



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Türk Halkbilimi Anabilim Dalı

2000-2020 DÖNEMİNDE SANAL BAĞLAMDAKİ YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ İMGELERİ

Tülin GÜMÜŞ

Doktora Tezi

Ankara, 2023

**2000-2020 DÖNEMİNDE SANAL BAĞLAMDAKİ YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ
İMGELERİ**

Tülin GÜMÜŞ

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Türk Halkbilimi Anabilim Dalı

Doktora Tezi

Ankara, 2023

KABUL VE ONAY

Tülin GÜMÜŞ tarafından hazırlanan “2000-2020 Döneminde Sanal Bağlamdaki Yerel ve Gelenek Kültürü İmgeleri” başlıklı bu çalışma, 24.11.2023 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Hamiye DURAN (Başkan)

Prof. Dr. Nebi ÖZDEMİR (Danışman)

Prof. Dr. Melike KAPLAN (Üye)

Doç. Dr. Şirin YILMAZ (Üye)

Doç. Dr. Zehra KADERLİ (Üye)

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

Prof.Dr. Uğur ÖMÜRGÖNÜLŞEN

Enstitü Müdürü

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kağıt) 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 metinleri yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan **“Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge”** kapsamında tezim aşağıda belirtilen koşullar haricince YÖK Ulusal Tez Merkezi / H.Ü. Kütüphaneleri Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

- Enstitü / Fakülte yönetim kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir. ⁽¹⁾
- Enstitü / Fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ay ertelenmiştir. ⁽²⁾
- Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir. ⁽³⁾

...../...../.....

Tülin GÜMÜŞ

¹“Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge”

- (1) Madde 6. 1. Lisansüstü teze ile ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez **danışmanının** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulu** iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.
- (2) Madde 6. 2. Yeni teknik, materyal ve metodların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez **danışmanının** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulunun** gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.
- (3) Madde 7. 1. Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, **tezin yapıldığı kurum** tarafından verilir *. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, **ilgili kurum ve kuruluşun önerisi** ile **enstitü** veya **fakültenin** uygun görüşü üzerine **üniversite yönetim kurulu** tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.
Madde 7.2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

* Tez **danışmanının** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulu** tarafından karar verilir.

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 zgn olduğunu, Prof. Dr. Nebi zdemir danışmanlığında tarafımdan retilildiğini ve Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine göre yazıldığını beyan ederim.

[İmza]

Tülin GüMüş

TEŞEKKÜR

“2000-2020 Döneminde Sanal Bağlamdaki Yerel ve Gelenek Kültürü İmgeleri” adlı doktora tezimi tamamlama süreci boyunca yönlendirmeleri ve gösterdiği sabrı için öncelikle danışmanım Prof. Dr. Nebi ÖZDEMİR’e teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca tez jürimde yer alan ve değerli katkılarını sunan Prof. Dr. Gülin Öğüt EKER’e, Prof. Dr. Hamiye DURAN’a, Prof. Dr. Melike KAPLAN ‘a, Doç. Dr. Şirin YILMAZ’a, Doç. Dr. Zehra KADERLİ’ye teşekkür ederim.

Lisans, yüksek lisans ve doktora öğrenimim boyunca üzerimde emeği olan bilgisiyle, tecrübesiyle beni yönlendiren bütün hocalarıma teşekkür ederim.

Son olarak hayatımın her anında yanımda olan bana inanan aileme teşekkür ederim.

ÖZET

Gümüş, Tülin. *2000-2020 Döneminde Sanal Bağlamdaki Yerel ve Gelenek Kültürü İmgeleri*, Doktora Tezi, Ankara, 2023.

Halkbiliminin kültür bilimine dönüşmesiyle birlikte inceleme alanı da genişlemiştir. Kültür artık özerk bir ekonomik alan haline gelmiş, endüstriye dönüşmüştür. Günümüzde kültür endüstrisi, yüksek kârların elde edildiği ve çok yönlü olumlu sonuçlar doğuran temel yatırım alanlarından olarak kabul edilmektedir. Kültür ekonomisi ve endüstrilerinin istihdam ve mili gelir içindeki payı hızla büyümektedir. Kültür ekonomisini ve endüstrilerini oluşturan bazı temel sektörler ise yayıncılık, sinema, radyo-televizyon yayıncılığı, müzik, görsel ve gösterim sanatları, mimarlık, resim, grafik yazılım ve oyuncak sektörü, eğlence, turizm vd. alanlardır. Bu sektörlerin ortak noktası “yaratıcılık” temelinde var olmaları ve gelişmeleridir. Esas olarak yaratıcılık, farklı ve özgün olmaktır. Yaratıcılık için gerekli olan altyapı kültürel miras ve öz sanat alanlarında mevcuttur. Bugün yaşayan kültürel miras farklılık ve özgünlük kaynağı olarak görölmeye başlanmıştır. Yerel ait olan birçok imge kent merkezli kitle iletişim araçları ile yaygınlaşarak kent merkezli sürdürülebilir kalkınma politikalarının önemli bir kaynağı haline gelmiştir. Bu tezde *2000-2020 döneminde İnternetteki yerel ve gelenek kültürü imgeleri* incelenecektir. Yerel ve gelenek kültürü ile ilgili imgeler yazılı-basılı kültür ile popüler ve kitle kültürünün farklı alanlarında yoğun olarak değerlendirilmiştir. Bu tezde önceki bağlamlardaki örnekleri de dikkate alınarak sanal kültür bağlamındaki yerel ve gelenek kültürü imgelerinin oluşum, değişim ve dönüşümleri değerlendirilecektir.

Anahtar Sözcükler

Kent, Yerel, İmge, Kültür Endüstrisi

ABSTRACT

Gümüş, Tülin. *Local and Traditional Culture Images IN Virtual Context Between 2000-2020*, Phd Dissertation, Ankara, 2023.

With the transformation of folklore into cultural science, the field of study has also expanded. Culture has now become an autonomous economic field and turned into an industry. Today, the cultural industry is considered to be one of the main investment areas where high profits are obtained and which produces versatile positive results. The share of the cultural economy and industries in employment and national income is growing rapidly. Some basic sectors that make up the cultural economy and industries are publishing, cinema, radio-television broadcasting, music, visual and performing arts, architecture, painting, graphic software and toy industry, entertainment, tourism, etc. are the fields. What these sectors have in common is that they exist and develop on the basis of "creativity". Essentially, creativity means being different and original. The infrastructure necessary for creativity exists in the fields of cultural heritage and art. Today, living cultural heritage has begun to be seen as a source of difference and originality. Many local images have become widespread through city-centered mass media and have become an important source of city-centered sustainable development policies. In this thesis, images of local and traditional culture on the Internet in the period 2000-2020 will be examined. Images related to local and traditional culture have been extensively evaluated in different areas of written culture and popular and mass culture. In this thesis, the formation, change and transformation of local and traditional culture images in the context of virtual culture will be evaluated, taking into account the examples in previous contexts.

Keywords

City, Local, Image, Culture Industry.

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY.....	i
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI.....	ii
ETİK BEYAN.....	iii
TEŞEKKÜR	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vi
GİRİŞ.....	1
1.BÖLÜM :TEMEL KAVRAMLAR VE YAKLAŞIMLAR.....	5
1.1. TEMEL KAVRAMLAR.....	5
1.1.1 Sanal-Dijital Kültür.....	5
1.1.2 Yerel ve Gelenek Kültürü.....	19
1.2.1.Yerel	19
1.2.2. Gelenek Kültürü	26
1.1. 3 İmge	31
1.2. TEMEL YAKLAŞIMLAR.....	37
1.2.1 Tezler	37
1.2.2. Kitaplar.....	44
1.2.3 Makaleler.....	49
1.3. ÖNERİLEN ÇÖZÜMLEME YAKLAŞIMI	54
2. BÖLÜM : SÖZLÜ KÜLTÜRDE YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ İMGELERİ.....	56
2.1. SÖZLÜ KÜLTÜR BAĞLAMı	56
2.1.2. Yerel ve Gelenek Kültürü Temsilcisi Olarak Âşık İmgesi.....	59
3. BÖLÜM: YAZILI VE BASILI KÜLTÜRDE YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ İMGESİ.....	69

3.1. YAZILI VE BASILI KÜLTÜR BAĞLAMİ.....	72
3.1.1. Yazmalar Kültürü.....	72
3.1.2. Basılı Kültür.....	74
3.2. YAZILI VE BASILI KÜLTÜRDE YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ İMGELERİ.....	74
3.2.1. Osmanlı Dönemi Yerel ve Gelenek Kültürü İmgeleri.....	74
3.2.2. Cumhuriyet Dönemi Yerel ve Gelenek Kültürü İmgeleri.....	80
4. BÖLÜM: ELEKTRONİK BAĞLAMINDA YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ İMGELERİ.....	105
4.1. ELEKTRONİK KÜLTÜR BAĞLAMİ	105
4.2. ELEKTRONİK KÜLTÜRDE YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ İMGELERİ.....	106
4.2.1. Radyoda Yerel ve Gelenek Kültürü İmgeleri.....	106
4.2.2. Sinemada Yerel ve Gelenek Kültürü İmgeleri.....	113
4.2.3. Televizyonda Yerel ve Gelenek Kültürü İmgeleri.....	122
5. BÖLÜM: SANAL-DİJİTALKÜLTÜR BAĞLAMINDA YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ İMGELERİ.....	127
5.1. 2000-2020 DÖNEMİ VE SANAL-DİJİTAL KÜLTÜR.....	127
5.2. SANAL-DİJİTAL KÜLTÜRDE YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ İMGELERİ	137
5.2.1. İçerik ve İmge Türleri	137
5.2.1.1. Görsel İçerik ve İmgeler.....	137
5.2.1.1.1 İnternet Tabanlı Sözlüklerde Yerel ve Gelenek Kültürü.....	138
5.2.1.1.2 Pullar ve Kartpostallar	142
5.2.1.2. İşitsel İçerik ve İmgeler.....	144
5.2.1.3. Görsel ve İşitsel İçerik ve İmgeler.....	145
5.2.2. İçerik ve İmge Alanları	145
5.2.2.1. Yaşam Tarzı ile İlgili İçerikler ve İmgeler.....	146
5.2.2.2. Mizah ile İlgili İçerikler ve İmgeler.....	158

5.2.2.3. Geleneksel Bilgi ile İlgili İmgeler	160
5.2.2.4. Geleneksel Ürün İle İlgili İmgeler.....	162
5.2.2.5. Geleneksel Müzik ve Dans ile İlgili İmgeler.....	165
5.2.2.6. Gelenek, Görenek ve İnanışlarla İlgili İmgeler.....	166
5.2.2.7 Geleneksel Kutlama, Şenlik ve Eğlencelerle İlgili İmgeler.....	168
5.2.2.8. El Sanatları ile İlgili İmgeler.....	170
5.2.2.9. Anonim Halk Edebiyatı İle İlgili İçerikler İmgeler.....	173
5.2.2.10. Giyim ve Kuşam ile ilgili İçerikler ve İmgeler.....	178
5.2.3. İçerik ve İmgelerin İşlevleri	
5.2.3.1. Kültürel İşlev	183
5.2.3.2. Ekonomik İşlev.....	189
5.2.3.3. Toplumsal İşlev.....	190
5.2.3.4. Siyasal İşlev.....	196
SONUÇ	201
KAYNAKÇA.....	217
EK 1. Orijinallik Raporu.....	234
EK 2. Originality Report.....	235
EK 3. Etik kurul / komisyon izni ya da muafiyet formu.....	236
EK 4. Ethics Commission Form For Thesis.....	237

GİRİŞ

İmgeler, duyu organları ile algılanan nesnelerin ya da kavramların bilinçte canlandığı imajlardır. Dolayısıyla imgeler, olguların/kavramların/nesnelerin kültürel bağlamda çeşitli dinamiklerin etkisiyle yeniden üretilerek anlam kazanması sonucu ortaya çıkar. İmgeler ilk üretildikleri bağlamdan zamanla koparak farklı anlamsal bağlamlarda yaşamaya devam ederler. Yerel ve gelenek kültürü imgeleri ise oldukça karmaşık bir araştırma alanıdır. Yerel ve gelenek kültürü ile ilgili imgeler yazılı-basılı kültür ile popüler ve kitle kültürünün farklı alanlarında yoğun olarak değerlendirilmiştir. Bu tezin konusu ise önceki bağlamlardaki örnekleri de dikkate alınarak sanal kültür bağlamındaki yerel ve gelenek kültürü imgelerinin oluşum, değişim ve dönüşümleri incelemektir.

İnsana ait maddi ve manevi unsurların bütünü olarak tanımlanan kültürün ekonomik ve endüstriyel boyutu 21. yüzyılda belirginleşmeye başlamıştır. Günümüzde kültür endüstrisi, yüksek kârların elde edildiği ve çok yönlü olumlu sonuçlar doğuran moda yatırım alanları olarak kabul edilmektedir ve millî gelir içindeki payı hızla büyümektedir. Kültür ekonomisi ve endüstrileri yayıncılık, film endüstrileri, radyo-televizyon yayıncılığı, müzik, görsel ve gösterim sanatları, mimarlık, resim, tasarım, yazılım ve oyun sektörü, eğlence, turizm gibi alanlardan oluşmaktadır. Bu sektörlerin ortak noktası “yaratıcılık” temelinde var olmaları ve gelişmeleridir. Yaratıcılık belirli bir belleğe, birikime dayanarak ortaya çıkmaktadır. Esas itibarıyla yaratıcılık, farklı ve özgün olmaktır ve yaratıcılık için gerekli olan veriler kültürel bellekte mevcuttur. Bugün yerel ve gelenek kültürü farklılık ve özgünlük kaynağı olarak görülmeye başlanmıştır. Yerele ait olan birçok imge kitle iletişim araçları ile yaygınlaşarak kent merkezli sürdürülebilir kalkınma politikalarının önemli bir unsuru haline gelmiştir.

Yerel ve kent ilişkisi, dolayısıyla etkileşimi sağlık, hukuk, ticaret ve eğitim gibi farklı alanda ortaya çıkmıştır. Ulaşımın ve iletişimin kolaylaşması ile birlikte yerel, göçlerle kentte olan varlığını ve kalıcılığını arttırmıştır. Başlangıçta yerel ve gelenek kültürü imgeleri yerel-kent farklılığı ve karşılığı temelinde oluşturulduğu görülmektedir. Zamanla söz konusu ilişkilerin farklı boyutlar

kazanmasıyla birlikte kentteki yerel ve gelenek imgeleri zenginleşmeye başlamış bu doğrultuda gelenek kültürü yeniden kurgulanmıştır. Böylece kentin imge dünyasında yerel geleneksel kültürüyle birlikte ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Yerel, artık çatışma unsuru değil özgünlük ve farklılık kaynağı olarak kullanılmıştır. Yerel-kent etkileşimi ile kentte ortaya çıkan mekânlar, ürünler, yeni durumlar, uygulamalar, bilgi ve deneyimler, giyim-kuşam gibi birçok öge bu durumun sonucudur. Örneğin kartpostal, pul, takvim, kilim, tablo, doğal yaşam ürünleri/mekânları, aktar, il tanıtım günleri, antika gibi ürün, mekân ve uygulamalarda yerel ve gelenek kültürünün yoğun olarak işlendiği gözlenir. Bu değişim ve dönüşümlerin sergilendiği alanlardan biri de sanal ortam yani internettir. Yerel ve gelenek kültürü ile ilgili çok sayıda içeriğe, dolayısıyla imgeye rastlanmaktadır. Bu imgeler çok kere mizahileştirme, metalaştırma, ticarileştirme, turistikleştirme, şeyleştirme, sahteleştirme gibi olgular kapsamında değerlendirilmesi mümkündür.

