere plak doldurdunuz o dönemlerde? Kimlere aracılık ettiniz?

Y. PAŞMAKÇI: Mesela "Philips"le Muzaffer Akgün'e yaptık. "Philips" o yıllarda plak çıkarma müsaadesi alamadı, böyle kaçamak çok az plak yaptık. "Türküola" firmasında çok yaptık. Mesela o zamanlar Barış Manço oradaydı. "Gamzedeyim Deva Bulmam"

parçasını yaparken ben o stüdyodaydım. Âşıklardan Neşet Ertaş oradaydı. Çetin Körükçü vardı Türk Sanat Müziği söyleyen.

S.FİDAN: Kaset döneminde de yönetmenliğiniz devam etti mi?

Y. PAŞMAKÇI: Bu son bahsettiğim şeyler 45'lik plakların olduğu dönem. 1972'de TRT'de memur olunca yasak böyle şeyler yapmak. Orada bitti bu işler.

S. FİDAN: Peki o dönemde halk müziğinin, mahallî sanatçılar olsun, âşıklar olsun piyasadaki yeri neydi?

Y. PAŞMAKÇI: O zaman Barış Manço pek revaçtaydı. Ne okusa satılıyordu plakta. Sonra Yüksel Özkasap Almanya'da, Mahmut Erdal diye Sivaslı mahallî sanatçı vardı. Ondan dört tane türkü bulmuşlar Yüksel Özkasap'a okutmak için. Mahzunî de Almanya'ya gelirdi. O da Türküola firmasındaydı.

S. FİDAN: Sinemadan da bahsetmek istiyorum. Film müzikleri de yaptınız…

Y. PAŞMAKÇI: İki veya üç tane yaptım. Birisi Fatma Girik'in "Boş Beşik" filmi. Ben İstanbul Radyosunda halk müziği konserleri yaptığım zaman mahallî sanatçıları çağırırdım. Mesela Hacı Taşhan'ı çağırmıştım bir defasında. Mahallinden halk oyunları ekibini çağırırdım. Bir de bir türkünün öyküsünü 20 dakikayı geçmeyecek şekilde tiyatro sanatçılarına oynatırdım. Metin Çoban isminde İstanbul Şehir Tiyatrosu'nda bir sanatçı vardı. Ona verirdim hikâyeyi. Onu dramatize eder ve beraberindeki arkadaşlarıyla oynarlardı. Bir saatlik bir programın 20 dakikası da bir türkünün hikâyesine ayrılırdı.

S. FİDAN: Günümüzde televizyon dizilerinde türkülerin kullanımı arttı. Buna nasıl bakıyorsunuz? Hemen hemen her dizide ya da sinema filminde bir noktaya türkü yerleştiriyorlar.

Y. PAŞMAKÇI: Bozmadan kullanıyorlarsa mesele yok. Ama reklamlarda türkünün melodisini alıyor, üzerine çiklet reklamı yapıyor söz gelimi. Onlar çok yanlış ve TRT'de yasaktı bunlar. Bunlar denetime girerdi reklam müzikleri bir yerden alınmış mı -sanat müziği de olabilir- bir çalıntı var mı? Otursun çiklet için başka bir beste yapsın göndersin yani. O zamanlarda yasaktı, ama şimdi çok yapılıyor. Bunların olumsuz

etkileri oluyor. Nasıl ki bestekârın eserini alıp üzerine farklı bir şey yazamıyorsunuz, halk türküsü de sahipsiz diye melodisi alınıp yanlış şekillerde kullanılmamalı.

S. FİDAN: Anadolu Rock akımı günümüzde arttı. Yine türkü sözlerinin üzerine farklı sazlar kullanarak tekrar seslendiriyorlar. Bu konuda düşünceleriniz nelerdir?

Y. PAŞMAKÇI: TRT Müzik Dairesi kurulduktan sonra bunlar yasaklandı. Yani o rock söyleyenlere, pop söyleyenlere kızdılar, ama o zamanda "Modern Folk Üçlüsü" vardı. Mesela "Moğollar" falan vardı, ama böyle olması icap ediyordu.

S. FİDAN: Anılarınız var mı âşıklarla ya da mahallî sanatçılarla ilgili?

Y. PAŞMAKÇI: Hacı Taşhan gelirdi. Murat Çobanoğlu ve Şeref Taşlıova da gelirdi. Onlardan bant alırdık. Sivaslı Âşık Ali Metin iyi ahbabımdı. Hatta âşıklık üzerine, çağırayım bir sohbet edeyim diye düşünürken on beş güne kalmadı, vefat etti. Âşık Veysel'le bir ortamda bulundum, ama ahbaplığım olmadı. O zaman Nida Tüfekçi şube müdürüydü. İstanbul Radyosunda onunla konuşuyorlardı, o da program yapmaya gelmiş. Biz de odaya girip çıktıkça görüyorduk. Hacı Taşhan'la yemiş içmişliğimiz var. Onu çok severim. Ondan türküler aldım.

S. FİDAN: Neşet Ertaş ile bir diyalogunuz oldu mu?

Y. PAŞMAKÇI: Oldu tabi. Hem radyoya gelirdi, hem ben Ankara'da Müzik Dairesi'ndeyken oraya gelirdi, hem de Türküola'da plak yapardık. Türküola Plak'ta ona da yönetmenlik yaptım. Onun okuduğu türküler güzel türküler, radyo sanatçıları onun etrafına üşüştüler. Oysa o kendine özgü bir üslup. Onu taklit etmek de kolay değil. Ne kadar güzel Fransızca konuşsanız bir Parisli başka konuşur. Bu da o hesap yani. Kırşehirli bu adam önüne gelenin hoşuna gidiyordu. Söylediler, ama yozlaştırdılar. Sonra biraz kendisi de uyduruk şeyler söylemeye başladı. Onları biz değerlendirmedik tabi. Piyasada diğer radyolarda çalıyordu. Ama yine TRT doğru olanı yapmalı.

S. FİDAN: Özay Gönlüm'ü de sormak istiyorum…

Y. PAŞMAKÇI: Özay Gönlüm çok iyi bir dostumdu. Özay Gönlüm Ankara Radyosu'nda iken, ben de İstanbul Radyosu'ndaydım. Plak yapmaya geldiği zaman beni bulurdu. Onun plaklarında ben cura ile eşlik ederdim, beraber çalardık. Sonra ben Ankara'ya

tayin olunca tabi yabancılık çekiyordum. Bir de baktım kapıyı çaldı, geldi. Çoluğunu çocuğunu aldı, getirdi ve bana orada o yalnızlığımı unutturdu. Çok da iyi bir arkadaştı yani. Mertti, içindeki dışındaydı. Orada ben iki buçuk üç sene kaldım. O olmasa çok sıkıntı çekecektim, yadırgayacaktım. Ankara'yı da biraz sevmedim şehir olarak İstanbul'dan sonra, ama Allah rahmet eylesin çok samimi aile dostu olduk. Özay Gönlüm sesi güçlü, sazı da güçlü iyi bir sanatçıydı. Mahallini iyi temsil eder, esprili ve çok sevilen bir sanatçıydı. Notası falan iyiydi. Zeybekleri gayet iyi çalar söylerdi. İyiydi, ama ne yapalım vefa etmedi ömrü. Türkülerde hikâyeciliği vardı. Onu kendisi yazardı, biraz tiyatroya da meyil etmiş gençliğinde. O "Ninenin Mektubu"nu falan kendi yazardı. Hatta o anlatırken konuşmanın altını doldurması bakımından curayı çalmasını ben söylemiştim. Halk severdi kendisini. Denizli de meydanı var, parkı var.