Bu tezin temel amacı 2000- 2020 Döneminde Sanal Bağlamdaki Yerel ve Gelenek Kültürü İmgelerinin farklı boyutlardan ele alınmasıdır. Dolayısıyla bu çalışmayla kentteki yerel ve gelenek kültürü imgelerindeki değişim ve dönüşümler de ayrıntılı bir şekilde ele alınacaktır. Bu imgelerin tarihsel bir sürekliliğe sahip olup olmadığı tespit edilecektir. Türk halkbilimi disiplini başta olmak üzere birçok disiplin halk/gelenek kültürü kavramlarını genellikle köy merkezli olarak incelemiştir. Yine bu çalışmalarda kent yaşamının gelenek kültürünü olumsuz yönde etkilediği vurgulanırken kentli gelenek kültürü incelenmemiştir. Bu tezde öncelikle genel anlamda kültürün özel olarak da gelenek kültürünün yerel-kentli etkileşiminin ürünü olduğu kabul edilmektedir. Bağlamlara ve kuşaklara göre değişen kentteki yerel ve gelenek kültürü imgeleri, söz konusu etkileşimin temel göstergeleri olarak değerlendirilebilir. Sanal kültür bağlamındaki yerel ve gelenek kültürü imgelerinin çözümlenmesi, sosyo-kültürel değişimlerin de açıklanmasını sağlayabilecektir. Yine söz konusu imgeler üzerinden ilgili kesimlerin kendileri ve başkaları ile ilgili değerlendirmeleri konusunda belirli bir farkındalığın oluşturulması sağlanmış olacaktır.

Bu kapsamında ilk olarak ilgili kaynak taraması yapıp, tez için temel kavramlar açıklanarak ve araştırma çatısı oluşturulmuştur. Disiplinler arası nitelik taşıyan bu tezde öncelikle halkbiliminin yapısal, bağlamsal ve işlevsel yöntem ve yaklaşımları kullanılmıştır. Bu bağlamda tezin planlaması şu şekildedir: Bu tez bir giriş dışında beş ana bölümden oluşmaktadır. Giriş kısmında *araştırmanın konusu, amacı ve yöntemi* açıklanmıştır. Birinci bölüm, *temel kavramlar* kısmında yerel, gelenek kültürü, imge, sanal-dijital kültür bağlamı gibi kavramların açıklaması yapılmıştır. *Temel Yaklaşımlar* kısmında konu hakkındaki tez/makale/kitap çalışmaları ile ilgili eleştirel değerlendirmeler yer almıştır. Ayrıca konu ile ilgili *önerilen çözümleme yaklaşımı* bu kısımdadır. Sanal kültür bağlamındaki yerel ve gelenek kültürü imgeleri, kentli yaşamın farklı bağlamlarındakileriyle (yazılı-basılı kültür, sözlü kültür, elektronik kültür) devamlılık gösterebileceği varsayılarak bu tezin ikinci bölümünde sözlü kültür başlığı altında yerel ve gelenek kültürü imgesi olarak âşık ele alınmıştır. Geleneğin hem üreticisi hem de aktarıcısı olan âşığın imgeleşmesinde akademisyen/araştırmacı/yöneticiler ve bizzat kendileri etkili olmuştur. Bu kısımda âşığın imgeleşmesinde etki eden her iki aktör ve oluşturdukları imge açıklanmıştır.

Üçüncü bölüm yazılı-basılı kültür bağlamında yerel ve gelenek kültürü yazmalar ve baskı kültürü olmak üzere iki kısımda ele alınmıştır. Baskı kültürü kendi içerisinde Osmanlı Devleti ve Cumhuriyet dönemi başlıkları altında incelenmiştir.

Dördüncü bölüm elektronik kültür bağlamıdır. Her ne kadar internet de elektronik kültürün bir parçası olsa da imgelerdeki değişimi görmek amacıyla bu kısımda imge yaratım ve aktarım aracı olarak radyo, sinema, televizyon ele alınmıştır. Kitle iletişim araçları olarak radyonun, sinemanın ve televizyonun yarattığı yerel ve gelenek kültürü imgesi incelenmiştir.

Beşinci bölüm ise sanal-dijital kültür bağlamını kapsamaktadır. Sanal-dijital kültür bağlamında öncelikle neden 2000-2020 dönemi tercih edildiği ve bu kültür bağlamının genel özellikleri açıklanmıştır. İnternetin önce bilgisayarlar sonra da telefonlar aracılığıyla hemen hemen her eve girmesi birçok imgenin de

değişimini/dönüşümünü ve yayılmasını hızlandırmıştır. Bu bağlamda konu ile ilgili veriler internet üzerinden araştırılmıştır. İmgeler görsel, işitsel ve görsel-ışitsel olarak üç başlık altında verilmiştir. Bu imgelerin kültürel, ekonomik, toplumsal, siyasal işlevleri ele alınmıştır.

Sonuç bölümünde ise bağlamlararasılık yaklaşımıyla yerel ve gelenek kültürü imgesinin değişimi-dönüşümü, sanal-dijital kültür bağlamındaki yapısı açıklanmıştır.

Bu çalışmada yazılı-basılı, sözlü, elektronik ve sanal-dijital kültür bağlamındaki imgeler incelenirken bağlam, araç, aktör, imge, etkileri başlıkları kullanılmıştır. Bağlam başlığında hangi kültür bağlamını temsil ettiği, araç başlığında hangi aracın kullanıldığı, aktör başlığında ise imgeyi şekillendiren kişiler, kurumlar açıklanmıştır.

Sanal-dijital kültür bağlamında iç içe geçmişlik söz konusudur. Oluşturulan imgenin hangi internet sitesinde ilk olarak kullanıldığını yani “ur formunu” bulmak zordur. Ayrıca aynı imge farklı sitelerde de paylaşılmaya, aktarılmaya devam etmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın sınırlarını çizmek adına oluşturulan imgeyi sadece bir internet sitesini araç gösterilerek verilmiştir.

1. BÖLÜM

TEMEL KAVRAMLAR ve YAKLAŞIMLAR

1.1 TEMEL KAVRAMLAR

2000-2020 Döneminde Sanal Bağlamdaki Yerel ve Gelenek Kültürü İmgeleri adlı bu tezin temel kavramlar bölümünde, çalışma konusu ile ilgili tarihsel ve teorik altyapı oluşturmak adına, sanal-dijital kültür bağlamı, yerel ve gelenek kültürü, imge kavramları açıklanacaktır.

1.1.1 Sanal-Dijital Kültür Çağ

İletişim ve bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, küreselleşme, serbest pazarlama gibi faktörler sanal-dijital kültür çağı oluşumunda/yaygınlaşmasında etkili olmuştur. Gerçekte olmayıp zihinde tasarlanan, mevhum, farazi, tahminî (URL 1) olarak tanımlanan sanal kelimesi bilgisayar, telefon vd. aracılığıyla kullandığımız internet dünyasını tanımlamak için tercih edilmektedir. Dijital kelimesi ise teknik olarak ayırık elemanlar halinde bulunan veriye atfen kullanılırken günümüzde bilgisayarla eş anlamlı hale gelmiştir. Dijital kavramı, metonimik olarak sanal imgelerin tüm derinliklerine, anlık iletişime, her yerde bulunan medyaya ve çağdaş deneyimlerimizin çoğunu oluşturan küresel bağlantıya çağrı yapmaktadır. Yani sanal gerçeklik, dijital özel efektler, dijital film ve televizyon, elektronik müzik, bilgisayar oyunları, multimedya, internet, WAP, tekno ve post-pop müzikleri, net.art'ı zikretmektedir (Gene, 2019, s.16-17).

Sanal-dijital kültür çağıının ortaya çıkmasında teknolojik alanda yaşanan ilerlemeler/değişimler etkili olmuştur. Bu değişimlerin başında “Sanayi Devrimleri” gelmektedir. Sosyo-ekonomik hayat düzenin değişmesiyle birlikte ortaya çıkan devrimler insan hayatında köklü değişiklikler meydana getirmiştir. İlk sanayi devrimi olan Sanayi 1.0, buharın keşfi ve makinelerde

kullanılması ile 18. yüzyılın sonunda tarım ekonomisinden sanayi ekonomisine geçilmesi şeklinde gerçekleşmiştir. Üretim el ve beden emeğinden makine gücüne doğru bir evrim geçirmiştir (Genç, 2018, s. 236). İngiltere'nin ev sahipliği yaptığı bu devrim ile üretimde meydana gelen değişiklikler toplumsal hayata da yansımıştır. Ortalama yaşam sürelerinin yükselmesi ile birlikte nüfus artışları gözlemlenmeye başlanmıştır. Gündelik yaşam giderek pratik bir hal almış, bunun sonucunda bireylerin yaşam kalitesi yükselmiştir. Makinelerin üretim sürecini kolaylaştırmasıyla, üretim miktarı giderek yükselen Avrupa (Arslan, 2020, s. 5) ürünleri pazarlamak ve yeni hammadde kaynakları bulmak amacıyla farklı coğrafyalara yönelmeye başlamıştır.

Birinci sanayi devriminin getirdiği mekanikleşme 19. ve 20. yüzyılda ikinci sanayi devrimini doğurmuştur. "Teknoloji devrimi" olarak nitelenen Sanayi 2.0'a Almanya ve Amerika öncülük etmiştir. Elektriğin fabrikalarda kullanılması, ham petrolün enerji kaynağı olarak kömürün yerini alması seri üretim ile montaj hattı gibi yeni teknikler (Genç, 2018, s. 238) dönemin belirgin özelliklerindendir.

Otomasyon ve teknoloji ağırlıklı üretim 20. yüzyıl başlarında "dijital devrim" olarak tanımlanan üçüncü sanayi devrimine geçişi kolaylaştırmıştır. Bilgisayarların işlem gücünün hızla artması "akıllı makineleri" doğururken, robotik sanayinin ani ve çabuk atılım göstermesi, ilk kez üretimde insan gücünün azalmasına ve robot makinelerin insanların yerine üretimde daha fazla kullanılmasına neden olmuştur. Elektronik ve bilgisayar desteğinin makine sektörüne entegre olması üretim sistemlerinin otomatikleşmesini doğurmuş elektronik bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi üretimin otomasyonunu sağlamıştır (Genç, 2018, s. 238). Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan bu ilerlemeler Endüstri 4.0'ı yani dördüncü sanayi devrimin oluşmasına zemin hazırlamıştır.

Robot teknolojilerin kullanıldığı dönem olarak da tanımlanan dördüncü sanayi devrimini yalnızca dijitalleşme, yapay zekâ, 3D (üç boyutlu) yazıcılar, nano teknolojiler gibi kavramlara endeksli düşünmemek gerekir. Dördüncü sanayi devrimi çalışma şartlarından, yönetime, yeni iş kollarına, istihdama,

sosyal güvenlik sistemine, sendikacılığa ve daha birçok alana etkide bulunmuştur ve bulunacaktır (Arslan, 2020, s. 8). Gündelik yaşamı çok boyutlu etkileyen Endüstri 4.0'ın temel kavramları ise şöyledir:

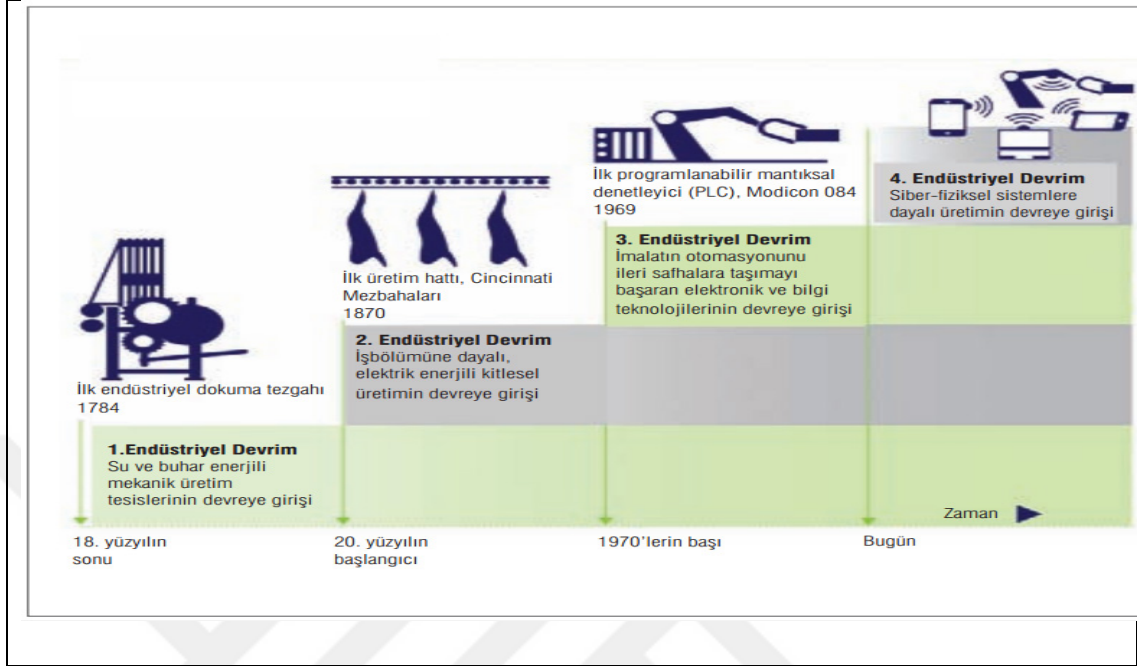
Tablo 3: Endüstri 4.0'ın Temel Kavramları (Akt. Roblek vd. 2016)

Temel Kavram	Açıklama
Akıllı üretim, akıllı fabrika, geleceğin fabrikası	Akıllı fabrikaların daha akıllı, esnek ve dinamik olacağı üretimin, aktörlerin özerk bir sistem ile donatılacağı, makinelerin ve ekipmanların kendini iyileştirme ve bağımsız karar alma yoluyla süreçleri iyileştirme yeteneğine sahip olduğu bir sistemdir.
Ürün ve hizmetlerin geliştirilmesinde yeni sistemler	Ürün zekâsı ile ürün hafızası yaklaşımları büyük öneme sahip olması nedeniyle ürün ve hizmet gelişimi bireyselleşecektir.
Kendini örgütleme	İmalat süreci tedarik ve üretim zincirlerinde değişikliğe uğrayacaktır. Bu durum ürünün üretim, pazarlama, lojistik gibi bütün süreçleri etkileyecektir.
Akıllı ürün	Ürünlere insanlarla ve birbirleriyle IoT (Internet of Things) aracılığıyla iletişimi sağlayan sensör ve mikroçipler yerleştirilir. Bu durum aynı zamanda mahremiyetin işgaline ve dolayısıyla kişisel güvenlik sorunlarının ortaya çıkmasına sebep olmaktadır.
Dağıtım ve tedarikte yeni sistemler	Dağıtım ve satın alma süreç içerisinde giderek daha bireysel hale gelecektir.
İnsan ihtiyaçlarına uyum	Yeni imalat ve perakendecilerin sistemleri, insani ihtiyaçları takip

	edecek şekilde tasarlanacaktır. Bu sistemler Siri, Cortana, Google Now, Viv, IoT gibi araçların birleşimi olabileceği öngörülmektedir.
Siber-fiziksel sistemler	Sistemler hesaplamayı, ağ oluşturmayı ve fiziksel süreçleri birleştirmektedir. Böylece mobil uygulamalar, giysilerdeki sensörler ve dairelerde sensör ve gözetleme kameraları aracılığıyla acil sağlık hizmetlerine olanak veren yaşamsal insani fonksiyonların kontrol edilecektir.
Akıllı şehir	Akıllı ekonomi, akıllı çevre, akıllı yönetim, akıllı insanlar, akıllı hareketlilik, akıllı yaşamın birleşiminden oluşan akıllı şehir internet, telekomünikasyon ağı ve bilgi tabanlı ekonominin hızlandırılmış gelişiminin ürünü olacaktır.
Dijital sürdürülebilirlik	Akıllı şehirlerin ve akıllı fabrikaları odağında sürdürülebilirlik ve kaynak verimliliği yer almaktadır. Ayrıca etik kurallara uymak gerekir.

Karşılıklı çalışabilirlik, sanallaştırma, bağımsız yönetim gibi prensiplere sahip olan Endüstri 4.0 teknolojinin siber fiziksel sistemlere (SFS) geçişi ve nesnelerin interneti öncülüğündeki bir devrimdir. Akıllı fabrikalar, üç boyutlu baskı (3D Printing), yapay zekâ, nesnelerin interneti, büyük veri ve bulut sistemleri devrimin entegre sistemleridir. SFS, birbirleriyle internet üzerinden haberleşen nesnelerin oluşturduğu ağ ve gerçek dünyadaki nesnelerin bilgisayarda simülasyonu ile oluşturulan sanal ortamdan oluşmaktadır. Görevi sensörler ve yazılımlar yardımıyla fiziksel dünyayı sanal bilgi işlem dünyasıyla bağlamaktır. Bu sistem yeni devrimin bel kemiğidir ve evlerden

makinelere, arabalara, tıbbi cihazlara kadar uyarlanabilmektedir (Genç, 2018, s. 239).



Görsel 1: Endüstri'nin Tarihsel Gelişimi (URL 52)

Sanal-dijital kültür, çeşitli bileşenleri ilk önce modern kapitalizmin açılımlarına bir yanıt olarak ortaya çıkan ve yirminci yüzyılın ortalarındaki savaşların beraberinde getirdiği taleplerle bir araya gelen tarihsel durumlarla koşullu fenomendir (Gene, 2019, s. 20).

Sanal-dijital çağ ile kültür arasındaki ilişki birçok araştırmacı tarafından değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmelerden biri olarak ortaya çıkan teknolojik determinizm kuramı McLuhan'a aittir. McLuhan, "Understanding Media (1994)" adlı eserinde teknolojik araçların toplumsal ve kültürel değişimlerde etkin bir rol oynadığını belirtmektedir. İnsan faktörünü dışarıda bırakan teknolojik determinizm, teknolojinin özne konumunda olduğunu savunmaktadır.

Birçok araştırmacının hem fikir olduğu teknolojik determinizme karşı olarak "teknolojinin sosyal inşası (Social Construction of technology, SCOT) kuramı" ortaya çıkmıştır. 1980'lerin başında Trevor Pinch ve Wiebe Bijker tarafından geliştirilen teknolojinin sosyal inşası kuramı determinizmin teknolojinin kendi toplumundan bağımsız olarak işlediği fikrine şiddetle karşı çıkarak, toplum ve teknolojinin birlikte inşa edildiklerini savunmaktadır. Buna göre bir teknolojik

ürünün icat edilmesi söz konusu teknolojiye ilişkin bilginin, maddi ve toplumsal koşulların da üretilmesi anlamına gelmektedir (Kara, 2020, s. 216). W. Bijker (1995) teknoloji ve toplum ilişkisinin çift yönlü olduğunu belirtmektedir. Toplum ve tekniğin iç içe geçtiğini göstermek için “sosyo-teknolojik birlikler” terimini geliştiren Bijker (1995) teknolojik ürün üretimiyle birlikte ürünün kullanılacağı toplumsal alanın inşa edilmesi gerektiğini savunmaktadır. Kuramın temsilcisi gerçekte teknolojik determinizmin bütün varsayımlarının hatalı olduğu iddiası üzerine kurmak, teknolojik değişim süreçlerinde toplumsal olmayan faktörler olduğunu kabul etmektedirler (Berkun, 2020, s. 76).

Gere (2019) ise kültürden teknolojiye gidişi içeren bir gelişimi savunmuştur. Ona göre teknoloji dijital kültürün gelişiminde rol oynayan kaynaklardan yalnızca biridir. Bilgi ve bilgi sistemleri hakkında yapılan tekno-bilimsel tartışmalar, avant-garde sanat, karşı-kültür ütopyacılığı, eleştirel kuramlar hatta punk gibi alt kültürel oluşumlar da vardır. Bu farklı unsurlar da bilgisayar gibi soyutlama, kodlama, öz-düzenleme sanallaştırma ve programlama paradigmalarının ürünleridir. Dijital kültür bu unsurların arasındaki karmaşık ve eytişimsel (diyalektik) etkileşimlerin ürünüdür (Gere, 2019, s. 20).

Teknolojiler saf teknik bir sürecin çıktısı olmayıp insan ürünü olması bakımından toplumsal yapıdan bağımsız değildir; birbirinden karşılıklı etkilenecek inşa edilmektedir. Toplum, teknolojilerin gelişme gösterdiği bağlam olarak kabul edilir ve teknolojiler bu bağlamdan bağımsız düşünülmemektedir (Kara, 2020, s. 216-127). Elbette ki teknoloji toplumu belirlemez. Toplum da teknolojik değişimin yönünü çizemez, çünkü bilimsel keşif, teknolojik yenilik ve bunların toplumsal uygulanma süreçlerine bireysel yaratıcılık ve girişimcilik gibi birçok etken dahil olur; öyle ki nihai sonuç, karmaşık bir etkileşim sürecine dayalıdır Teknoloji toplumdur, toplum teknolojik aygıtlarına değinilmeksizin anlaşılamaz, resmedilemez (Castelles, 2018, s. 6).

Sanayi alanında yaşanan devrimler günümüzde sanal-dijital çağın ortaya çıkmasını sağlamakla birlikte toplumsal ve kültürel hayatın değişmesinde/dönüşmesinde etkin bir rol oynadığı kabul edilmektedir. Teknoloji belirli hız ve biçimde değişiklik göstermektedir. Toplumlarda durağan olmayan

teknolojinin hızına yetişebildiği uyum sağlayabildiği ölçüde varlıklarını sürdürmektedirler.

Cocchiara, *The History of Folklore in Europe* (Avrupa’da Folklor Tarihi) (2017) adlı eserinde “ona canlılık veren deneyimlerden soyutlayamayacağımız folklor araştırmaları birbirinden farklı ve her biri ayrı iplikler veya birbirinin içine geçmiş ayrı iplik sırası olarak değil, daha çok bütün kumaş olarak düşünülmeli” diyerek folklor çalışmalarına bütünsel bir bakış açısıyla yaklaşır. 19. yy. bağımsız bir bilim dalı haline gelen halkbilimi için yaygın olarak kabul edilen iki başlangıç noktası vardır. İlki Almanya’da Grimm kardeşlerin, 1812 yılında “Ev ve Çocuk Masalları” adıyla sözlü gelenekten derleyerek oluşturduğu masal kitaplarıdır. İkincisi ise William John Thoms’un, *Athenaeum* adlı dergiye folklor “Folk-lore” terimini kullanmasıdır. Folklor terimi Folk=halk, lore=bilim sözcüklerinden oluşmakta ve halkbilimi anlamına gelmektedir (Çobanoğlu, 2019, s. 27). Bilim dalı olarak folklorun şekillenmesinde Avrupa’daki siyasi, sosyal, kültürel ve ekonomi başta olmak üzere birçok faktör etkili olmuştur.

1453 yılında Fatih’in İstanbul’u fethetmesi ile birlikte Avrupa’da “skolastik” denilen Orta Çağ kapanmış, doğu ticaret yolunun denizde aranması ile birlikte “Coğrafi Keşifler” başlamıştır. Guiseppe Cocchiara’ya göre (2017) Amerika’nın keşfi ile birlikte Avrupa düşünce tarihinde soylu vahşi algısı oluşmaya başlamış (tanıma, yüceltme, idealleştirme) halk kültürü, törenler, gelenekler, inançlar vd. önemli bir hale gelmiştir. Avrupa’da halk kültürüne Amerika’nın bulunuşuyla başlayan bu ilginin altında, çeşitli nedenlerle Amerika’ya giden din adamları, gezginler, sanatçılar ve maceraperestler, Yeni Dünya’da gördüklerini yazarak büyük bir kitaplık oluşturmaları yatmaktadır (Çobanoğlu, 2019, s. 27). Yeni Dünya’daki “soylu vahşi” tutkusu bir süre sonra seyyahlık veya misyonerlik faaliyetlerinin de bir sonucu olarak Doğu’ya yönelmiştir. Rönesans ve Reform hareketlerinin sonrasında ortaya çıkan Fransız İhtilali, Avrupa’da milliyetçilik akımını ortaya çıkarmıştır. Milliyetçilik akımı ile folklor disiplini arasında oldukça yakın bir ilgi bulunmaktadır. Uluslar, milliyetçilik akımının etkisi ile kendi kültürel köklerini, soylu geçmişlerini, arî sanat ve edebiyatlarını aramaya başlamışlardır. Ulusun soylu geçmişinin en saf haliyle halk olarak adlandırılan köylüler arasında bulunduğu düşüncesiyle kırsal bölgelerde yaşamakta olan sözlü kültür ürünleri

derlenmeye başlamıştır (Daştan, 2022, s. 347). Başlangıçta metin merkezli bir yaklaşımla ele alınan folklor çalışmalarında 20. yy. metin kadar bağlamın da önemli olduğu kabul edilmiş ve bağlam merkezli çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. 21. yy. ise “küreselleşmenin de etkisiyle koruma, canlandırma ve uygulamanın merkeze alındığı çalışmalar ön plana çıkmaya başlamıştır. Bu doğrultuda yapılan çalışmalardan biri de UNESCO’nun 2003 yılında yürürlüğe koyduğu Somut Olamayan Kültürel Miras’tır (SOKÜM).

Batı’da 20. yy. ikinci yarısında kadar folklor ile ilgili yapılan birçok çalışmada folklorun sözlü olma, sözlü niteliği ön plana çıkmış ve masal, türkü, atasözü, efsane, inanç gibi alanlarda yoğunlaşmıştır (Çobanoğlu, 2019). Halkbiliminin yaşam bilime dönüşmesiyle birlikte inceleme konuları da farklılaşmış ve genişlemiştir. Mit, efsane, masal, fıkra, gibi sözlü kültür unsurlarının yanında halkbilimi halk sanatı, giyim-kuşam, halk dansı, halk tiyatrosu, halk inancı, halk hekimliği, halk müziği vs. dahil edilmiştir.

Yoder’e göre halk yaşamı harâketi, halk kültürünün 20. yy. bütün değerleriyle birlikte keşfidir. Halkbilimi çalışmalarının halk kültürünü ve onun bütününe ihtiva etmesi gerekmektedir. “Halk yaşamı” (folklife) olarak tanımlanan bu kavram, İsveççe “folkliv” kelimesinin Almancaya “volksleben” olarak geçmiş halidir. Edebiyatçılar tarafından İngilizceye “halk yaşamı” (folklife) olarak uyarlanmıştır (Yoder, 2004, s. 98). Böylece gündelik hayatta bulunan sözlü, ruhsal ve maddesel unsurların tamamı “halk yaşamı” olarak adlandırılmaya başlanmıştır.

Yukarıda ifade edilen süreç ile halkbilimi olgusunun tarihle ilişkisini kavrama noktasında teorik ve bütüncül çözümlemeler yapmak amacıyla verilmiştir. Tarihsel süreç içerisinde folklor ve folklor ürünlerine olan yaklaşım değişmeye başlamıştır. Bu durum folklor ürünlerinin oluşum/aktarım/yayılım şekillerine teknolojinin ürünü olan medya araçlarının ve internetin de hizmet ettiği kabulünü hazırlamıştır.

Ben-Amos’un “halkbilimini, küçük gruplarda sanatkârane iletişim olarak” tanımlamasından hareketle Çobanoğlu (2019), halkbiliminin çalıştığı temel olgunun iletişim olduğunu savunmaktadır. Ona göre iletişimin gerçekleştiği kültür ortamı ve bu kültür ortamlarını var eden iletişim kanalları, biçim ve yolları başlangıcından beri gelişmeye, çeşitlenmeye hiç ara vermemiştir. Bu birbirinden

pek çok yönüyle değişen, gelişen, çeşitlenen, farklılaşan iletişim kanal ve yollarıyla insanın kendini idrak ve ifade etmesi, sosyalleşip kültürleşmesi gündelik hayatımızı oluşturup devam ettirmede kullandığı araç gereç olarak gelenekler-görenekler daima folklorun hem var oluş nedeni ve hem de sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır (Çobanoğlu, 2019, s. 349). Farklılaşan ve gelişen iletişim kanalları, icra mekanları folkloru yeni ifade imkanları sunmaktadır. Bu farklılık fakelore, folkorizm, icat edilmiş gelenek, uygulamalı halkbilimi gibi bağlamlar çerçevesinde folklorun geleceğine/varlığına olan etkisi tartışılmıştır. Bu tartışmalardan birisi de köy-kent kavramları ile ilgilidir. Başlangıçta halk kültürü, gelenekten yansıyan ve gelenekten nakledilmiş olan esasen kırsal ve sanayileşme öncesi kültürlerin yansıması olan geleneksel kültür (Yoder, 2004, s. 98) olarak kabul edilmekteydi. Eski halk tanımında ayrıca “okuma-yazma” bilmeme ölçütü anlamını çoktan yitirdiği gibi yeryüzünde meydana gelen sosyo-kültürel değişmelerle pek çok toplumda neredeyse %100'lük bir okuma-yazma oranı ortaya çıkmıştır. Ancak bu tür toplumlarda da insanlar birbiriyle geleneksel anlatı, hareket ve maddi kültürel nesneler yoluyla iletişim ve etkileşim kurmaya devam etmektedirler (Çobanoğlu, 2018, s. 122). R. Dorson'un (1970) “Is There a Folk in the City” (Şehirde Halk Var Mı?) çalışmasından sonra şehirde halkın ve onların üretimi ile ortaya çıkan bir kültürün varlığını kabul etmiştir. Dorson'dan önce Avrupa'da Herman Bausinger ve takipçilerinin 1960'ların başından beri şehir ve modernleşmeyi, turizm, kültürleşme ve değişim dönüşümleri halkbilimi çalışmalarına dahil etmişlerdir (Çobanoğlu, 2018, s. 122). Bu çalışmaları destekleyici olarak Alan Dundes'in (2022) halk tanımı ortaya çıkmıştır. Ona göre “halk” (folk), en az bir ortak faktörü paylaşan herhangi bir insan grubunu ifade eder. Bu grubu birbirine bağlayan faktörün ortak bir meslek, dil veya din olabilir ne olduğu önemli değildir. Bundan daha önemli olan ise herhangi bir sebeple bağlı olarak oluşan grubun kendisine ait olarak kabul ettiği bazı geleneklere sahip olmasıdır (2022, s. 16). Bu tanımdan sonra halkbilimi çalışmaları, toplumun sadece kırsalda yaşayan ve bir kesimini değil tamamını ele alan bir sosyal hatta davranışsal bilimsel disipline dönüşüm sürecini hızla tamamlamıştır (Çobanoğlu, 2018, s. 122). Bu doğrultuda kentte halkın varlığının kabulü beraberinde kent merkezli üretim çıktılarından olan

medya araçlarının, internetin de kültür olduğu kabulünü doğurmuştur. Kitle iletişim araçlarının daha önce görülmemiş bir şekilde folklor enflasyonuna katkıda bulunacağını belirten Linda Degh (1994), medyanın folklorun bir parçası olduğunu ve araştırmacılarının bunu kabul etmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Medya araçları ve halkbiliminin ilişkisi ile ilgili yapılan değerlendirmelerden bir süre sonra bilgisayar, internet düzleminde araştırmalar yapılmaya başlanmıştır. 1970'li yıllarda güvenlik amacıyla kullanılmaya başlanan internet 1980'li yıllarda sivilleşmeye başlamış ve 2000'li yılların başından itibaren yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Halkbilimi çalışmalarının inceleme alanı haline gelen internet folkloru, Çobanoğlu'na göre (2019, s. 355) yeni ve kendine has tür ve şekillere sahip olarak sözlü ve yazılı kültür ortamlarında üretilen geleneksel folklorun tür ve şekillerini bünyesine dahil etmiştir. Aynı zamanda geleneksel ortamda unutulmuş tür ve şekillerin yeniden canlanmasını da sağlamaktadır.

İnternet folkloru; sanal ortam folkloru, dijital folklor, dijital kültür, sanal-dijital kültür bağlamı olarak farklı adlandırmalar sahiptir. Dördüncü sanayi devriminin bir sonucu olan internet ile ilgili yapılan araştırmalarda sorgulanan temel sorular kültür/gelenek üzerindeki etkisi noktasında toplanmaktadır. Başlangıçta “kentte kültür var mıdır?” sorusu günümüzde “İnternette kültür var mıdır?” formuna dönüşmüş ve genellikle internetin kültürü olumsuz olarak etkilediği vurgulanmıştır.