S. FİDAN: Piyasa müziği radyoyu etkilemiş midir?

Y. PAŞMAKÇI: Yani tabi etkiler. O zaman çok sıkıydı, bu müzik dairesi de yeni kurulmuştu. Şimdi mesela sanat müziğindekiler rahatlıkla türkü söylüyorlar. O zaman söyleyemezdi, yasaktı. Bizim repertuvar kitaplarımız vardır, o kitabın içinde hangi şarkının türkünün adı varsa onlar söylenirdi. Onun içinde yer almayan şarkı ya da türkü söylenmezdi. Zeki Müren olsun, Safiye Ayla olsun türkümsü şarkılar söylüyorlardı.

S. FİDAN: Genel müzik algısında halk müziğinin yeri nedir? Geleceği nasıldır? Öngörünüz var mı?

Y. PAŞMAKÇI: Halk müziği iyi durumda aslında. Halk yapılan anketlerde ta o zamanlardan beri birinci derece halk müziğini dinler. Kırsal kesim özellikle yapılan anketlerde hep öyle çıkmıştır. O bakımdan halk müziğinin gidişatı iyidir. Ama rahat bırakmaları lazım. Halka ne verirseniz onu alıyor. Doğrusunu vermek lazım.

S. FİDAN: Telif hakları konusunda ne düşünüyorsunuz?

Y. PAŞMAKÇI: Anonimlik meselesi var. Onun için halk müziğinin ne derleyicisine, ne kaynak kişisine bir ücret ödenmiyor. Çünkü ben geliyorum sizin köyünüze sizi buluyorum, sizden alıyorum. Birisi çıkıyor oradan diyor ki ben de biliyorum. Bir başkası da gelip ondan alıyor. İçinden çıkılmaz bir durum. Çünkü anonim sahipsiz. Size

hak tanısa öteki ne olacak. Benim demek, sahiplenmek bir para ummaktır. Benim böyle bir talebim olmamıştır.

S. FİDAN: TRT'nin yaptığı yarışmalar hakkında ne düşünüyorsunuz?

Y. PAŞMAKÇI: "Sıra Sende" diye bir yarışma yapıyorlar. Jüri üyelerini dışarıdan çağırıyorlar. Olmaz böyle bir rezillik. TRT'ye hiç yakışmıyor. O bakımdan felaket bir şey, diğer kanallara uymuş oluyor. Titizlenmekte fayda var. Ondan sonra böyle yakınırız. Biz yapıyoruz. İntroya falan gerek yok. Orada bir kemençe çaldığı zaman ortalık ayağa kalkıyor zaten. Yani halk müziğinin çalgıları kendine yeter. Başkasına ihtiyaç yok. Aklınıza ne gelirse çalıyorlar.

S.FİDAN: Batı müziği sazlarının akademiye girmesine nasıl bakıyorsunuz?

Y. PAŞMAKÇI: Akademiye girdi de n'oldu. Daha kötü oldu. Ben diğer okulun (İTÜ-TMDK) kurucu üyesiyim, başkan yardımcısıyım. Çok güzel çocuklar da yetişti, ama bazı çarpık zihniyetliler de çıkıyor işte.

Ek-3: Nebil Özgentürk (Yapımcı) ile 16.9.2014 Tarihinde Beşiktaş-İstanbul'da Bulunan "Bir Yudum İnsan Film Şirketi"nde Gerçekleştirilen Görüşme

S. FİDAN: Kendinizi yapımcı olarak mı tanımlıyorsunuz?

N. ÖZGENTÜRK: Evet, yapımcı ve yaratıcı yönetmen de diyebiliriz.

S. FİDAN: Belgesellere ağırlık veriyorsunuz değil mi?

N. ÖZGENTÜRK: Tabi, belgesel yönetmeni ve yazarı olarak yıllardır çalışıyorum.

S. FİDAN: Bunun yanında dizi ve sinemayla da ilgileniyorsunuz…

N. ÖZGENTÜRK: Dizi ve sinema ile de yakından flört ediyoruz, yakında belki bir çalışmamız olacak.

S. FİDAN: Peki sinemada geleneksel müzik unsurlarının kullanılmasıyla ilgili görüşlerinizi öğrenebilir miyim?

N .ÖZGENTÜRK: Bizim Türk sineması dizilere göre daha entelektüel kaygılar taşıyan, halka daha çok bir şeyler bırakma kaygıları taşıyan bir alan. Daha kaliteli bir hikâye bırakma kaygıları taşıyan bir alan, diziler ise daha gelir geçer bir dünya yaratıyorlar. Çünkü televizyon çok büyük bir ticari alan oldu. Reklam verenlerin talebi üzerine diziler yapılıyor. O yüzden bir dizi ertesi gün kaybolabiliyorlar. Yani suya yazılıyor, ama sinema ise öyle değil. Sinema daha az izlense de daha sanatsal bakılıyor. O yüzden sinema yönetmenleri daha ahlâken bu ülkenin gerçeklerine, toplumsal yapısına biraz olumlu yaklaşmaya, genç kuşaklara bir şeyler bırakmaya çalışıyorlar. Bu konuda tüm sinema yönetmenlerini kastetmiyoruz, ama bizim çok önemli sinema yönetmenlerimiz var. Hem Türkiye'de hem dünyada belli mesafeler kat ettiler ve bunu da ispatladılar. Dizilerde tabi evrenselliği yakaladılar, ama hep ticarî olarak bakılıyor. Türkiye'nin vasat seyircisi nasılsa Yunanistan'ın vasat seyircisi bizim bir diziyi yakaladı. Dünyanın dört bir yanına dizi ihraç ediyoruz, bu durumda tabi sinemanın entelektüel yanını hiçbir zaman yakalayamaz diziler. bu yüzden halk müziğinin dizilerde kullanılmasından söz edemeyiz. Tamamen şov amaçlı, zaman zaman köy dizilerinde 5-10 dakikalık şovlar yapıyorlar.