Halbuki internet, sınırları belirsiz bir kütüphane, arşiv, mağaza, toplantı, tartışma, oyun ve sohbet salonu, galeri müze ve kitabevidir. Ayrıca kültürün bütün geleneklerini sanallaştıran ve kendi başına bir kültür oluşturan dinamiktir. Kendinden önceki iletişim araçlarını (gazete, radyo, telefon, faks, televizyon) da içinde barındıran internet, yaşamdaki zaman ve mekân sınırlarının yok edildiği, geçmiş, bugün ve geleceğin birleştirildiği sanal bir dünya yaratmıştır (Özdemir, 2015, s. 388). Kendinden önceki yazılı kültür, sözlü kültür ortamından beslenerek ortaya çıkan internet aracılığıyla halkbilimi, dijital dönüşüm geçirerek “yaratıcılık ekseninde” kendi bağlamlarını meydana getirmiştir (Özdemir, 2012, s. 405). Bu durum teknolojik gelişmeler sonucu ortaya çıkan sanal ortamın da folklorun inceleme alanına dâhil edilmesini, halk bilgisinin yeni yaratım mekânı olarak kabul edilmesini sağlamıştır. Sanal-dijital kültür bağlamında yapılan

folklor çalışmaları “digital folklor, e-folklore, sanal folklor, ağ folkloru, netlore, internetlore, internet folkloru, netrografi” gibi terimlerle adlandırılmaktadırlar. Netlore terimi, yüz yüze iletilmeyen, sözlü olmayan ve kuşaktan kuşağa aktarılmayan (De Vos, 2018) folklor olarak tanımlanmaktadır. Netrografi ise “net ve etnografi” sözcüklerinin birleşiminden doğan ilk olarak pazarlamacılar tarafından kullanılan bir terimdir. Sanal netnografi olarak tanımlanan bu kavram bilgisayar aracılı sosyal etkileşim yoluyla oluşturulan toplulukların ve kültürlerin çalışmasına uyum sağlayan bir dizi çevrimiçi araştırma yöntemini ifade etmektedir (Bowler, 2018, s. 26).

Kendinden önceki sözlü ve yazılı kültür ortamından beslenen sanal bağlam yeni bir kültür ve yaşam alanı haline gelip bilimsel çalışmaların konusu olmuştur. “Doğal olarak, önceki kültür bağamları gibi sanal kültür de insanlığın var olan ve yaşayan kültürel birikiminden yaralanmıştır. Her kültürel bağlam gibi sanal kültürde alıntılanan ya da aktarılan kültürel birikim çeşitli değişikliklere uğramıştır. “Kültür, iletişimdir ya da iletişim kültürüdür” kabulü de hatırlandığında, her yeni iletişim türü, biçimi, sistemi, teknolojisi, aracı devraldığı birikimi kendi sistemine uygun, kendine özgü hale getirmekte, diğer bir deyişle dönüştürmektedir” (Özdemir, 2017, s. 271). Günümüzde sanal-dijital kültür ortamı herhangi bir sınırlama getirmeden yaşayan geleneksel ve kültürel mirasın sergilendiği, aktarıldığı, tanıtıldığı bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylece geleneksel yapıda kuşaktan kuşağa aktarılan kültürel bellek dijital belleğe dönüşmeye başlamıştır. Kültürün bu dönüşümü ile yeni endüstri alanların yaratılmış ve yaygınlaşmıştır.

Sanal-dijital kültür ortamında insanların benliklerini tanımlayan unsurlar da dahil olmak üzere önem atfettikleri hemen her şeyi dijitalleştirmelerinin ve gündelik hayatta gerçekleştirilmeye alıştırılmış neredeyse tüm kültürel etkinliklerin benzer işlevlerle, fakat farklı biçimlerde sanal ortamın sunduğu ortak tekno-sosyal yaşam bağamlarının yeniden üretilmesinin ve icra edilmesinin önünü açmaktadır (Gülüm, 2018, s. 128). Folklor ürünleri yeni bağamlarla işlenerek yaşamaya devam etmektedirler. Sanal-dijital kültür bağlamında daha erişilebilir, sınırsız, değişebilen ve güncellenebilen metin kavramları ortaya çıkmıştır (Özdemir, 2019, s. 21). Sosyal paylaşım ağları, video paylaşım ağları, blog

siteleri, bilgi paylaşım ağıları bu metinlerin sunulduğu yerlerden bazılarıdır. Geleneksel metinler, sözlü, yazılı ve sınırlı olmasına karşın sanal ortamdaki metinler resim, animasyon ve grafiklerle birlikte sunulmaktadır. Sözel, görsel, işitsel sunum şekline sahip olan bu metinlerin anlaşılabilirliği ve yaygınlaşması artmaktadır.

Gülüm'e göre (2018) folklor, eyleyicilerinin zihinde taşınan, belirli bir mekânsal organizasyon özelinde, çoğunlukla tanımlı bir sosyalite çerçevesinde, icat edilen çeşitli iletişim stratejiler aracılığıyla ve tekrarlanabilen, varyantlaşabilen kültürel pratikler dolayımında icra edilen müşterek gelenek bilgisidir. Bu tanıma göre sanal ortamın mekânsallık, sosyalite, etkileşimsellik, geleneksellik, icracılık parametrelerine sahip olduğu ve sanal etkileşim ortamlarında kullanıcılar tarafından meydana getirilen toplulukların folklorik grupların tüm niteliklerini üzerinde taşıdıkları kabul edilmiştir.

Dinamik yapıya sahip olan sanal-dijital kültür bağlamı üretilen ya da aktarılan folklor ürünlerini değiştirme, güncelleme ya da tamamen ortadan kaldırma imkanına sahiptir. Sanal-dijital kültür bağlamı bizi aktüel gerçeklikle temas ettirecek, gerçek hayatta sahip olduğumuz kimliklerden çok daha esnek kimliklere sahip olmamızı sağlayan sanal dünyaları keşfetmemizi sağlayacak ve böylece yaşamımıza yeni anlam boyutları katacak" (Dreyfus, 2016, s. 14). Sanılanın aksine insan burada edilgen değil aktif bir yapıdadır. Sanal-dijital kültür bağlamını geliştiren, kültür ürünlerini aktaran ve bu aktarımdan etkilenen yine insandır.

Amaç ne olursa olsun insanın sanal-dijital kültür ortamındaki etkisi arttıkça folklor ürünleri ile internet arasındaki bağ da artmaktadır. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de folklorun yerelden evrensele ulaşması, sanallaşması söz konusudur. Bağlamı değişen ürüne çağa uygun yeni bir anlam yüklenirken, diğer taraftan eski döneme ait yapı ve tema saklanarak yeni çağa/kuşağa aktarılmaktadır. Folklor ürünü, sanal dünyada güncellenirken içinde yaratıldığı imgesel mekâna ait yeni terimlerle zenginleştirilmektedir (Bars, 2018, s. 164).

Folklor ürünleri yeni teknolojiler ile birlikte değişen yaşam biçimine uyum sağlayarak varlığını sürdürmüşlerdir. Dan-Ben Amos, folklorik bir hareket için hem gösteri ve anlatmayı yapanlar hem de seyirci aynı halde ve aynı referans

grubunun parçası olması (2006, s. 35) gerektiğini savunur. İnternet sadece herhangi bir toplanma yeri gibi normal, gayri resmî, günlük, sosyal etkileşim için bir düzen haline gelmiştir. Bu tür bir etkileşimin meydana geldiği yer tıpkı diğer yerler gibidir ve folklor burada ortaya çıkar (Mcneill, 2018, s. 117). Sanal-dijital kültür ortamında insan, radyo ve televizyonun aksine yüz yüze iletişim kurma, sözlü geleneği aktarma/yayma imkânı bulmuştur. İnternet aracılığıyla insanlar birbirinden bağımsız olarak farklı gruplara üye olmaktadır. Böylece var olan folklor ürünleri sanal-dijital ortama aktarıldığı gibi yeni toplumsal yapılar, ifade biçimleri, gelenekler de oluşmaktadır.

İletişim teknolojilerindeki yenilik ve gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan sosyal ağlar (Social Network Sites-SNS) günümüzde yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Sosyal medya olarak adlandırılan bu ağlar sanal ortamda kadın erkek ayrımı olmaksızın birbirinden farklı yaş gruplarında insanlarını bir araya getirmektedir. Gündelik yaşamın vazgeçilmezi haline gelen sosyal medya bireyin kimliğinin görünür hale geldiği bir alandır. Ayrıca insanlar bu sitelere hoşça vakit geçirme, sosyalleşme, bilgi edinme, haber alma/verme gibi çeşitli amaçları için dâhil olmaktadır. Çeşitlilik, çokseslilik ideasındaki postmodernizm, kendisini modernizmden ve dogmalardan ayırarak konumlandırırken, ortaya koyduğu argümanlardan birisi olan çokseslilik argümanı, karşılığını bugün sosyal ağlarda çeşitli temsiller ile bulmaktadır (Yegen ve Kırık, 2020, s. 229). Böylece bireyler sahip olduğu gerçek kimlikleri ile sosyal ağlar aracılığıyla oluşturdukları kimliklerini sanal kültür ortamında yansıtmaktadır.

Sanal-dijital kültür ortamı zaman ve mekân kavramlarına da farklı boyutlar eklemiştir. Telefonla birlikte büyük ölçüde değişen mekân kavramı internet ortamından kalkmıştır. İnsanlar internet sayesinde dünyanın neresinde olursa olsun istediği zaman, istediği yere seyahat ederek, orayla ilgili bilgi edinme ve orayı gezip görme şansını yakalamaktadır (Baki, 2014, s. 9). Aynı zamanda bilgi yayılımı da hızlı ve kolaydır. Normal şartlarda bir araya gelemeyen insanlar sanal mekanlarda bir araya gelerek mesajlaşıp ayrıca sohbet odalarında iletişimlerini sürdürmektedirler. Bu “uzaktan varoluş” ya da “sanal varoluş” internet kullanıcılarının bilgisayar ekranlarında kendilerine sanal bir varlık kazandırma isteği ile kendilerini yansıtan resim ya da simgelerle

bedenselleşirler. Sözlü iletişimin ayrılmaz parçası haline gelen jest ve mimikler, yazılı iletişimde betimlemelerle okuyucun gözünde canlandırılmaya çalışılırken internetle kurulan iletişimle birlikte de kendini görünür kılmanın yolunu bulmuştur (Gürçayır, 2009, s. 112). Kültürden kültüre farklılık gösterse de grafik, sembol ve ikon kullanarak iletişimi etkili hale getirmeye çalışmaktadırlar.

İnternet kullanıcısı gönderen-alan-üreten-tüketen, yazan-okuyandır. Bu nitelikleriyle internet kendisine en yakın dönemin dahi geleneklerini dönüştürür, ayrı bir kültür yaratır. Yeni geleneklerin en önemli yaratım mekânlarından biri haline gelen sanal dünya ile folklor ayrılmaz bir şekilde iç içedir (Bars, 2018, s. 73). Kitle aracılı iletişim teknolojileri geleneksel bağlamları güçlendirirken, katılımcı medya ise yerel bağlamin üzerinden başkalığını ifade edebileceği yeni güçlü kanallar sunmaktadır (Howard, 2018, s.132).

Günümüzde internet, gündelik yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir. İnsan ürünü olan kültür de bu doğrultuda internette yeni ifade imkanları bulmuştur. Sözün teknolojikleşmesi (Ong, 2010) olarak kabul edilen sanal-dijital kültür ortamının gelenekleri çağına uygun bir biçimde işlenmesinde önemli bir dinamik olduğu görülmektedir (Özdemir, 2019, s. 21). 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. Bu bakımdan geleneklerimiz yok oluyor, endişesi taşıyorsak doğru bir yaklaşım olmadığı inancındayım. (Yıldırım, 1989b, s. 7). Gelenek gelenekleşme sürecinde deneme-yanılma yoluyla oluştuğunu dikkate alınmamaktadır. Geleneğin temeli alan bu kurallar, deneyimlerden elde edilen damıtılmış bilgileri içermektedir ve bu kurallar sürekli değişmekte ve temele yenileri eklenmektedir (Özdemir, 2015, s.189-190). Sanal, aktif, sürekli güncellenen kültür belleğine sahip olan internet aracılığıyla insanlığın belleği sanallaşarak ağlar ağında korunmakta, paylaşılmakta ve geliştirilmektedir. Bütün bu gelişmeler yerelin belleğini ve kültürel imgelerini ötekilerle kolaylıkla paylaşabilmesini olanaklı hale getirmiştir. İnternet, yerelin daha yerinde bir ifadeyle yerelin kendini keşfini beraberinde getirmiştir (Özdemir, 2012, s.118).

Doğal kültür imgeleri herhangi bir işleme tabi tutulmadan, yaratıcı bir yoruma dönüştürülmeden ham haliyle kullanılmaktadır. Çağdaş imgeler ise modern yorumlarla ortaya konulmakta ve çağrışım, iletişim açısından güçlendirilerek sunulmaktadır. Kültürel imge yaratım sürecinde sadece gerçeklerden değil aynı zamanda efsaneler, mitler, menkıbeler, destanlar, hikayeler, masallar yeni ve etkili imge yaratılması için uygun kaynaklar (Özdemir, 2012, s.115) olarak kabul edilmektedir. İnsana hayal kurdurabilen, çağrışım yaptırılabilen imgeler daha başarılı olarak kabul görür. Bu bağlamda çağrışımı, yaratıcılığı arttırmak için yerel ve gelenek kültürü imgeleri özellikle tercih edilmektedir. Sanal-dijital kültür bağlamında kullanılan yerel ve gelenek kültürüne ait imgeler başlangıçta kendinden önceki kültür bağlamlarının aktarımı şeklinde gerçekleşmiştir. İnternetin ve sosyal medyanın yaygınlaşması ile birlikte yerelin bizzat kendisi sanal-dijital kültür ortamında var olmuş ve gelenek kültürünü aktarmaya başlamıştır. Doğanın ve geleneksel yaşam tarzının moda olduğu 21. asrın başından itibaren gelenek artık sandıklarda değil sanal sitelerde saklanmaktadır. Çünkü yerelin sandığı (belleği) internette çoktan açılmıştır (Özdemir, 2012, s.118). Folklor sanallaşırken sanal ortam da folklorleşmiştir. Yeni iletişim araçları folklor da yeni ifade imkanları sunmuştur.

1.2 Yerel ve Gelenek Kültürü

Çalışmamız dâhilinde ele aldığımız kavramlardan bir diğeri de yerel ve gelenek kültürüdür. Sanal-dijital kültür bağlamında imgeleşen yerel ve gelenek kültürü bu kısımda ayrı başlıklar altında açıklanmıştır.

1.2.1 Yerel

Sanal-dijital kültür bağlamında açıklandığı gibi Sanayi Devrimleri, toplumların hayatında ekonomik, kültürel, siyasal birçok değişikliğe sebep olmuştur. Bu değişimin sonuçlarından biri olarak küreselleşme kavramı ortaya çıkmıştır.

Küreselleşme tüm dünyada hayatın her alanını etkilemiştir. Küreselleşmenin yaygınlaşması olumlu ve olumsuz birçok tepkiye neden olmuştur. Bu tepkilerden birisi de yerelleşmedir. Yerelleşme başlangıçta daha çok demokratikleşmenin sağlanabilmesi ve aşırı merkeziyetçi yapısından kurtulabilmesi için yerel işletmelerin halkın katılım ve denetimiyle yürütülmesi, yerel yönetimlerin özerkleştirilmesi anlamında kullanılmıştır (Tunçer, 2012, s. 136). Küreselleşmenin tam tersi olarak tanımlanan yerelleşme ve yerel kavramı birçok disiplin tarafından kullanılmakla birlikte. günümüzde yerel kavramı daha çok gelenek kültürüne sahip kentte ya da kent dışında yaşayan insanları tanımlayan bir kavram hâline gelmiştir.