S. FİDAN: Bu şovlar izleyiciyi yakalamak için mi?

N. ÖZGENTÜRK: Tabi izleyiciyi yakalamak ve orda sıradan ve basit olan senaryo gereği, örneğin "Fadime, Ahmet'i sevdi" formuna bir türkü yakmanın çok bir anlamı yok. Bunu sizlerin düşündüğünüz daha halkbilimine dayalı değerli sözleri olan müzikleri değil de daha oynak havalarla daha bilindik türkülerle dile getiriyor. Sinema ise yıllardır bu işe ciddi yaklaşıyor. Siz de biliyorsunuz Lütfü Akat sineması, Atıf Yılmaz sineması, Yılmaz Güney sineması ve sonraki kuşakların birçok sinemasında çok ciddi müzikler kullanıldı. Âşıklık geleneğini yansıtan müzikler kullanıldı. Arif Sağ'ın birkaç filme müzik yaptığını biliyorum. Yılanların Öcü, Hazal filmi gibi. O yüzden bu yeryüzünün bence müzikal anlamda çok önemli sayılan etnik müzikleri Türkiye'de de çok değerli tabi. Düşünsenize asırların ruhu var orda veya asırların coşkusu var ve akıl almaz ölçüde dilden dile yoğrularak gelen sözler var. Buna saygı duymamak mümkün değil. Düşünün ki Bela Bartok ile Adnan Saygun 1930'larda koltuklarının altlarına teyplerini almışlar bu bölgenin çok zengin türkülerini derlemişler. O dağlarda söylenen dededen toruna, kuşaktan kuşağa gelip geçen türküleri kaydetmişler. Bu değerli ki kaydetmişler.

S. FİDAN: Ticari açıdan baktığımızda bunun yapımcılara bir maliyeti var. Bir türkünün anonim olarak alınıp kullanılması maliyeti etkiliyor mu? Yine onu müzisyenler alıp düzenliyorlar…

N. ÖZGENTÜRK: Hatırladığım kadarıyla telif yasası bu ülkede 1980'li yılların sonunda başladı. Daha önce anonim türküleri benim eserimdir diye kaydeden de olmuş; kendi bestesini başkasının bestesi olarak bir sabah başkasının albümünde gören de olmuş; at izi, it izine karışmış. Ama çok alakasız bir şekilde halk türkülerinin "dedemin/anneannemin eseridir" diye de sahtekâr bir biçimde kaydedilmesi de komik bir şeydir. Bugünlere geldiğimizde artık bir eser çok değerlidir. Müzik, senaryo yani yazı ve yönetim sinemada üç saç ayağıdır. Bu üç unsurda çok değerlidir, zaten bir telif hakkı alınınca üçünün de ortak imzası gerekiyor. Tabi müziğe ayrı bir saygı duymak gerekiyor. Benim yaptığım belgesellerde müzik hep ön plandadır. Yani özetle biz televizyon yapımcıları eser sahiplerine saygı duymalıyız.

S. FİDAN: Anonimler de var ama?

N. ÖZGENTÜRK: Bir anonim eser bir filme uygun hâle geliyorsa ve bunun da yasal koşullarını arayıp bir izne gerekmiyorsa ne yapacaksınız? Tabi ki kullanacaksınız.

S. FİDAN: Özgün besteler kullanıldığında maliyet artar diye düşünülüyor mu?

N. ÖZGENTÜRK: Hayır düşünülmüyor. Dikkat ederseniz artık tüm dizilerde bir müzisyen ile anlaşıp bölüm bölüm müzik yapılıyor. Bütün dizilerin, filmlerin müzisyenleri görüyorsunuz ki çok da iyi paralar kazanıyorlar. Şimdi çok ciddi bir telif koruması ve kollaması var. Bu konuda meslek örgütleri var. Artık kullanamazsınız. Örneğin ben bir filmimde Cem Karaca'nın bir eserini kullanamam, öyle ki sesini dahi kullanamam. Yarın hemen hesap sorarlar, ama anonim türküleri kullanıyorsun diye hesap sormanın anlamı yok. Şöyle bakmak gerekiyor: orada günümüzün meyvesi olan bir pop şarkıyı kullanmaktansa böyle geleneksel bir müziğin kullanılması, genç kuşaklara aktarılması daha anlamlıdır.

S. FİDAN: Bu durumun geleneksel müziğimizin tanıtılıp, aktarılması konusunda olumlu tarafları var. Bunun yanında endüstri ürünü hâline de geliyor. Özellikle film ve dizi müzikleri diye ayrı bir şekilde basılıp satılıyor. Bir filmde müziğe ayrılan süre ne kadardır? Yapımda müzikle geçen süre ne kadardır?

N. ÖZGENTÜRK: Örneğin ben dün akşam 90 dakikalık bir dizi izledim ve bu dizide müziğin koyulmadığı an yoktu. Böyle şeyler de var. Tabi bazı film ve dizilerde daha az müzik kullanılıyor. Hatta hiç müzik kullanılmayan belgesel ve filmler biliyorum ben. Sadece finalde kullanılıyor o kadar. Kendi doğal diyaloglarıyla bir ruh yaratıyor, bir iklim yaratıyor. Yani bunun matematiği yok. Sonuç itibariyle doğru veya yanlış iyi şeyler ortaya çıkıyor. Artık sosyal medya çok güçlü bir şey, kocaman bir alan kocaman bir tarla. Sizin yaptığınız müzik saniyeler sonra milyonlara ulaşabiliyor. Artık koruyamıyorsunuz, hatta sosyal medyayı engelleyemezsiniz. Önemli olan eser sahibinin bunu ekonomik olarak nasıl değerli hâle getireceğini konuşmak gerekiyor. İnternette de artık koruma ve kollamalar var. Bir site senin müziğini kullanıyorsa onu kapatabiliyorsun. Yani artık bazı şeyler sanatçının lehine oturuyor.

S. FİDAN: Sanırım bu telif sorunları hemen hemen on yıl daha devam edecektir. Çünkü teknoloji de gelişiyor. İnternetin yanında cep telefonu vs. gibi birçok yeniliğin etkisi olacaktır.

N. ÖZGENTÜRK: Evet, ama diğer taraf kazanacaktır diye tahmin ediyorum ben. Ama yeter ki halkın beğeni kalitesi yükselsin. Şimdi Türkiye'de bulunan beğeni anlayışından söz edemeyiz. Türkiye'de şu anda televizyon sektörü sıradanlığa kucak açmış durumda. Yarışmaların, Acunların, sıradanlığın, tomruk yarışının, cam kırma, cam yeme yarışlarının öne çıktığı bir televizyon dünyasındayız. Toplumun beğeni kodlarıyla oynandı. Gençler çok sıradan şeylere ağırlıkla gönül veriyor. O yüzden sorunumuz bu olmalı. Çünkü iyi müzik, iyi belgesel alıcısını bulmuyor. Biz eskiden şikâyet ederdik klasik müzik az dinleniliyor diye. Yavaş yavaş biraz daha seyirci elde ediyor. Fazıl Say köye gidip piyanosunu çalıyor, üç bin seyirci elde edebiliyor. Az evvel anlattığım kaliteli Türk sineması filmleri salon bulamıyor ki. Sinemacılar, büyük adamlar izlenmese de ilk bulduğu bütçeyle yine film yapmaya daha soyunuyor. Yani sinema kahramanları var, gönlünü iyi bir şeyler anlatmaya vermiş kişiler var. Bir rahibe ile bir müezzin aşkını anlatıp toplumlar arası bir barış psikoloji kurmak isteyen yönetmenler var. Bu ülkedeki şiddet eğilimlerini sinemasına aktaranlar var. Somadaki faciayı anlatmak için yola çıkan yönetmenler var. İşte bu insanların önünü açmak gerekiyor.

S. FİDAN: Bu yapımların izleyici bulamaması sorun tabi.

N. ÖZGENTÜRK: Tabi izleyici bulamaması sorun. Biz İvediklerin beklendiği bir dünya yaşıyoruz ama tabi ki insanlar sürekli ağlamayacaklar. Gülmek de muhteşem bir şey. Mesela ben Cem Yılmaz'ı çok beğenirim, komedi anlayışını daha değerli bulunurum. Diğerlerine göre bu da var hayatımızda, ama ne yazık ki dizide olduğu gibi sinemada da kaliteli şeyler yapılmakla birlikte oradaki hakim anlayış yine sıradanlık. Yani hiç toplumsal meselesi olmayan, bir derdi anlatmayan, çok basit hikâyelerin anlatıldığı, belden aşağı esprilerin yapıldığı, çok sıradan müziklerin üzerimize üzerimize geldiği bir dönem yaşıyoruz. Bu insana acı veriyor.

S. FİDAN: Bir filmin maliyeti ortalama ne kadardır?

N. ÖZGENTÜRK: Bu değişiyor. Bakın en son Fatih Akın'ın filmi kırk beş milyon Türk lirasına mâl olmuş. Bir arkadaşım da geldi sekiz yüz liraya film mâl etmiş. İşte kadrosu nedir, oyuncusu kimdir, nasıl bir dünya kuruyor, nasıl emek harcıyor, nasıl bir konfor sunuyor bunlarla ilgili? Siz bir kameramanla yola çıkın, iki ışıkçı ve iki oyuncuyla da film çekersiniz.

S. FİDAN: Herhalde evin içinde de başlayıp bitebilir bir film?

N. ÖZGENTÜRK: İki yüz liraya film mâl eden insanlar tanıyorum. En son bir film festivalinde jüri özel ödülü alan "Sivas" filminin evden bulduğu paralarla yola çıkan genç bir yönetmen. Üç yüz – beş yüz liraya filmi mâl etmiş ve festivale kabul ediliyor. En azından Fatih Akın'ın filmi ödül alamazken "Sivas" filmi ödül alıyor. O yüzden bunun parayla pulla ilgisi yok. Avrupalı, Venedikli jüri üyesi "Sivas" filmini seçti, Fatih Akın'ın filmini seçmedi. Tabi bu her büyük parayla yapılan film kötüdür anlamına gelmez.

S. FİDAN: Belgeseller konusunda da biraz konuşmak isterim, çünkü biz sizi daha çok o alanda tanıdık, "Bir Yudum İnsan"da tanıdık. Devam ediyor mu belgeseller?

N. ÖZGENTÜRK: Şimdi yeni belgeseller devam ediyor.

S. FİDAN: "Bir Yudum İnsan" kaç bölüm yayınlandı?

N. ÖZGENTÜRK: Dört yüz bölüm yayınlandı. Daha sonra başka belgeseller yaptık. "Türkiye'mizin Hatıra Defteri", "Sanatımızın Hatıra Defteri", "Atatürk" Belgeseli adında yaptık. Şimdi de "Türkü Kardeşliği" adında bir belgesel yapıyoruz. Bununla uğraşıyorum şu an. "Bir Yudum İnsan" bir dönem vardı, belki tekrarını yaparız bir gün.

S. FİDAN: Bu dört yüz bölüm içerisinde Mahzunî Şerif'e yer verildiğini internetten izledim.

N. ÖZGENTÜRK: Ben hiç bilmiyorum, çünkü interneti takip etmiyorum. Ben zaten şöyle düşünüyorum: Bir belgesel yapılır ve o artık benim değildir. Yıllardır söylenen söz vardır ya ben de onu tekrar etmiş olayım. Ben Mahzunî belgeselini ATV'nin bana verdiği saat imkânı ve kendi imkânımla yaptım. Sponsor verdi. Seksen dakika Mahzunî belgeselini yaptım ben de. O benden çıkmıştır artık. İnsanlar tabi ki alıp izleyecekler, ama ben koymadım internete. İsterdim ki "Bir Yudum İnsan"ın kendi sitesinde olsaydı, ama bu konuyla alakalı bir becerimiz, zamanımız olmadı.

S. FİDAN: Bu dört yüz bölüm içerisinde âşıklardan, halk müziği sanatçılarından kaçına yer verebildiniz?

N. ÖZGENTÜRK: Çok az üç dört kişi sanırım. Biz öyle ayırmadık zaten. Televizyonda yayımlanması çok zor bir şey, çünkü televizyon yüksek rekabetin olduğu bir yer. Orada çok isimsiz kahramanla belgesel yapmam zor. Mahzunî Şerif kırk-elli yıldır bu topraklarda türkü söyleyen, âşıklık geleneğinin gelen çok önemli isimlerinden biriydi. Ben tanıştım, kabul etti sağ olsun. Çok cesur, özgün bir sohbet ettik. Türkülerini söyledi, türkülerini bize anlattı. Çok sevildi. Âşık Veysel'i de yaptık, Neşet Ertaş'ı da yaptık.

S. FİDAN: "Bir Yudum İnsan" içerisinde mi?

N. ÖZGENTÜRK: Evet. Yaşasaydı Âşık İhsanî'yi yapmak isterdim. Başka âşıklar yoktu benim listemde. Yani oturup düşündüğüm de yedi sekiz bölüm türkülerle ilgili belgesel yaptık. Eğer Arif Sağ da bir âşıksa onu da yapmış bulundum.

S. FİDAN: Yeni projeleriniz var, bunlardan bize biraz bahsedebilir misiniz?

N. ÖZGENTÜRK: Şu anda yeni bir proje yapıyoruz. Yolumuz yine türkülere çıktı. Balkan türküleri konumuz oldu. Alevi_Bektaşî türküleri ile ilgili çalışmalarımız oldu. Doğu Karadeniz türküleriyle ilgili bir çalışmamız var. Ermeni ve Süryani ezgileriyle ilgili bir bölümümüz olacak. Yani türkü ve kültürün önde olduğu bir çalışma yapıyoruz.