Yerel kavramı halkbilimi başta olmak üzere birçok bilim dalının çalışma konusu hâline gelmiştir. Yerel kavramı güncel ve yeni bir kavramdır. Fakat tarihsel süreç içerisinde tanımlanan soylu-vahşi, halk, köylü kavramlarından da bağımsız değildir. Kolektif bellekte yerel olumlu bir anlam taşıırken soylu-vahşi, halk, köylü için aynı durum geçerli değildir. Dünyada ve Türkiye’de yapılan modernleşme çalışmaları sonucunda cahil, eğitimsiz, pis, geri kalmış vs. fakat manevi değeri yüksek olarak kabul edilen halk, köylü romantik bir yaklaşımla ele alınmış ve eğitilmesi, modernleştirilmesi gereken kişiler olarak algılanmıştır. Yerel ise küreselleşmenin getirdiği olumsuz sonuçlardan kurtuluşun anahtarı olarak kabul edilmiş ve modernleşmemesi, özünü koruması ve görünür olması için birçok çalışma yapılmıştır. Günümüzde önceki kültür bağlamının devamı olan sanal-dijital kültür bağlamında da kolektif belleğin yansımaları görmek mümkündür. Bu doğrultuda çalışmamızda halk, köylü ve yerel kavramları ayrı ayrı tanımlanmış ve bu tanımlamalardaki tarihsel süreç açıklanmış ve yerel kelimesinin kullanımı tercih edilmiştir.

Başlangıçta “soylu-vahşi” olarak tanımlanan halk, köyde yaşayan, eğitim görmemiş kişi olarak kabul edilmekteydi. Bu bağlamda halk kavramının köylü olarak daraldığını ve tanımlandığını söylemek mümkündür.

Köy ve köylü ile ilgili birçok tanımlama yapılmıştır. Bu tanımlamalardan ilki yönetsel sınırlar ve nüfus esasına göre gerçekleştirilmiştir. 1924 tarihli Köy Kanunu’nda nüfusu 2000’den aşağı olan yurtları köy olarak kabul edilmektedir.

Bir kaza veya bölge merkezi olmayan her türlü kırsal yerleşim yeri olarak tanımlanan köy, disiplinler arası olarak incelenmiştir.

Mahmut Tezcan'a göre (URL 2) "Köy, şehirden ayrı bir coğrafi ve ekolojik çevreye toplu veya dağınık olarak yerleşmiş, az nüfuslu (2000-3000), doğal çevre ile daimi ve doğrudan doğruya bir ilişki halinde, genellikle tarımsal üretime ve hayvancılığa dayanan bir ekonomiye ve iş-güç biçimine sahip, toprağa bağlı, üyelerinin geleneklerine sıkıca bağlı, muhafazakar, homojen bir birlik teşkil ettiği, toplumsal denetimin, komşuluk ilişkilerinin ve karşılıklı yardımlaşmanın kuvvetli olduğu, üyeleri arasında organik bağlarının bulunduğu, yüz yüze ilişkilerin cereyan ettiği ve biz duygusunun hakim olduğu, şehre nazaran daha az bir farklılaşma toplumsal hareketlilik ve tabakalaşmanın cereyan ettiği, genellikle az gelirli, geniş, üyelerinin kendi güçlerine göre tarımsal faaliyette rol aldığı, baba otoritesine dayanan, istikrarlı bir evliliğe sahip ailelerden ibaret, daha ziyade yaygın eğitimin kuvvetli olduğu, geniş bir seçmen kitlesini oluşturan, şehiriye nazaran daha dindar olan belirli bir toplumsal örgüte ve tarihe sahip özel bir adı olan sürekli bir topluluktur."

Köyde yaşayan insanları tanımlamak için kullanılan köylü sözcüğünün Sosyoloji Sözlüğünde yaygın kullanımı ve sosyolojik tanımı bir arada vermiştir. Özellikle Marksist kuram içinde köylü, üretim tarzına göre bir sınıf olarak tanımlanmıştır. Sosyal antropologlar ise köylüleri kültürel alışkanlık ve normlarıyla, vizyonlarının darlığıyla tanımlamışlardır (Marshall, 2005, s. 433).

Türk sosyolojisinin kurucusu olan Ziya Gökalp, toplumu iptidai cemiyetler ve milletler olarak ikiye ayırmıştır. İptidai kavimleri klan olarak adlandıran Gökalp, toplumların tarihi dönem itibarıyla aşiret, kavim, ümmet ve millet aşamalarından geçtiğini belirtmektedir. (1973, s.157). Gökalp'e (1982) göre köyün ilk şekli obadır. Zaman içerisinde obaların terk edilip evlerde oturulmaya başlanması ile köyler oluşmuştur. Köyler kendi içerisinde ikiye ayrılmıştır: ağa köyü ve ahali köyü. Ağa köyü feodal yapıdadır ve ağadan başkasına çalışmak mümkün değildir. Ahali köyünde ise iktisadi bakımdan köylüler arasında herhangi bir farklılık söz konusu değildir.

Köylü kavramı ayrıca psiko-sosyal özellikleri ile de tanımlanmıştır. Muhafazakâr, geleneklerine sıkı sıkıya bağlı olan köylülerde hiyerarşik bir düzen söz konusudur. Zimmerman, köyde parlak dehâların olmadığını fakat zihinsel hastalık oranının azlığını belirtirken Honet, köylülerin temizliğe dikkat etmediklerini buna rağmen hastalanmadıklarını ayrıca sertlik, azim ve sebatın köylünün karakteristik özelliği olduğunu savunmaktadır (akt. Tezcan URL 2).

Bir diğer kavram ise kırsal bölgedir. Kırsal bölge ile kastedilen kısmen تنها arazilerdir. Geleneksel anlamda “kırsal bölgeyi” belirleyenler ise gerçekten bu arazilerde yaşayıp çalışan insanlar değil; arazi sahipleri, arazi düzenleyicileri, sanayiciler ve sanatçılar gibi kırsal bölgelerin dışında yaşayıp çalışan ve adetten kırsalın dilini konuşan insanlardır (Connerton, 2021, s. 54). Bu bağlamda kırsal bölge tanımlanmasında, görsel özelliklerin vurgulanmasında kırsal ile dolaylı olarak ilişki kuran “dışarıdakinin” tanımlamasının etkili olduğu savunulmaktadır.

Köy ve köylü ile ilgili yapılan tanımlamalarda nüfus olarak kentten azlığı, toprağa bağlı olarak tarımla uğraşmaları, örgütlenmiş halde yaşamaları, geleneğe, örf, âdetlere, maddi, manevi yakınlığa sahip olmaları ile ön plana çıktıkları görülmektedir. Bu tanımlamalarda genellikle kentin ve kentlinin karşıt özelliklere sahip oldukları görülmektedir.

Türkiye’de ise köy ve köylü ile ilgili çalışmalar Cumhuriyet döneminde yaygınlaşmıştır. Kemalizmin köycü söylemi, tam da bahsedilen, zulüm gören ve hakkı yenen köylü algısını yıkmak ve köylünün hak ettiği değeri görmesini sağlamak üzerine kurulu olacaktır. Bu amaçla köy ve köylü romantik bir kavrayışla tanımlanır; köylünün Türk milletinin özünü oluşturduğu belirtilerek onun üretim gücü, çalışkanlığı, bilime yatkınlığı, dürüstlüğü, cesareti, vatana bağlılıkları yüceltilir. 1930’larda birçok köycü, ulusal kültürün saf ve tamamen korunmuş olarak bulunduğu yerlerin köyler olduğunu vurgularlar. Ulusal kültürün özünün köylerde bulunduğu inancı, sadece Cumhuriyetin değil pek çok milliyetçi söylemin bir parçasıdır. Özellikle 1929 ekonomik buhranının nedenlerinin kapitalizm ve sanayileşmede bulunması ile birlikte, şehirlerin de etnik, kültürel, ekonomik açıdan karmaşık ve kozmopolit bir yapı sunması dolayısıyla, milliyetçi

söylemlerin köyü yücelten söylemler üretmesi son derece doğaldı. (Dicle, 2012, s. 863). 1923'ten 1930'lu yıllara kadar "köylü milletin efendisi" söyleminden hareketle köye ve köylüye romantik bir yaklaşım söz konusudur. Bu dönemde nüfusun büyük kısmı köylerde yaşamaktadır ve yönetici kesimin eğitim yoluyla yetiştirmeyi düşündüğü cumhuriyetçi nesil köylülerden oluşmaktadır. Bu bağlamda yönetici kesimin kullandığı halk kavramı aslında köylüye atıfta bulunmaktadır. Bu dönemde çok boyutlu bir köylü imgesi ortaya çıkmıştır. Köylü bir taraftan yüceltilirken diğer taraftan küçümsenmiş ve dışlanmış. Köylünün erdemleri, meziyetlerinden bahsedilirken aynı zamanda cahil olduğu eğitilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Köylünün kalkınmasını, değişmesini "köylülükten" kurtulmasını amaçlamaktadır. Bunun gerçekleşmesi için köylünün işçileşmesi, tarımın sanayileşmesi ve köyün kentleşmesi öngörülmüştür. Böylece, halk, reformların pasif alımlayıcısı olarak konumlandırılmakta, ancak bir aydınlanma sürecinden geçtikten sonra rasyonel argümanlar geliştirebileceği düşünüldüğünden, o zamana kadar kendileri için neyin iyi/kötü olduğu konusunda seçkinlerin kararlarına uyum sağlaması beklenmektedir (Gençoğlu, 2011, s. 73).

Planck (1971), 1920 ila 1960 tarihleri arasında Türkiye'de köy ve köylü ile ilgili yapılan çalışmaları *Türkiye'de Köy Sosyolojisi* adlı makalesinde ele almıştır. Bu esere göre 1920'lerde bilim adamlarının köy sosyolojisi üzerinde tesirli bir çalışma yapmamasına rağmen, köyün kendisi politik hayatta önem kazanmıştır. Atatürk, kırsal bölgelerin desteği ile Türkiye Cumhuriyeti'ni kurmuştu. Artık Anadolu'nun kalbi politik bir merkez haline geldi. 1930'ların ortasına doğru 'yeniden köye dönüş' hareketinin bir parçası olarak köy araştırmalarına ilgi oldukça arttı. Köy ile ilgili bu ilk teşebbüslerin birçoğu folklor, etnografi ve kırsal edebiyatla sınıflandırılmıştır. Bu çalışmalar nicelik olarak her ne kadar fazla ise de nitelik olarak yeterli değildir. 1940'larda ise II. Dünya Savaşı'nın başlaması ile birlikte amatörlerin denetimsiz sürdürdüğü çalışmalar sona ermiştir. Yine bu dönemde köy sosyolojisinin bir bilim dalı olarak kurulmasının temelleri atılmıştır. 1939-1946 seneleri arasında Köy Enstitüleri, köylünün çok boyutlu eğitimini desteklemek için kurulmuştur. 1950'lerde ise hükümet köy kalkınmasına daha çok önem vermeye başlamıştır. Genellikle halk sağlığı, ulaştırma araçlarının ve

yollarının yenilenmesi, ziraatın makinalarla yapılmasının sağlanması, çiftçi kredilerinin temini gibi gelişmeler gerçekleşmiştir. Kırsal nüfus oldukça hızlı bir artış göstermiş, köy-şehir münasebetleri sayı bakımından artmıştır. Böylece köyden şehirlere toplu göçler başlamıştır. 1960'larda ise köy sosyolojisi iki önemli olayla belirlenir. 1. Birkaç Türk Üniversitesinde köy sosyolojisinin eğitim programına alınması; 2. Köy İşleri Bakanlığı'nın kurulması.

Başlangıçta romantik-milliyetçilik bakış açısıyla yüceltilen köylü, plansız sanayileşmenin, tarım alanlarının endüstrileşmesinin, makineleşmenin vb. etkisiyle kentlere göç etmeye başlamış bu süreçte moderniteye, kent yaşamına bir tehdit olarak algılanmıştır. Köy medeniyetin doğduğu, insanlığın gelişim gösterdiği yer olmakla birlikte aynı zamanda medeniyetten uzak, hoyrat ve cehalet mekânı olarak kabul edilmiştir.

20. yy. gelindiğinde ise teknoloji alanında yaşayan ilerlemeler sosyal, kültürel, ekonomik hayatı etkilemiştir. Bu döneme kadar okuma yazma bilmeyen, gelişmelerden nasibini almamış, kırsal kesimde yaşayan köylüler halk olarak kabul edilmekteydi. Değişen sosyo-ekonomik şartlara paralel olarak halk kavramının içeriği de etkilenmiştir. Bu dönemde halk kavramı köylü kelimesinden sıyrılmaya, başlangıçta olması gerektiği gibi anlamı daha kapsayıcı hale gelmeye başlamıştır.

Örnek'e göre (2017) halk kelimesinin birden fazla anlamı vardır. Belirli bir ülkede yaşayan, aynı dili konuşan, benzer yaşama alışkanlıklarını sürdüren, ortak bir tarihi olan az ya da çok birlik bilincine sahip olan insanlara halk denildiği gibi aynı zamanda ortak bir bilince sahip olmadan aynı devlet yönetiminde yaşayanlara da halk denilmektedir.

Kaya'ya göre halk aralarında en az bir ortak değer ve değer yargısının olduğu ve en az iki kişiden oluşan gruba verilen addır. Geçmişte yüksek zümre dediğimiz elit tabaka havas ve onların dışında kalan tabaka da avam olarak nitelendirilmiştir (2014, s. 376).

Türk Dünyası Ansiklopedik Türk Halk Edebiyatı Kavramları ve Terimleri Sözlüğüne göre halk aralarında en az bir ortak değer yahut değer yargısının

olduğu ve en az iki kişiden oluşan gruba verilen addır. Geçmişte yüksek zümre dediğimiz elit tabaka havas, onların dışında kalan tabaka da avam olarak nitelendirilmiştir. XVIII. yüzyıldan XX. yüzyılın ortalarına kadar okuma yazma bilmeyen, gelişmelerden nasibini almamış, kırsal kesimde yaşayan köylüler halk olarak telakki edilmiştir. Günümüzde ise halk kelimesi ile avam ve havas ayrımının olmadığı yeni bir kabul vardır (Kaya, 376, s. 2014).

Belli bir ülkede yaşayan, kan birliği taşıyan, aynı dili konuşan, benzer yaşama alışkanlıklarını sürdüren, ortak bir tarihi olan, az ya da çok birlik bilincine sahip olan insanların oluşturduğu yapı aynı zamanda; birbiriyle dil ve köken bakımından ayrı olan, ama ortak bir devlet yönetimiyle birleşmiş bulunan ahali için de kullanılır. Daha geniş anlamda, bir ulusun belli bir çevre içinde yaşayan kısmı da halk terimiyle karşılanır: Anadolu halkı gibi. Ayrıca aynı yerde toplanmış olan kimselere de halk denir: Mahalle halkı, ev halkı gibi.

19. yy. bir disiplin haline gelen folklorun temel paradigmalarından birisi halktır. Folklor tarihinde halk ile ilgili farklı tanımlamalar yapılmıştır.

Başlangıçta halk, bir milletin içinde daha az eğitilmiş en eski zamanda ve günümüzde hâlâ çok yüksek değerlere sahip bir medeniyet seviyesine ulaşamamış insan grubu olarak tanımlanmıştır. Buna göre halk (volk) filozoflardan, şairlerden ve hatiplerden farklı; bilgelerden ve bilgelikten uzak bir sınıftır. Bu yüzden bu gruba mensup olan gruplar ilkelik seviyesine çok daha yakındır (Ben-Amos, 2007, s. 234). Halk, aşağı tabakayı oluşturan, genel nüfus içinde bir sürü, bayağı ve kaba bir grup ve aynı toplumun seçkin tabakası (elite) ile tezat teşkil eden bir insan grubu olarak düşünülmüştür. Halk bir taraftan medeniyetle tezat olarak ele alınırken, yani halk medenileşmesi bir toplumda medenileşmemiş bir unsur olarak kabul edilirken, diğer taraftan da vahşi (savage) veya ilkel toplum (primitive society) diye adlandırılan ve gelişme basamaklarından daha aşağıda olduğu varsayılan bir gruba da tezat olarak kabul edilmiştir (Dundes, 2022, s. 12). Medeni kesim ile medeniyetten uzak olan (vahşi) kesim arasında bir yer işgal eden halk kavramının belirlenmesinde okur-yazarlık ve edebi olma gibi şartlar mevcuttu. Yapılan tanımlamalarda halk köylü kavramıyla eşdeğer görülmektedir. Yazı öncesinde (veya yazıyı tanımayan)

vahşi ile okur-yazar, şehirli olan medeni arasında köylüler/halk entelektüel bir yer işgal etmektedirler. Halk kavramının köylü anlamında daralması aynı zamanda kent toplumunu da dışarıda bırakmasına sebep olmuştur.

Özellikle Alan Dundes'in (2006) halk tanımı halkbilimi incelemelerinde bir dönüm noktası olmakla birlikte aynı zamanda uygulamalı halkbiliminin ilk işaretleridir. Dundes'e göre (2006) halk aralarında en az bir müşterek faktör bulunan, kendine uygun geleneklere sahip insan grubudur. Bu tanım ile birlikte halkbiliminin inceleme alanı köyden kente genişlemiştir. Köyde geleneğin temsilcisi olarak hayatını sürdüren insan grubu da halk, takım taraftarları, meslektaşlar (...) da halk olarak kabul edilip incelenmeye başlamıştır. Halk tanımlamalarının ortak özelliğinde kendi aralarında bir geleneğinin olması kabulü söz konusudur. Halk kavramının köylü anlamından çıkıp genişlemesiyle birlikte halkbilim çalışmaları da köyden kente, kentten sanal-dijital kültür ortamına taşınmıştır. Zira halkbilimi çalışmaları halk kültürünü ve onun bütününe ihtiva eder (Yoder, 2019, s.26). Yani yaşamdaki her şeyi kapsamaktadır. Halkbiliminin temelde iki amacı vardır: halk ve halkın ürünleridir (Rioux, 2019) yaklaşımından hareketle halkbilimi çalışmaları günümüzde halkın ürünleri olarak sanal-dijital kültür bağlamında var olan ürünleri de dâhil etmektedir.

1.2.2 Gelenek Kültürü

Toplumların hayatlarındaki önemli kavramlardan birisi olan gelenek ile ilgili birçok tanımlama yapılmıştır. Türk Dil Kurumu Sözlüğüne göre gelenek "Bir toplumda, bir toplulukta eskiden kalmış olmaları dolayısıyla saygın tutulup kuşaktan kuşağa iletilen yaptırım gücü olan kültürel kalıntılar, alışkanlıklar, bilgi, töre ve davranışlar; anane, örf, tradisyon" olarak tanımlanmaktadır. Felsefe Sözlüğünde ise söz, yazı ve davranışla kuşaktan kuşağa aktarılması, davranış değişikliğine sebep olması ile tanımlanan gelenek; sürekli değişen bir değerler toplamı olarak kabul edilmektedir (Timuçin, 2004).

Sosyoloji Sözlüğünde “Belirli davranışsal, norm ve değerleri benimseyip aşıl原因, gerçek ya da hayali bir geçmişle süreklilik gösteren ve genellikle yaygın biçimde benimsenen, ritüeller ya da başka sembolik davranış biçimleriyle ilişkili toplumsal pratikler kümesi” (Marshall, 2005, s. 258-259) olarak tanımlanmıştır.

Felsefe Doktrinleri ve Terimler Sözlüğünde gelenek geçmişteki belli eylem değerlerini ve onlara bağlılığı putlaştıran, bunları talim eden uygulamaların tamamı (Bolay, 2018, s. 97) olarak açıklanmıştır. Bolay’a (2018) göre gelenek bir toplumun yapısını, değerler sistemini, çeşitli sarsıntılara rağmen korumayı hedeflemektedir.

Büyük Felsefe Sözlüğünde “Hayali ya da gerçek bir geçmişle olan sürekliliğin önemini ima ederken, belirli eylem normlarını kutsayan uygulama veya pratikler bütünü” (Cevizci, 1999, s. 373) olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca geleneğin önceki kuşaklardan devralındığını ve belli dönüşümlere uğrayarak sonraki nesillere aktarıldığı, modern dünyaya ait olanı değil de kadim dünyaya ait olanı tanımlamak için kullanıldığı (Cevizci, 1999, s. 373) vurgulanmıştır. Bu bağlamda gelenek ve geleneksel toplum kentli, kapitalist, modern endüstri toplumunun tam tersi olarak kabul edilmektedir.

Örnek’e göre (2017) gelenek kuşaktan kuşağa aktarılan kültür mirasları, alışkanlıklar, töreler ve davranışlar, bilgilerdir. Sözlü ve yazılı olmak üzere ikiye ayrılan gelenekler çoğu zaman toplumun gelişmesini engelleyici niteliktedir ve çok ağır değişirler.

Kaya’ya göre gelenek toplum fertlerinin atalarından öğrenip yaşattığı ve süreklilik gösteren bilgi, alışkanlıklar ve davranışların tümü olarak kabul edilmektedir (2014, s. 356).

Gökalp’e göre Türkçülüğün ilk esaslarından biri “halka doğru” umdesidir. Bir milletin münevverleri ve mütefekkirleri yani güzideler halka doğru gitmelidir. Bunun için iki önemli sebep bulunmaktadır. 1. Halktan harsî bir terbiye almak için halka doğru gitmek. 2. Halka medeniyet götürmek için halka gitmek. Demek

ki halka doğru gitmek, harsa doğru gitmek mahiyetindedir. Çünkü halk, milli harsın canlı müzesidir (Gökalp, 1973, s. 63).

Tarihsel bir kavram olarak gelenek devamlı dönüşerek farklı anlamlar kazanmaktadır. Bu bağlamda geleneğin tarihselliğinin ve sürekliliğinin olduğunu söylemek mümkündür. Aynı zamanda gelenek aracılığıyla toplumlar hiyerarşik bir boyut kazanmaktadırlar.

19. yy. başlarında bağımsız bir disiplin haline gelen halkbiliminin ortaya çıkış sürecinde gelenek kavramı önemli bir yer tutmaktadır. Halkbilimi araştırmalarında önemli bir kavram olmasından dolayı geleneğin kullanım biçimleri folklor teorisinin tarihini, yorumdaki varyasyonları ve önemdeki incelikleri ortaya çıkarmaktadır (Ben Amos, 1984, s.101). Bu önemine rağmen Çobanoğlu, gelenek kavramı üzerinde sadece ülkemizde de değil tüm dünyada yeterince durulmadığını belirtir ve örneklendirir. Thompson'a göre gelenek öyle bir köşe taşıdır ki folklor terimi ele aldığımız her şeyin içinde yer almaktadır (1951, s. 11) diyerek kavramın önemini belirttiği gibi aynı zamanda geleneklere, törelere, adetlere, atasözlerine vd. atıfta bulunmuştur. Halkbiliminin önemli kavramlarından biri olan gelenek kavramı tarih boyunca yaşanan siyasi, sosyol, ekonomik, teknolojik gelişmelere paralel olarak farklı şekillerde ele alınmıştır. Akılcılık merkezli Aydınlanma Hareketinin, Fransız İhtilali sonrası ortaya çıkan milliyetçilik akımının bir sonucu olarak Avrupa'da Almanya başta olmak üzere birçok devlette halk romantizm ve milliyetçilik yaklaşımları ile ele alınmıştır. Ayrıca devam eden süreçte sanayileşmenin ve modernitenin geleneğe zarar vereceği korkusuyla halkın ulusal ruhunu yansıttığına inanılan, nesilden nesile aktarılan gelenekler derlenmeye başlamıştır. Halkbiliminin doğuşunu hazırlayan bu süreç kurtarma, koruma, yaşatma gibi temel anlayışlara sahip olarak şekillenmiştir. Özellikle okuma yazma bilmeyen, kırsalda yaşayan, batıl inançlara sahip aynı zamanda saf, bozulmamış insanların sözlü ve maddi kültür unsurları araştırılmış, derlenmiştir. Yapılan çalışmalar sonucunda geleneğin bir bilgi bütünü değil, mekânsal ve psikolojik kalıpları izleyerek anlaşılan bir süreç olduğu yani eskinin mirasının yeniden yaratıldığı (Bronner, 2011, s. 66) kabul edilmiştir. Bu doğrultuda geleneğin nesilden nesile aktarılan uygulama ve bellek

yoluyla korunan bir şey olarak değerlendirilmiştir (Blank ve Howard, 2013). Halkbilimi bağlamında gelenek başlangıçta korunması, saklanması gereken bir miras olarak kabul edilmekteydi. Taşlaşmış metinler (urform vb.) olarak kabul edilen geleneğin dinamik sosyal bir süreçten uzaklaşması birçok eleştiriye sebep olmuştur. Araştırmamızı, kuru ve cansız özler üzerine değil geleneğin yaşamı ve yasaları üzerine inşa etmeliyiz diyen Sydow'a göre (Akt: Bronner, 1998, s. 232) geleneğin aktif ve pasif taşıyıcıları tarafından aktarıldığını savunmaktadır. Glassie (1995) ise geleneği geçmişten geleceğin yaratılması olarak tanımlamaktadır. Bu yaratım sürecinde bireyin şekillendirici ve yaratıcılık yönünü vurgulamıştır.

Bir milletin hayatında her ortak kabul, kendini yaşatan bir gelenek yaratır. Bu gelenekler, millî kimliği paylaşan fertler tarafından ihtiva ettikleri özellikler bütünüyle bilinmese bile istinat ettikleri temel vasıflar itibariyle müştereken bilinirler. Bu durum; fertlerin birtakım olaylar karşısında, birbirlerini ferden tanımasalar bile müşterek tavır takınmalarını sağlar (Yıldırım, 2016, s. 67). Türk insanının duygusunu, düşüncesini, edebî ve estetik zevkini, memnuniyetsizliklerini, özlemlerini, dertlerini, gelenek göreneklerini dile getiren halk edebiyatı ürünleri, diğer edebî geleneklerle beraber kültürümüzü besleyen halk dinamikleridir. Kültürel kimliğimizin oluşmasında ve devamlılığında asli fonksiyonlar üstlenen halk kültürü ürünleri, toplumların karakteristiğini belirlemede en önemli etkenlerden biridir (Eker, 2013, s. 401). Özdemir'e göre yaşam kalıpları kalıp dışlıkların bütünüdür. Kültürü oluşturan geleneklerin gelecekteki temsilcileri öncelikle kalıpları öğrenerek taklit ederler. Geleneğin kalıplarını öğrenenler kalıpların dışına çıkarak, bir taraftan kendi kalıplarını oluştururlar diğer taraftan da geleneği yeni kalıplarla zenginleştirir. Kalıplar bileşkesi olan gelenek de kalıp dışlıklarla geliştirilir ve yaşatılır (2017, s. 403).

Gelenekle ilgili yapılan tanımlamalarda geleneğin nasıl var olduğu, aktarıldığı üzerinde yoğunlaşmıştır. Son zamanlarda ise geleneğin donmuş kalıplardan mı yoksa dinamik ve güncellenen unsurlardan mı oluştuğu tartışmalarına geleneğin nasıl korunması, kurtarılması gerektiği eklenmiştir. Gelenek yapısı itibariyle kimi zaman çağdışı kalmış, zamanı çoktan geçmiş ve tüm problemlerin ana

kaynağı olarak algılanırken kimi zaman da halihazırda var olan birçok problemin çözümünün yer aldığı esas kaynak olarak kabul edilmiştir. Gelenek aktüel varoluşunun temeli olduğu kadar toplumların geleceğinin inşasında hareket noktasıdır. Gelenekte geçmiş yaşantı, tecrübe ve alışkanların yer aldığı normatif unsurlar bulunmaktadır. Bu bağlamda gelenek milletlerin kabile dönemlerinden beri kalbinde taşıdığı değişmeyen ve değişmediği için de milletleri düne, bugüne ve yarına bağlayan değerler ve bağları olarak (Baltacıoğlu, 1994) kabul edilmektedir. Baltacıoğlu'na göre (1994) gelenek halk malıdır. Aydınlar zümresinde kaybolsa bile halkın hafızasında kaybolmaz ve devamlıdır. Ayrıca gelenek canlıdır, korunması gerekmektedir. Milli kaynaşmayı sağlayan yegâne unsurdur.

Gelenek kelimesi Latince'de aktarma anlamına gelen 'traditio' fiilinden türemiştir ve kuşaktan kuşağa aktarma anlamı taşımaktadır. İngilizce de ise gelenek kelimesinin kökeni incelendiğinde birine vermek, teslim etmek, bir başkasına geçirmek anlamlarına gelen 'tradere' ifadesi (Schwarz, 1997, s. 302) karşımıza çıkmaktadır. Gelenek kavramı başlangıçta dünyada ve Batı'da modernliğin karşısında olumsuz bir anlam taşıyarak var olmuştur. *Hemen, biraz önce, demin* anlamına gelen *modo* kökünden türetilen modern sözcüğü başlangıçta şimdilik anlamı taşımaktaydı. Sanayi devrimlerin bir sonucu olarak yaşanan değişimlere/gelişmelere paralel olarak modernizm teknolojik ve bilimsel alanda yaşanan yenilikleri ifade etmeye başladı. Bu bağlamda geçmiş ve geçmişe ait olan her şeyi eski ve olumsuz, şimdiye ait olan her şey yeni ve olumlu olarak kabul edilmektedir. Sanayileşmiş, dinamik bir toplumu temsil eden modernizmde bilgi, akıl, bilim ve teknoloji aracılığıyla edinilmektedir. Modernizm öncesi toplumlarda ise geleneksellik ön plandadır. Bilgi, yaş ve tecrübe ile edinilen geleneksel bilgidir. Tarımsal üretim yapan toplumlarda durağanlık söz konusudur.

Modernizmin bir sonucu olarak seri üretimin, rasyonel pazarlamanın, standartlaşmanın egemen olduğu bir kültür ortaya çıkmıştır. Bu durum bir süre postmodernizmi aynı zamanda geleneğe geri dönüşü doğurmuştur. Modernizmin tek tipleştirmesine karşılık olarak postmodernizmde çoğulculuk

hakimdir. Gelenek, değişmezliği temsil etmesi bakımından modernitenin karşısında yer alan bir kavram olarak kullanılmaktadır. Gelenekler kültürü oluşturmakta ve yaşadığı çağa, bağlamına göre dönüşerek yaşatılmaktadır. Bu bağlamda gelenek, korunması gereken, dahası paylaşılarak ortadan kaldırılan bir miras alanı değil, bugünü ve geleceği besleyen temel kaynaktır (Özdemir, 2015, s. 218).

Doluel'e göre gelenek kavramı epistemolojik olarak ilk anlamından fazlasıyla uzaklaşmıştır. Zaman içinde anlamı oldukça değişmiş ve bu anlamların yerini günümüzde kültür nesnelerinin dönüşümü, değişimi ve geçmişten bugüne aktarılması olarak yeni bir anlam kazanmıştır. Gelenek halihazırda geçmiş ve günümüz arasındaki bağı kuran ve buradaki sürekliliğin güvencesini sağlayan sosyal bir olgu durumuna gelmiştir (2019, s. 38). 21. asrın başlarında toplumsal bellek durumundaki gelenekler kendi doğal hallerine bırakılmayacak kadar değerli olduğu ve geleceğin bu bellek üzerinde kurgulanacağı, yaratılacağı ve işletileceği artık anlaşılmıştır (Özdemir, 2012, s. 27). Gelenek yapısı itibariyle değişime/dönüşüme açıktır. Geçmişte var olan unsurlar yaşam koşullarında meydana gelene değişimlere uyarlanarak varlığını sürdürmektedir. Bu bağlamda geçmişin şimdiye aktarılması ile bir sentezin yaratıldığını, ortaya çıkan yeni oluşumun geleneğin aktif yapısını gösterdiğini söylemek mümkündür. "Geleneğin yeniden üretimi" ya da "geleneğin dönüşümü" olarak nitelendirilen bu durumda gereksinimlerin karşılanması da önemli bir yer tutmaktadır.