S. FİDAN: Bu dönemlerde televizyonda doğrudan görev alıyor musunuz?

N. ÖZGENTÜRK: Hayır. Ben sadece projemi bitirdiğimde sunuyorum.

S. FİDAN: Hangi kanalla daha çok çalışıyorsunuz?

N. ÖZGENTÜRK: Daha çok CNN-Türk ile çalışıyorum.

S. FİDAN: Sizin çalışmalarınız telif haklarını kim takip ediyor?

N. ÖZGENTÜRK: "Gazeteciler Cemiyeti" üyesiyim. Bunun yanı sıra "Çağdaş Gazeteciler Cemiyeti" üyesiyim, Film yapımcıları meslek birliğine üyeyim. Sonuçta kişisel olarak biz takip ediyoruz, ama derneklerimiz var. Mesela "Film Yapımcıları Derneği" var, ben oraya da üyeyim. Bir bakıma benim hakkımı Kültür Bakanlığı üzerinden korumuş oluyor.

S. FİDAN: Bakanlığın arşivi var mı?

N. ÖZGENTÜRK: Evet, tabi var. Biz birçok belgesel verdik, ama daha çok sinema filmlerini alıyorlar desteklemek amacıyla. Bizim çalışmalarımız televizyon için olduğundan bakanlık almaz. Sadece sinema filmlerini alıyor. Onu da kendisi desteklediği için. Biliyorsunuz bakanlık yılda yirmi filmi destekliyor.

S. FİDAN: Sinemanın 100. Yılı olmasının etkisi olsa gerek. Sohbet için çok teşekkür ederim.

N. ÖZGENTÜRK: Ben de teşekkür ederim.

Ek-4: Hasan Saltık ile 17.9.2014 Tarihinde Unkapanı-İstanbul'da Kalan Müzik Şirketinde Gerçekleştirilen Görüşme

S. FİDAN: Efendim, Neşet Ertaş'la başlayalım. Neşet Ertaş'ın kaç eseri sizde? Sayı alabilir miyim?

H. SALTIK: On yedi tane seri yaptık. Biz eski kayıtlarını çıkarttık. Muharrem Ertaş, Hacı Taşhan, Çekiç gibi isimler bizde. Bütün kayıtları toplamak imkânsız, başka firmalarda da hakları var. Ayrıca Davut Sulari, Daimi gibi birçok âşığın kişisel bant kayıtları, makara bantlar da var bizde. Aşağıda depo dolu, onları aktarana kadar canımız çıkar.

S. FİDAN: Kaset dönemi kapanıp CD'ye geçilince fiziki satışlar düştü deniliyor. Günümüzde dijital gelir elde etme ön plana çıktı. Şu anda firma olarak dijital gelirden payınız nedir? Oran tatmin edici mi? Alt yapı yeterli mi?

H. SALTIK: Dijital işler Türkiye'de daha yeni oturdu. D&R'a benzer şekilde mağaza gibi hizmet verdiğini düşünebileceğimiz I-Tunes gibi yabancı şirketlerin sayfalarından şarkı veya albüm satın alınabiliyor. Deezer's gibi sayfalar ise dinleme sayfaları. Türkiye'de de telefon şirketleri genellikle bu işi yürütüyor. TTNET, Turkcell, Avea bu hizmeti sağlıyorlar. Ama telif yasası adam akıllı çıkmadığı için türkü dinleyicileri genellikle bedava eser indirmeyi tercih ediyor. Ama bu iş gelişecek. Dijitalde telif haklarını MÜYAP takip etmeyi bıraktı. Oteller, barlar gibi temsili alanları topluyor. Dijitalde de şirketler kendileri anlaşıp veriyor eserlerini. Bu iş geçen yıl bu şekle büründü. Dijitalde iyi arşive sahip olan şirketler büyük paralar kazanmaya başlayacak diye düşünüyorum. Aynı zamanda sanatçılar da kazanacak. Çünkü kaset ve CD döneminde rakamları doğru tespit etmek biraz zordu. Bandrol sistemi vardı, ama genelde kaçak göçek olabiliyordu. Dijitalde ise şu anda hangi ülkede, hangi şarkının, hangi tarihte indirildiğini bilgisayar kayıtlarında görebiliyoruz. Kaçak göçeği yok bu işin.

S. FİDAN: Ama korsanla mücadelede yaptırım yetersiz diye düşünüyorum.

H. SALTIK: Eğer korsan siteleri durdurabilirlerse şikâyete dayalı bir suç olduğu için herhangi bir siteye dava açtığında başka bir isimle başka bir korsan site açabiliyorlar. Bunun önüne geçilirse daha iyi olur. Daha artar diye düşünüyorum. CD kopyalamanın

ya da şarkı indirmenin, marketten bir ekmek çalmakla aynı olduğunu insanlara anlatmak lazım. Sonuçta o da hırsızlık oluyor. Bu biraz halkı bilgilendirmeyle ilgili. Aslında Avrupa'da artık gençlik müziğe para vermek istemiyor. Ben niye müziğe para vereyim diyor. Eğer cep telefonu faturalarına her ay 1-2 Lira gibi farkla müzik indirme oranı yansısa, müzik indirmek isteyenler bu farkı ödeseler Türkiye'de toplanan telifin elli katı para toplanır. Kimse de şikâyet etmez. Ben formül olarak bunu öneriyorum. Bizim dijital satışımız ise bu yabancı şirketler geldikten sonra % 400 arttı. Sanırım daha da artar.

S. FİDAN: Yıllık bazda fizikî satışın durumu nedir?

H. SALTIK: Fizikî satışın da dünyada iki üç yıl sonra tedavülden kalkacağını düşünüyorum. Biz "Kalan Müzik" olarak Türkiye'de fizikî satışta ilk beşteyiz zaten. Dijital satışta da %5'lik payımız var. Bu Türkiye'de ciddi bir rakam. Biz popüler iş yapmıyoruz. Klip de fazla yapmıyoruz. Buna rağmen bu kadar ilgi görmemiz, bu kadar pazar payımızın olması işlerimizin biraz kaliteli olmasından kaynaklanıyor.

S. FİDAN: Marka oldunuz. Geçmişiniz 90'lara dayanıyor. Firmanın başarısını kaliteye bağlıyorsunuz…

H. SALTIK: Daha değişik yapıyoruz biz. Mesela türkülerimizin alt yapıları biraz daha farklı yapıyoruz. Bir de ileriyi görebiliyoruz. Aynı zamanda birçok dizinin müziğini biz yapıyoruz. Örneğin "Benim İçin Üzülme" diye bir Karadeniz dizisi vardı. Selçuk Balcı, oraya şarkı yaptıktan sonra çok popüler oldu. Dizide birkaç bölüm çalınca, konserlerde söylenince, bir de CD yapınca popüler oluyor. Bu çoklu çalışma avantajını çok iyi kullanıyoruz. Bu da on tane klibe bedel.

S. FİDAN: Kaç dizinin müziğini siz yapıyorsunuz?

H. SALTIK: Biz her sene dört beş diziye müzik yapıyoruz.

S. FİDAN: Bu yılki dizilerden neler var?

H. SALTIK: "Kadim Dostum" diye bir dizi yapıyoruz; Mardin'de çekiliyor, komedi dizisi. "Yılanların Öcü"nü yapıyoruz. O da Kapadokya'da çekiliyor. Zaten şu an en çok o dizilerin müzikleri konuşuluyor. Daha önce "Muhteşem Yüzyıl"ın müziğini

yapıyorduk, o bitti artık. "Umutsuz Ev Kadınları" vardı, o da bitti. Şimdi Nurgül Yeşilçay'ın yeni bir dizisi başlıyor, onu yapıyoruz.

S. FİDAN: Bir sezonluk dizinin müzik maliyeti nedir?

H. SALTIK: Belirli ana temaları yapıyoruz. Özel müzik istenmediği sürece iki üç bölüm için yetiyor o tema. Bir dizide aldığımız para dizinin bütçesine bağlı. Bölüm başına 4.000 Lira ile 7.000 Lira arası değişiyor.

S. FİDAN: Star'da "20 Dakika" adlı bir dizi vardı. Dizide sık sık Neşet Ertaş'ın "Neredesin Sen" türküsü söyleniyordu.

H. SALTIK: O ayrı. Dizi müziğiyle diziye verdiğimiz şarkıların, türkülerin bütçesi ayrı. Diziye verdiğimiz şarkılarda genellikle 1.000 TL ile 3.000 TL arasında para isteyebiliyoruz.

S. FİDAN: Hasan Bey, geleneksel müziğe yönelmenizin sebebi nedir? Arada popüler isimleri de görebiliyoruz, ama ağırlıklı olarak geleneksel müzik üzerine eğiliyorsunuz.

H. SALTIK: Popüler sanatçılar çıkmazsa geleneksel müziği yapamayız. Geleneksel müzik bize pek fazla para kazandıran bir şey değil. Ama oradan besleniyoruz biz. Mesela "Yılanların Öcü"nde hep geleneksel tema kullanılıyor. Biz de arşiv çok geniş olduğu için dizi hangi bölgede çekiliyorsa o bölgenin türkülerini, melodilerini çıkarıyoruz. Onları değişik tarz düzenlemelerle, yeni müzikler ekleyerek diziye hazırlıyoruz. "Yılanların Öcü" öyledir mesela.

S. FİDAN: Sinemayla ilişkiniz var mı?

H. SALTIK: Türkiye'de en çok gişe yapan filmlerin müziklerini genellikle biz yaptık. "Vizontele"leri biz yaptık, "Eşkıya", "Neredesin Firuze" mesela.

S. FİDAN: Filmin ardılı, dizinin ardılı olarak dizi müzikleri şeklinde albümler çıkarıyorsunuz.

H. SALTIK: "Ihlamurlar Altında", "Hatırla Sevgili", "Ezel", "Elveda Rumeli" çok satı. Bunlar fenomen dizi müzikleri. Siyasi dizilerde gizli propaganda da yapabiliyoruz.

S. FİDAN: Bir gazete yazısında okumuştum. Japonya'ya satışlarımız bayağı iyi demiştiniz. Yurt dışındaki faaliyetleriniz ne şekildedir?

H. SALTIK: Şu anda sadece yabancı ülkelerdeki Türkler değil, yabancılar da bizi iyi takip ediyor. Dünya müziği, "work music" alanında fuarlara şirket olarak sürekli katılıyoruz. Bu alanda Türkiye'de tek şirketiz zaten. Burada da mesela turistik bölgelerde "Kalan" "CD"leri tavsiye ediliyor. Japonya'da alım gücü çok yüksek olduğundan dolayı, bir de Türk müziğine ilgi var son beş yıldır. Daha önce Yunanistan'a satışlarımız fazlaydı, Belçika, Hollanda, Almanya gibi. Japonya onlarla eş seviyeye geldi. Mesela Şevval Sam'ın satışları Japonya'da üç dört bini buldu.

S. FİDAN: Yurt dışındaki bu ilgide dizilerin etkisi oluyor mu?

H. SALTIK: Daha çok Arap ülkeleriyle Balkan ülkelerinde dizilerimiz etkili. Mesela "Asi" diye bir dizi Hırvatistan'da gösterilmeye başladı. Dijital satışları mesela Hırvatistan ağırlıkta. Brezilya'da, Arjantin'de bazı Türk dizilerinin gösterimi başladı. "Ezel"in ve "Muhteşem Yüzyıl"ın bütün ülkelerde gösteriliyor olması buna bayağı avantaj sağlıyor. Sadece şirkete geliri olmuyor. Hem Türkiye'nin tanıtımına faydası oluyor hem de sanatçı, yapım şirketi, televizyon şirketine, müzik yapımcısına katkı sağlıyor.

S. FİDAN: Tekrar LP çıkarmaya başladınız. Bunun geleceğini nasıl görüyorsunuz? Bunlar nostaljik bir ürün olarak mı kalacak?

H. SALTIK: Ara boşluktan sonra LP'i Türkiye'de çıkarmaya ilk biz başladık yıllar önce. LP'in müzik kalitesi CD'den çok daha iyi. Yani bunu nostalji olarak görmemek lazım. Hassas müzik, iyi müzik dinlemek isteyenler plağı tercih ediyor. Türkiye'de de eskiden 1000 taneydi bu plakların satışı. Tekrar plak furyası başlayınca 20.000'i geçen satış oranlarına yaklaşıyoruz. Eskiden kartvizit olarak, prestij olarak basılan şeyler şimdi kâr getirir hâle geldi. Çünkü alım gücü yüksek burjuva kesim alıyor bunu. Onlarda çok iyi ses sistemleri var. CD ölse de plak biraz daha yaşar diye düşünüyorum.

S. FİDAN: Plak çalışmalarınız artacak mı?

H. SALTIK: Şimdi Neşet Ertaş'ın, Erkan Oğur'un, Fikret Kızılok'un eserlerini plak olarak basacağız. Niyetimiz yoktu, ama talep olunca yaptık. Bunun dışında karma işler

günümüzde moda. "Karedeniz'e Kalan"diye bir albüm yaptık. Geçen sene en çok satanlar arasındaydı. Şimdi "Alevilere Kalan" diye bir albüm yaptık. O da çok rağbet görüyor. Yakında "Ege'de Kalan", "Rumeli'de Kalan", "Kafkaslardan Kalan" gibi çalışmalarla devam edeceğiz. Arşiv serisinde âşıklarla ilgili çalışmalarımız oldu, ama Âşık Daimi, Âşık Sulari'nin bilinmeyen kayıtlarından birer CD yapacağız. Bunlar para kazandırmasa da geleneğe hizmet adına ara ara devam edeceğiz.