1.1.3. İmge

Görmenin sözcüklerden/konuşmadan önce geldiğini söyleyen Berger (2022)'e göre bir imge yeniden yaratılmış ya da yeniden üretilmiş görünümdür. İmge ilk kez ortaya çıktığı yerden ve zamandan -birkaç dakika ya da birkaç yüzyıl için- kopmuş ve saklanmış bir görünüm ya da görünümler düzenidir. Her imgede bir görme biçimi yatar (2022, s. 19). Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre imge ayrıca zihinde tasarlanan ve gerçekleşmesi özlenen şey, hayal, hülya; genel görünüş,

izlenim, imaj duyu organlarının dıştan algıladığı bir nesnenin bilince yansıyan benzeri olarak tanımlanmaktadır.

Felsefe sözlüğünde ise “imge, bir duyumdan kalan iz, bir duyumun dağıldığı ve o duyum ortadan kalktığında da varlığını sürdüren biçimsel öge, duyumun zihinde yinelenmesiyle ortaya konulmuş olan ve gerçeklikle karşılığı olabilen ya da olmayan sunum” olarak tanımlanmıştır (Timuçin, 2004, s. 278).

İmge sanat bağlamında “görüntü” ile aynı anlama gelecek şekilde kullanılmaktadır. Görsel sanatlarda sadece görüntü kavramıyla sınırlandırılan imge felsefede duyu organları ile elde edilen deneyimin bilinçteki yansıması olarak değerlendirilmektedir. Psikanalizde ise imge bilinçle değil bilinçdışıyla ilişkilendirilir. Psikanalizde bilinçdışının merkez ögesi olarak kabul edilmektedir. Zira bilinçdışı imgelerle işlemektedir. İnsanın gördüğü ya da anımsadığı duyguları duyları imgeler aracılığıyla ifade eder (Soysal, 2006, s. 131). Bu bağlamda imgeyi dilin ve bilincin sınırlarını aşan bir alanın bilgisi olarak tanımlamak mümkündür.

Edebiyatta ise sözcükler ve onlar arasındaki ilişkilerle bağlantılı olarak ifade edilmektedir. Yani imge somut-somut ya da somut-soyut iki sözcüğün karşılaşması sonucunda oluşmaktadır (İnce, 1996, s. 21).

İmge, resim, görüntü ya da tasvir değildir. Duyumdan kaynaklanmaktadır. Duyu organları ile algıladığımız uyaranlar ve olaylar ortadan kalktığında duyularımızın zihinde oluşan izleri imge olarak kabul edilmektedir.

İmge ile ilgili birçok tanımlama yapılmıştır. Kant’a göre bir nesnenin o anda yokken bile sezgide kendini gösterebilme yetisidir. Descartes’e göre imgelem tanıma yetisinin kendisine sunulan cisme belli bir uyarlanışından başka bir şey değildir. Bousseet’e göre imgelem süren duyumdur (Timuçin, 279). Platon’a göre gerçekliğin yansımasıdır. Epiküros ve Demokritos’a göre maddesel bir şey, yani nesneden kaynaklanan benzer şeydir. Descartes’e göre imge dışsal cisimler tarafından meydana getirilmiş, duyular ve sinirler aracılığıyla beyin içinde izler bırakan görüntüdür (Işıldak, 2008, s. 66). Duyuların bilinçteki izi

olarak tanımlanan imge, sadece görme, işitme, tatma vb. duyularla değil aynı zamanda eskiden edinilmiş imgelerin çağrışımlarıyla da oluşturulmaktadır.

İmge, dünyayla konuşmaya başladığımızda ortaya çıkan ilk bilgidir. Yani kavramların ilksel halidir. İmgeleme ise “dış nesnelerden elde edilen imgelerin zihinde yeniden canlandırılmasını sağlayan yeti, her zaman çağrışım düzeninin akışını izleyerek çok değişik biçimler ortaya koyan bir güçtür (Timuçin, 2004, s. 279). Aktulum’a göre ise imge belli bir toplumun dünyayı kavrama, sunma, temsil etme biçimine göndermek yapmaktadır. İmgenin özeli ve geneli kapsayan simgesel yapısının temel özelliklerinden birisi çoklubelemlenimdir. Çoklubelemlenim, bir imgenin değişik bağlamlarda değişik güdülenimler kullanıldığı durumlarda ortaya çıkar (2021, s. 35).

Adem Can’a göre (2015) Türkçede iz, işaret anlamına gelen “im” diye bir isim kökü mevcuttur. Bu isim kökünün -ge ekiyle türemesi sonucu ortaya çıkmıştır. Genellikle “görüntü”, “gölge” ve “hayal” terimleri ile eş anlamlı olarak kullanılan imgeler kültürel bellek içerisinde önemli bir yer tutmaktadır.

İmge hakkındaki düşünsel temeller tarihsel süreç içerisinde Platon’un mağarasına, Aristo’nun balmumu tabletlerine dayanmaktadır. İmgelerde gerçek dünyanın betimsel yolla yansıması söz konusudur. Bir çeşit düşünsel faaliyet olan imgeler insan ürünüdür ve insanın doğaya tuttuğu aynadır. Bireysellik bilincinin yeşermeye başladığı Yeniden Doğuş dönemi olan Rönesans’a kadar sanatsal imgelere korku ve endişe ile yaklaşılmıştır. Bu düşüncelerin temelinde dinsel imgelerin insanların üzerindeki tartışılmaz gücü ile “görülmeyen ama kalplerde yaşayan Tanrı’nın” ve dinin asla sorgulanamaz oluşu da yatmaktadır (Türker, 2009, s.11).

İmgelerin “aurası” onlara bakanların gözlerindedir. Bu aura toplumsal koşullar içindeki algı ve biliş süreçlerimiz tarafından belirlenir. İmgelere karşı tepkilerimiz, gerçekliğe olan tepkilerimizle aynı düzen içinde yer alır (Türkoğlu, 2000, s. 49). Bu bağlamda imge her ne kadar gerçeklikten yola çıksa da gerçeği, asıl dünyayı değil, gerçeğin temsilini, yeniden sunumunu gösterdiğini söylemek mümkündür. İmgenin bu gösterimi bir süre sonra insan zihnini etkisi

altına almaktadır. Baudrillard'a göre (2005) imgenin bu büyüleyici gücü onun gerçeklikten/gösterdiğinden uzaklaştırmış olmasından gelmektedir. Yani imge bir nesneyi/kavramı dönüştürürken onun sahip olduğu her şeyi yani ağırlığını, kokusunu, zamansallığını, sürekliliğini ve anlamını elinden almaktadır.

Mitchell (1984) ise imgeyi benzer olma, andırma, taklidi gibi olma olarak tanımlamaktadır. Resim, heykel, rüya, şiir, desen gibi birçok ögede imgeden söz etmenin mümkün olduğunu açıklayan Mitchell, imgeyi beş farklı başlık altında sınıflandırmaktadır.

Grafik İmge	Optik İmge	Algısal İmge	Zihinsel İmge	Sözlü İmge
Resimler	Aynalar	Duyu bilgileri	Rüyalar	Eğretilemeler
Heykeller	Projeksiyonlar	“Cinsler”	Anılar	Tasvirler
Tasarımlar		Dış görünüşler	Fikirler	

Mitchell'e göre (1984) bu sınıflandırmadaki her alan farklı bir disiplinle ilişkilidir. Zihinsel imgeleme, psikoloji ve epistemolojiye; optik imgeleme fiziğe, grafik, heykel ve mimari imgeleme sanat tarihine; sözlü imgeleme edebiyat eleştirisine, algısal imgeler de fizyologların, psikologların ve nörologların ortak alanına aittirler.

İmge, bedensel bir şeydir, dış bedenlerin duyular aracılığıyla kendi bedenimizin üstündeki eylemin ürünüdür. Maddeyle bilinç birbirlerini dışladıkları, beynin herhangi bir bölümünde maddi olarak resmedildiği için bilinç tarafından canlandırılmış olamaz. Dış nesneler gibi bir nesnedir o da. Dışsallığın sınırını tam olarak (Sartre, 2006, s.15). İmgeler, başlangıçta orada olmayan şeyleri gözde canlandırmak amacıyla yapılmıştır. Zamanla imgenin canlandığı şeyden daha kalıcı olduğu anlaşılmıştır. Böyle olunca imge bir nesnenin ya da kişinin bir zamanlar nasıl görüldüğünü de anlatmaktadır. Bir süre sonra imgeyi yaratanın kendine özgü görüşü de yaptığı kaydın bir parçası olarak kabul edildi (Berger, 2022, s.10). İmgenin tek bir şeye gönderme özelliğiyle, bireysel

belirlenimleri yanına kültürel birleşimler eklenerek evrensel bir değer kazanabilmektedir. Ayrıca bir simge değeri taşıdığından, her imgenin anlamı rastgele anlamlar yüklenmek yerine bağlamsal kullanımlarla güncellenmektedir; bu yolla kökensel anlamının değişik dönemlerde sürdürülmesine olanak sağlanır (Aktulum, 2021, s. 35).

Peter Burke'e göre ise imgeler tarihin tanıklarıdır. İmgeler tıpkı metinler ve sözlü ifadeler gibi önemli bir tarihsel kanıt türüdür ve imgeler görgü tanıklığı eylemini kayıt altına alırlar (Burke, 2009, s. 13-14). İmgeler kültürü tek başına taşımaz aynı zamanda kültürü oluşturan dinamikleri de muhafaza eder. Özellikle görsel imgelerde bu durum daha belirgindir. Zira imgeler kolektifin yani toplumun değer yargılarıyla üretilir ve yine o toplumun aktarım araçlarıyla geleceğe taşınır. İmgelerin tahlili kültürü oluşturan ve aktaran toplumsal koşulları, dinamikleri bütüncül bakış açısıyla ele almak bakımından önem arz etmektedir (Gümüş ve Uğureli, 2021, s. 2). Bireysel ve kolektif değer yargılarıyla üretilen imgeler kültürel bellek içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. İnsan belleğinin dış boyutu olarak tanımlanan kültürel bellek Assmann'a göre (2011) bir toplumun kültürünü koruyarak ona süreklilik kazandırmaktadır.

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte yeni, sınırsız ve hızlı birçok olanak sağlanmıştır. Bu durum "görsel kültürün" evrilme hızını arttırmıştır. Böylece kehanet gerçekleşmiştir. Göstergenin en yüce işlevinin gerçekliği ortadan kaldırmak aynı zamanda bu kayboluşu perdelemek olduğu bir dünyada yaşıyoruz. Günümüzde sanat da kitle iletişim araçları da aynı şeyi yapmaktadır (Baudrillard, 2005, s.18). İmgeler kitle iletişim araçlarında belirli gösterge sistemlerine bağlı olarak hazırlanan mesaj üretme işlevine sahiptir. Baudrillard'e göre (2005) bu mesajın bizi etkileyebilmesi için imgenin kendiliğinden ortaya çıkması ve anlamını kendi dayatması gerekir. Yani imgesel transferin gerçekleşmesi için bu anlamların önceden bilinmesi gerekmektedir. Oysa gerçek dünya sınırsız hızda çoğalan gösterge ve imgeler içinde kaybolmaya başlamıştır. Kitle iletişim araçlarındaki imgeler karanlık, yıkıcı ve keyfi sunum mekanizmalarını ve tüketim ideolojisinin şaşkırtma sürecini gizleyerek, onlara bakan bizleri aldatıcı bir doğallık ve şeffaflık maskesiyle kandıran göstergelere

dönüşmüşlerdir (Türkoğlu, 2009, s. 15). Ayrıca imgelemin denetimsiz gücü olumsuz değerlendirmelere de neden olmuştur. Pascal, imgeyi insan yaşamının aldatıcı ya da yanıltıcı bir yanı olarak görür, bir yalan kaynağı olarak değerlendirir. Oysa insanı olan'dan olası'ya açan onu yaratıcı kılan başlıca güç imgelemdir (Timuçin, 2004, s. 279).

İnsan ürün olan imgeler, bilinçten kopuk değildirler. Düşündüklerimiz ve inandıklarımız nesneleri görüşümüzü etkilemektedir. Bu bağlamda imgeler değişime ve dönüşüme açıktırlar. Etkileşimler bütünü olarak tanımlanan kültür biliminin yaşam bilimine dönüşmesinin sonucu olarak inceleme alanı da genişlemiştir/farklılaşmıştır. Söz konusu farklılaşmaya paralel olarak kültürel imge araştırmaları ele alınan konulardan biridir. 21. asrın ilk çeyreğinde kültürün ekonomik ve endüstriyel boyutu ön plana çıkmıştır. Günümüzde kültür ekonomisi ve endüstrisi, yüksek karların elde edildiği ve çok yönlü olumlu sonuçlar doğuran moda yatırım alanları olarak kabul edilmekte, istihdam ve milli gelir içindeki payı hızla büyümektedir.(...) Kültür ekonomisini oluşturan yayıncılık, müzik, görsel ve gösterim sanatları, tasarım, eğlence, turizm, kültür turizmi gibi sektörlerin ortak özelliği ise yaratıcılık temelinde var olmaları ve gelişmeleridir. Yaratıcılık ise belirli bir belleğe, birikime dayanarak ortaya çıkmaktadır. Yaratıcılık, farklı ve özgün olmak demektir. Kültürel bellek de yaratıcılık için gerekli olan verileri, altyapıyı içerir (Özdemir, 2012, s. 105-107). Bilim ve teknolojinin haberleşme ağının dünyayı küçültmesine rağmen her iki ortam gelenekleri, yeni durumlar karşısında, milletin ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte ya değişme, gelişme gösterirler yahut yeni ihtiyaçlara uygun yapıda gelenekler yaratırlar. Bu kabiliyete sahip gelenekler ait oldukları milletleri tarih sahnesine çıktıkları zamandan günümüze ulaşmıştır; bu kabiliyeti gösteremeyenler tarih mezarlığına gömülmüştür. Gelenekleri yaşatan ve geliştirenler onları temsil edenler ve paylaşılanlardır (Yıldırım, 1989b, s.7). İmgeler, oynadıkları rollere dair geleneksel açıklamaları yürürlükten kaldıracak kadar dönüştürülmeye ve dönüştürücü bir tarzda hareket etmeye muktedirler (Burnett, 2007, s. 100). Bu imgelerden bazıları da çalışma konumuz olan yerel ve gelenek kültürü imgeleridir. Başlangıçta yerel ve gelenek kültürü imgeleri yerel-kent farklılığı ve çatışması etrafında şekillenmekteydi. Günümüzde yerel

ve gelenek kültürü imgeleri artık çatışma unsuru değil özgünlük ve farklılık kaynağı olarak görülmeye başlandı. Yerel-kent çatışması yerini etkileşime bırakırken bu durumun sonucu olarak kentte yeni mekânlar, ürünler, yeni durumlar, uygulamalar, bilgi ve deneyimler, giyim-kuşam gibi birçok öge ortaya çıkmıştır. Ayrıca kartpostal, pul, takvim, kilim, tablo, doğal yaşam ürünleri/mekânları, aktar, il tanıtım günleri, antika gibi ürün, mekân ve uygulamalarda yerel ve gelenek kültürü imgelerinin yer almaktadır. Kent merkezli üretim çıktılarında biri olan sanal bağlamda bu imgelerin yoğun olarak işlendiği görülmektedir.

1.2 TEMEL YAKLAŞIMLAR

Bu kısımda tezler, makaleler ve kitap çalışmaları incelenerek temel yaklaşımlar değerlendirilecektir.

1.2.1 Tezler

Yüksek Öğretim Kurumu'nda (YÖK) “sanal-dijital bağlamda yerel/geleneksel” ve “yerel ve gelenek kültürü imgeleri” anahtar kelimelerini kullanarak arama yapılmıştır. Sanal-dijital bağlam ve imge disiplinler arası bir yaklaşımla çok yönlü olarak incelenmiştir. Bu kısımda ise çalışma alanına en yakın tezler ele alınmıştır.