Ek-5: (Tablo 5) Kasım 2014 Taramalarında Tespit Edilen Geleneksel Müzik Yayını Yapan Radyolar (Türkü Radyo) Listesi

ŞEHİR	RADYO	FREKANS	WEB SİTESİ
ADANA	Radyo Başkent Radyo Güney Türkü Fm Akdeniz Fm Radyo Dünya Radyo Çukurova	91.6 99.2 102.7 105.7 107.0 100.7	www.radyobaskent.net www.radyocukurova.org
ADIYAMAN	Güney Radyo Kahta Fm	93.5 96,7	www.guneyfm.com
AFYON	Gün Fm	99,9	www.gunfm.net
AMASYA	Sıla Fm	98,0	www.silafm.com.tr
ANKARA	Radyo Özgür Soğuksu Fm Radyo Doğa Radyo Ostim Radyo Avrasyatürk Radyo Banko Radyo İmaj	108,0 106,0 100,9 96,0 107,1 99,1 107,6	www.radyoozgur.com.tr www.radyodoga.com.tr www.radyoostim.com www.radyoavrasyaturk.com www.radyobanko.com www.imajradyo.com
ANTALYA	Radyo Umut Radyo Akdeniz Side Fm	87,6 95,0 100,5	www.radyoumut.de www.radyoakdeniz.com www.sidefm.com
AYDIN	Radyo 09	104,5	www.radyo09,com
AKSARAY	Aksaray Jest Fm	101,2	www.aksarayjestfm.com
BALIKESİR	Krt Radyo	93,0	
BİNGÖL	Radyo Azelya	94,3	www.radyoazelya.com.tr
BİTLİS	Radyo 13	96,0	www.radyo13.com

BARTIN	Radyo B	106,0	www.radyob.com
BATMAN	Batman Fm	92,2	
BAYBURT	Çağrı Fm	94,0	www.bayburtcagrifm.com
ÇANAKKALE	Çan Radyo	100,5	
ÇORUM	Umut Radyo Dost Radyo Çorum Fm Gün Fm	90,3 92,3 95,5 98,5	www.umutradyo.com www.dost-radyo.tr.gg www.corumfm.net
DİYARBAKIR	Gün Radyo Can Radyo Doğan 21 Amed Radyo	89,0 100,0 103,0 100,5	www.gunradyo.com.tr www.dogan21fm.com
DÜZCE	Öğüt Fm	102,1	www.ogutfm.com
ELAZIĞ	Ezgi Radyo Radyo 23	88,0 95,5	www.ezgiradyo.net
ERZİNCAN	Radyo 2000 İnci Tek Fm Dost Radyo	92,2 98,0 103,0	www.2000radyo.com www.incitek.com www.radyodost.net
ERZURUM	Güncel Fm	103,5	www.guncelfm.com
ESKİŞEHİR	Tempo Türk	95,8	www.ulermedya.com/tempotuk
GAZİANTEP	Radyo Şirinnar Radyo Kilim	101,0 100,0	www.sirinnar.net www.radyokilim.net
HATAY	Radyo Akdeniz Melodi Fm Asya Radyo	89,2 98,5 96,2	 www.asyaradyo.com
IĞDIR	Iğdır Fm	93,0	
İSTANBUL	Medya Fm Radyo Ekin Özgür Radyo Cem Radyo Yön Radyo Özlem Radyo	93,9 94,3 95,1 96,4 96,6 107,8	 www.medyafm.com.tr www.radyoekin.com www.ozgurradyo.com www.cemradyo.com www.yonradyo.com

	Radyo Barış Radyo Seymen Radyo 7 Vizyon Türk	107,2 107,0 104,6 106,6	www.radyoseymen.com www.radyo7.com www.radyovizyon.com.tr
İZMİR	Can Radyo Batı Radyo Radyo Herkül	93,3 93,6 107,6	www.canradyo.com.tr www.batiradyo.com www.radyoherkul.com.tr
KAHRAMANMARAŞ	Radyo Umut Özgün Radyo Elbistan Yöre Fm	90,5 103,0 101,0	www.elbistanradyoumut.net
KARAMAN	Radyo 101	101	www.radyo101.com
KARS	Kafkas Fm	95,5	www.karskafkasfm.com
KAYSERİ	Can Radyo Kent Fm 38 Deniz Fm	101,0 101,8 91,8	www.oynatanradyo.com
KIRIKKALE	Keskin Fm	95,5	www.keskinfm.com
KİLİS	Kilis Sultan Radyo	106,0	www.kilissultanradyo.com
KOCAELİ	Radyo Çağdaş Radyo Umut	89,5 103,0	www.radyoumut.com
KONYA	Ülkü Fm Derya Radyo Radyo Gençlik	100,1 94,2 99,0	www.ulkufm.com www.radyoderya.net www.radyogenclik.com
KÜTAHYA	Alternatif Radyo	91,5	
MALATYA	Fon Radyo Radyo Mega	101,0 101,7	www.fonradyo.net www.radyomega44.com
MANİSA	Radyo 45	93,3	www.gazi45radyosu.com
MARDİN	Super Radyo Radyo Emek Midyat Star	88,8 101,0 91,0	www.emekradyo.net www.misyatstarradyo.com

MERSİN	Radyo Akdeniz Radyo Aktif Radyo Ses Yörük Fm	90,8 96,5 99,8 105,7	www.radyoaktifhaber.com www.mersinradyoses.com www.yorukfm.com
MUĞLA	Ortaca Fm	89,6	www.ortacafm.com
MUŞ	Radyo 49	100,0	www.radyo49.com.tr
NİĞDE	Bor Fm	95,0	
OSMANİYE	Radyo Yakamoz Radyo 80	97,3 94,8	www.radyoyakamaz.com.tr www.radyo80.com
RİZE	Radyo Karadeniz	88,6	www.radyokaradeniz.com
SAKARYA	Radyo Eylül Kemençe Fm	99,1 96,9	www.kemencefm.com
SAMSUN	Bafra Barış Fm	103,2	www.barisfm.com
SİVAS	Arkadaş Radyo	96,6	www.radyoarkadas.com
ŞANLIURFA	Radyo Karacadağ Radyo Güneydoğu	88,0 99,6	www.guneydogutv.com
ŞIRNAK	Dicle Fm Cizre Genç Fm	101,0 88,1	
TEKİRDAĞ	Radyo Şeker	105,7	www.radyoseker.com
TRABZON	Taka Fm	98,5	
TUNCELİ	Radyo Munzur Radyo Barış	97,7 103,0	www.radyomunzur.net
UŞAK	Banaz Dost Fm	89,3	www.banazdostfm.com

VAN	Erciş Star Fm	95,5	www.ercisstarfm.com
YOZGAT	Şefaatli Fm Yozgat Fm Yerköy Fm	94,6 96,7 103,0	www.sefaatli-fm.com

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ETİK KURUL İZİN MUAFİYETİ FORMU

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TÜRK DİLİ VE EDEBİYATI ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA

Tarih: 16/12/2016

Tez Başlığı / Konusu: Âşıklık Geleneği ve Medya Endüstrisi İlişkisi Üzerine Bir Araştırma

Yukarıda başlığı/konusu gösterilen tez çalışmam:

1. İnsan ve hayvan üzerinde deney niteliği taşımamaktadır,
2. Biyolojik materyal (kan, idrar vb. biyolojik sıvılar ve numuneler) kullanılmasını gerektirmemektedir.
3. Beden bütünlüğüne müdahale içermemektedir.
4. Gözlemsel ve betimsel araştırma (anket, ölçek/skala çalışmaları, dosya taramaları, veri kaynakları taraması, sistem-model geliştirme çalışmaları) niteliğinde değildir.

Hacettepe Üniversitesi Etik Kurullar ve Komisyonlarının Yönergelerini inceledim ve bunlara göre tez çalışmamın yürütülebilmesi için herhangi bir Etik Kuruldan izin alınmasına gerek olmadığını; aksi durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

16/12/2016

Adı Soyadı:	Süleyman FİDAN
Öğrenci No:	N10142903
Anabilim Dalı:	Türk Dili ve Edebiyatı
Programı:	Türk Halkbilimi
Statüsü:	☐ Y.Lisans ☒ Doktora ☐ Bütünleşik Dr.

DANIŞMAN GÖRÜŞÜ VE ONAYI

Prof. Dr. Nebi ÖZDEMİR

Detaylı Bilgi: http://www.sosyalbilimler.hacettepe.edu.tr
Telefon: 0-312-2976860 **Faks:** 0-3122992147 E-**posta:** sosyalbilimler@hacettepe.edu.tr

HACETTEPE UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
ETHICS BOARD WAIVER FORM FOR THESIS WORK

HACETTEPE UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
TURKISH LANGUAGE AND LITERATURE TO THE DEPARTMENT PRESIDENCY

Date: 16/12/2016

Thesis Title / Topic: A Research About the Relationship of Minstrelsy Tradition and Media Industry

My thesis work related to the title/topic above:

1. Does not perform experimentation on animals or people.
2. Does not necessitate the use of biological material (blood, urine, biological fluids and samples, etc.).
3. Does not involve any interference of the body's integrity.
4. Is not based on observational and descriptive research (survey, measures/scales, data scanning, system-model development).

I declare, I have carefully read Hacettepe University's Ethics Regulations and the Commission's Guidelines, and in order to proceed with my thesis according to these regulations I do not have to get permission from the Ethics Board for anything; in any infringement of the regulations I accept all legal responsibility and I declare that all the information I have provided is true.

I respectfully submit this for approval.

16/12/2016

Name Surname:	Süleyman FİDAN
Student No:	N10142903
Department:	Turkish Language and Literature
Program:	Turkish Folklore
Status:	☐ Masters ☒ Ph.D. ☐ Integrated Ph.D.

ADVISER COMMENTS AND APPROVAL

Prof. Dr. Nebi ÖZDEMİR

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS/DOKTORA TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TÜRK DİLİ VE EDEBİYATI ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA

Tarih: 16/12/2016

Tez Başlığı / Konusu: Âşıklık Geleneği ve Medya Endüstrisi İlişkisi Üzerine Bir Araştırma

Yukarıda başlığı/konusu gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 347 sayfalık kısmına ilişkin, 16/12/2016 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 7'dir.

Uygulanan filtrelemeler:

1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
2- Kaynakça hariç
3- Alıntılar hariç/dâhil
4- 5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orjinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

16/12/2016

Adı Soyadı: Süleyman FİDAN
Öğrenci No: N10142903
Anabilim Dalı: Türk Dili ve Edebiyatı
Programı: Türk Halkbilimi
Statüsü: ☐ Y.Lisans ☒ Doktora ☐ Bütünleşik Dr.

DANIŞMAN ONAYI

UYGUNDUR.

Prof. Dr. Nebi ÖZDEMİR

HACETTEPE UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
THESIS/DISSERTATION ORIGINALITY REPORT

HACETTEPE UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
TO THE DEPARTMENT OF TURKISH LANGUAGE AND LITERATURE

Date: 16/12/2016

Thesis Title / Topic: A Research About the Relationship of Minstrelsy Tradition and Media Industry

According to the originality report obtained by myself/my thesis advisor by using the Turnitin plagiarism detection software and by applying the filtering options stated below on 16/12/2016 for the total of 347 pages including the a) Title Page, b) Introduction, c) Main Chapters, and d) Conclusion sections of my thesis entitled as above, the similarity index of my thesis is 7 %.

Filtering options applied:

1. Approval and Decleration sections excluded
2. Bibliography/Works Cited excluded
3. Quotes excluded
4. Match size up to 5 words excluded

I declare that I have carefully read Hacettepe University Graduate School of Social Sciences Guidelines for Obtaining and Using Thesis Originality Reports; that according to the maximum similarity index values specified in the Guidelines, my thesis does not include any form of plagiarism; that in any future detection of possible infringement of the regulations I accept all legal responsibility; and that all the information I have provided is correct to the best of my knowledge.

I respectfully submit this for approval.

16/12/2016

Name Surname: Süleyman FİDAN
Student No: N10142903
Department: Turkish Language and Literature
Program: Turkish Folklore
Status: ☐ Masters ☒ Ph.D. ☐ Integrated Ph.D.

ADVISOR APPROVAL

APPROVED.

Prof. Dr. Nebi ÖZDEMİR

ÖZGEÇMİŞ

Kimlik Bilgileri:

Adı-Soyadı: Süleyman FİDAN

Doğum yeri ve Tarihi: Kayseri, 1980

Eğitim Durumu:

Lisans Öğrenimi: Hacettepe Üniversitesi, Türk Dili ve Edebiyatı (2002)

Tezsiz Yüksek Lisans Öğrenimi: Gazi Üniversitesi, Orta Öğretim Sosyal Alanlar Öğretmenliği (2004)

Yüksek Lisans Öğrenimi: Gaziantep Üniversitesi, Türk Halkbilimi (2008)

Yabancı Dil: İngilizce

İş Deneyimi:

Türkçe Öğretmenliği, Karacan Dershaneleri, Ankara. (2003-2004)

Türkçe Öğretmenliği, Uluyatır Atatürk İlköğretim Okulu-Nizip, Vali Lütfullah Bilgin İlköğretim Okulu- Şahinbey (2004-2006)

Türk Dili ve Edebiyatı Öğretmenliği, 19 Mayıs Lisesi-Şahinbey, Gaziantep Türk Telekom Lisesi-Şahinbey (2006-2010)

Öğretim Görevlisi, Gaziantep Üniversitesi, Türk Musıkisi Devlet Konservatuvarı, Etnomüzikoloji ve Folklor Ana Bilim Dalı (2010-hâlen)

İletişim: suleymanfidan@gmail.com

Tarih: 16.12.2016