Sanal bağlamda yerel ve gelenek kültürü ile ilgili hazırlanan tezler;

Yüksek Lisans Tezi ;

Bağrıyanık, Mehmet Fatih (2018). *Dijital Alanın Tipolojileri: Dijital Kültüre Dair Sosyolojik Bir Okuma*. Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sosyoloji Anabilim Dalı. Konya. Bu çalışma dijital kültürü, yine bu kültürün oluşturduğu

tipolojiler üzerinden anlatmaktadır. Sanal ortam üzerinde inceleme yapan bu tezdeki tipolojiler dijital insan, trol, yotuber, gamer'dır. Sanal bağlamda derleme inceleme yöntemini kullanan bu tez tipolojiler üzerinden günlük hayatta, iş hayatında kısacası hemen hemen yaşamın her alanında yaşanan değişim ve dönüşümler açıklanmıştır.

Işık, Selda (2019). *Farklılıklar ve Z Kuşağı: Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlerin Teknoloji Kullanımı Özelliklerine Yönelik Bir Araştırma*. Ege Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Halka İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. İzmir. Bu çalışma dijital yerli olarak lise öğrencilerinin ve dijital göçmen olarak onların öğretmenlerinin teknoloji kullanım özelliklerini incelemeyi amaçlamaktadır. Nicel araştırma yöntemi ile "Teknoloji Deneyim Anketi" kullanılarak çalışma yürütülmüştür. Çalışmanın sonucu olarak katılımcı öğretmenlerin, teknoloji kullanım özellikleri katılımcı öğrencilerden farklı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Genç, Köksal (2010). *Sanal Ortamda Türk Mizahı*. Hacettepe Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Türk Halkbilimi Anabilim Dalı. Ankara. Bu tezin konusu internet ortamına aktarılan veya bizzat sanal dünyanın imkânları ile hazırlanan mizahi ürünlerin geçirmiş olduğu değişim evrelerini ve hangi gerçeklikle güldürmeye devam ettiğidir. Sanal ortamdaki sitelerden üzerinden çok boyutlu bir inceleme ile ele alından tezde internetin olumlu ve olumsuz etkileri değerlendirilmiştir. Sonuç olarak sanal dünyada kurulan forumların kültürel bir platform oluşturduğu, sanal da olsa çağın yalnızlığında insanların bir araya getirildiği ulaşılan sonuçlardan birkaçıdır.

Gümüş, İbrahim (2011). *Sözlü Kültür Ortamı Ürünlerinin Sanal Kültür Ortamında Yeniden Yaratılmaları*. Gazi Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı. Türk Halk Edebiyatı Bilim Dalı. Ankara. Bu çalışmada sözlü ürünler geleneksel anlatı mekânlarının dışında, sanal ortamın üretim, tüketim ve icra mekânı olan forum sayfalarında yaratılırken nasıl dönüşümler geçirdiği ve kurgulanan metinlerin yaratılmasında bağlamın etkileri sorgulanmıştır. Folklor ürünlerinin işlevlerinde ve içeriğinde kısmen değişikliğe

uğrasa da dinamik sürecinin sanal ortamda da devam ettiği ortaya çıkan sonuçlardan birkaçıdır.

Karaboğa, Figen (2008). *Evlenme Geleneğinin Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme: Sanal Ortam ve Evlenme*. Gazi Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Türk Halk Bilimi Anabilim Dalı. Ankara. Bu tezde geleneksel evlenme modellerinden, sanal sohbetle evlilik modeline geçiş süreci folklor açısından sorgulanarak, evlenme geleneği modellerinin, kent, teknoloji ve küreselleşme karşısındaki yeni görünüm ve dönüşümleri tespit edilmiştir. Sanal ortamda “chat’leşerek” evlenmenin görücü usulü evliliğin dönüşmüş şekli olmayıp yeni bir tür evlenme şekli olduğu elde edilen sonuçlardan biridir.

Karadon, Duygu (2019). *Dijital Dünyada Anmalar ve Yas Tutma: Bağlantılar ve Etkileşimler için Alternatif Bir Alan Olarak Facebook*. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sosyoloji Anabilim Dalı. Genel Sosyoloji ve Metodoloji Programı. İstanbul. Bu çalışma bir sosyal paylaşım ağı olan Facebook’un yas tutma ve anmalardaki rolünü anlamak için ölüm sonrası ritüellerin bu ritüellerin nasıl konu edindiği incelenmiştir. Facebook paylaşımlarının sıklıkla dini yönelimler içerdiği, sosyal, siyasi yönelimler ve cinsiyet rolleri etrafında şekillendiği, ritüellerin sunulduğu bu alanın yeni olmadığı ek bir saha olduğu tespit edilen sonuçlardan birkaçıdır.

Karakaş, Yelda (2019). *Dijitalleşmenin Modern Gündelik Hayat Yansımaları ve Hikikomori Örneği*. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi. Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı. Radyo, Televizyon ve Sinema Bilim Dalı. Ankara. Bu tez modern günlük yaşamın dijitalleşmesini ve bunun bir neticesi olarak görülebilecek ‘izolasyon’ sorununu ‘Hikikomori’ örneğinde, modernizm eleştirisiyle temellendirerek sosyal inşacı yaklaşımla ele almaktadır.

Polat, Bülent (2016). *Dijital İllüstrasyon Tekniği ile Efsanelerin Görselleştirilmesi (Elazığ Çayda Çıra Efsanesi Uygulaması)*. Fırat Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İletişim Anabilim Dalı. Elazığ. Bu çalışmada illüstrasyon tekniği ve

çeşitliliğinden, illüstrasyonun öneminden, illüstrasyonun tarihi gelişiminden, illüstrasyon tekniği ile efsanelerin nasıl görselleştirildiğinden ve illüstrasyon yapılırken nelere dikkat edilmesi gerektiğinden bahsedilmiştir. Efsane gibi içinde mesaj barındıran bir türün bu teknik ile birleştirildiğinde mesajları daha iyi sundukları gözlenmiştir.

Uçmaz, Meral (2013). *Kültürel Mirasın Dijitalleştirilmesi: Hindistan'daki Türk Kültür Varlığı Örneği*. Hacettepe Üniversitesi. Türkiyat Araştırmaları Anabilim Dalı. Ankara. Analog olan bir materyalin elektronik ortama aktarılma işlemi olan dijitalleşme ile somut ve somut olmayan kültürel nesnelerin dijital ortama aktarılacak hem koruma altına alınmaktadır hem de kullanıcısının hizmetine daha hızlı bir şekilde sunulmaktadır. Bu çalışma kültürel mirasın dijitalleştirilmesini Hindistan örneği üzerinden incelemektedir. Dijitalleştirme aracılığıyla Hindistan'da dünya kültür mirası içinde yer alabilecek ciddi bir Türk kültür varlığı olduğu anlaşılmıştır.

Doktora Tezleri;

Çakmak, Tolga (2016). *Türkiye'de Kültürel Bellek Kurumlarında Dijitalleştirme ve Dijital Koruma Politikaları: Bir Model Önerisi*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı. Ankara. Bu çalışmada Türkiye'de kültürel miras ürünlerine yönelik durum literatür değerlendirmesi, örnekleme alınan kurumlara uygulanan anket ile toplanan veriler ve idari ve yasal koşullar çerçevesinde betimlenmiştir. Türkiye'de dijitalleşmenin sürdürülebilir bir nitelikte olmadığı ve bunu destekleyici politikaların bulunmadığı tespit edilen sonuçlardan birkaçıdır.

Gülüm, Erol (2017). *Gelenek Kültürü Kökenli Dijital Anlatım ve Gösterimler*. Hacettepe Üniversitesi. Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı. Türk Halkbilimi Bilim Dalı. Ankara. Bu tezde çağcıl insanın görece yeni bir kültürel ortamın sunduğu ifade biçim ve olanaklarını deneyimlerken gelenek kültüründen bir referans çerçevesi olarak neden ve nasıl yararlandığını teorik ve pratik düzeyde ortaya konmaya çalışmıştır.

Öztemiz, Semanur (2016). *Türkiye’de Dijitalleşen Kültürel Miras Ürünlerine Açık Erişim: Bir Model Önerisi*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı. Ankara. Türkiye’de dijitalleştirme uygulamalarında bulunan kamuya bağlı bazı kültürel bellek kurumlarında açık erişim uygulamalarına yönelik mevcut durum ve eğilimini ortaya koymak amacıyla yapılan bu tezde ayrıca uluslararası kütükler üzerinden de tarama yapılmıştır.

Yerel ve gelenek kültürü imgeleri ile ilgili tezler;

Yüksek Lisans Tezi;

Atlı, Şilan (2018). *Çağdaş Sanatta Yerel/Geleneksel İmgelerin Radikal Kullanımı*. Mardin Artuklu Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Güzel Sanatlar Yüksek Lisans Programı. Mardin. Çağdaş sanatta modern imgeler ile geleneksel/yerel imgeleri ironi mesafesinde birlikte kullanımını dünyadan ve Türkiye’den örnekler vererek incelenmiştir.

Doluel, Bensu (2019). *İmgenin Dönüştüğü Bir Alan Olarak Törenselleşen Tüketimde Geleneksel Ürünler: Kayseri İli Örneği*. Erciyes Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Kayseri. Bu çalışmanın amacı, sanayileşme ile birlikte tüketim alışkanlıklarının artması ve değişmesi ile birlikte törenselleşen tüketimi nasıl etkilediğini gösterme üzerinedir. Geleneksel kültür öğelerini yoğun bir şekilde barındıran düğün törenlerinde tüketim faaliyetlerindeki aşırı artış ve gösterişin artması Türk gelenek göreneklerine uygun olmayan ritüellerin yaygınlaşmasına sebep olması elde edilen sonuçlardan birkaçıdır.

Güneş, Haluk Doğan (2019). *GSM Operatörlerinin Televizyon Reklamlarında Kullandıkları Türk Kültür İmgeleri: 2017 Yılı Reklamları Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma*. Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı. Konya. Bu tezin amacı, GSM operatörlerinin televizyon reklamlarında kullandıkları Türk kültür imgelerinin tespitini yapmak ve reklamlarda verilmek istenen mesajı ortaya koymaktır. Turkcell, Türk Telekom

ve Vodafone'nin yapmış oldukları televizyon reklamlarında özellikle geleneksel Türk imgeleri ve kültürel değerlerden yararlandıkları görülmektedir. Ayrıca GSM operatörlerinin televizyon reklamlarında reklam verenler tarafından markalara olan güveni sağlayıp, reklam satışlarını arttırmak için geleneksel Türk imgelerinden, kültürel öğelerden yararlandığı elde edilen sonuçlardandır.

Molo, Ümmühan (2015). Yeşilçam Sinemasında “Değişen Kadın” İmgesi: Köylü Kadının Kentli Kadına Dönüşümü. Erciyes Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Radyo Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı. Radyo Sinema ve Televizyon Bilim Dalı. Kayseri. Bu çalışmada Yeşilçam sinemasında kentlileşen ve modernleşen kadın imgesi toplumsal cinsiyet bağlamında ele alınmıştır. Genel olarak sinemada ve diğer medya araçlarında kadının sunumu, ataerkil düşünce yapısına göre gerçekleştiği elde edilen sonuçlardan biridir.

Tavukçu, Hilal (2016). Geleneğin Yeniden Keşfi Bağlamında Halk Hekimliği (Ankara Kent Örneği). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Türk Halkbilimi Bölümü. Ankara. Bu tezde Ankara ili içerisinde kentte yaşayan insanlar arasında, halk hekimliğinin 2006-2016 yılları arasındaki yaşamış olduğu değişim ve dönüşüm iç-dış dinamikleri ile açıklanmıştır. Geleneğin kentte yeniden keşfine neden olan siyasi, ekonomik ve kültürel unsurlar bağlamında ele alınmıştır.

Tuncer, Emine (2010). *Televizyon Reklamlarında Geleneksel Anne İmgesi: Bingo Örneği*. Maltepe Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. İstanbul. Bu çalışmada geleneksel annelik rolü ve imgelerinin reklamlarda yeniden üretilip pekiştirilmesi, geleneksellik ve modernlik kavramlarıyla birlikte incelemektir. Kadının anneliğe dair rollerinin kuşaktan kuşağa aktarılan bir miras olduğu, kızının ekonomik özgürlüğe sahip bir star olması geleneksel rollerden kaçmasının mümkün olmadığı elde edilen sonuçlardan birkaçıdır.

Yaghji, Shabnam Shashgayeva (2019). *Küresel Markaların Reklamlarında Kullandıkları Yerel İmgeler; Aynı Markaların Dört Farklı Ülkede (Suudi Arabistan, Rusya, Amerika, Türkiye) Yayınlanan TV Reklamlarının Karşılaştırılması*. İstanbul Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. İstanbul. Bu tezin amacı üç küresel markanın dört ayrı ülkedeki reklamlarında kullandıkları yerel imgeleri ortaya koymaktır. Yerel imge kullanımında küresel markaların kapsamlı bir stratejiye bağlı hareket ettiği, küresel markaların farklı coğrafyalardaki hızlı büyümesinde yerel imgesinin kullanımı elde edilen sonuçlardandır.

Yıldız, Gözde (2019). *Güncelden Geleneğe Kadın İmgesine Bakmak: Türkiye Sanatından Seçilmiş Örneklerle Bir Değerlendirme*. İstanbul Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sanat Tarihi Anabilim Dalı. İstanbul. Bu çalışmada sanat tarihi içinde 19. yüzyıl ve 20. yüzyıl dünyasında yaratılan kadın imgesi Batıda ve Türkiye'deki örnekleri üzerinden paralel şekilde incelenmiştir. Bu bağlamda Türkiye modernleşmesinde 'kadın imgesi' anlaşılmaya çalışılmıştır.

Yılmaz, Havana Tuğçe (2019). *Halk Kültürü Ürünleri Bağlamında Bafra İlçesi Kent İmgeleri*. On Dokuz Mayıs Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı. Samsun. Bu tezde kente anlam yükleyen, kimlik kazandıran unsurlar Bafra örneği üzerinden incelenmiştir.

Doktora Tezi

Köseoğlu, Oktay Irmak (2018). *Postmodern Tüketim Anlayışında Geleneksel Kadın İmgesi ve Lüks Tüketim İlişkisine Yönelik Bir İnceleme*. Bahçeşehir Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Reklamcılık ve Halkla İlişkiler Anabilim Dalı. İstanbul. Bu tezde postmodern tüketim anlayışında geleneksel kadın imgesi ve lüks tüketim ilişkisi incelenmiştir. Günümüz geleneksel kadını, geleneksel olmayan hemcinsleri gibi lüksü ve moda ile ilgi duyması elde edilen sonuçlardan biridir. Çalışmada örneklem olarak Aysha dergisi ele alınmıştır.

Şimşek, Sedat (2006). *Reklam Düşüncesinde Türk Geleneksel İmgelerin Belirlenmesi ve Türk Televizyon Kanallarında Yayınlanan Reklamlarda Kullanımı*. Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Konya. Bu çalışmada ürünlerin tanıtımında ve satışlarının arttırılmasında kullanılan geleneksel imgeler ele alınmıştır.

1.2.2 Kitaplar

Bu kısımda “sanal-dijital bağlamda yerel/geleneksel” ve “yerel ve gelenek kültürü imgeleri” ile ilgili yapılan yerli ve yabancı kitaplar incelenmiştir.

Aksoy, Mehmet (2011). *Yapılaşma Teorisinde Gelenek Fenomeni*. Maya Akademi Yayınları.

Bu çalışma ile gelenek kavramı hem bağlamsal hem de kavramsal olarak açıklanmıştır. Yapılaşma teorisi ele alınan kavramlardandır.

Balcı, Fatih (Ed). (2020). *Dijital Kültür 2 Yeni Medya-Küreyerelleşme-Hibritleşme-Dil-Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları*. Arı Sanat Yayınevi. İstanbul.

Bahadır, Gürbüz (2005). *Yorgun Toplum Birey ve Kimlik Modernite ve Gelenek Zaman Perspektifinden Farklılıklara Bakış*. Çizgi Kitabevi Yayınları.

Bu çalışmada uygarlığın, teknolojinin insan üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Baysal, Nagihan (2014). *Gelenek ve Değişim Ekseninde Trabzon Halk Hekimliği Üzerine Bir Araştırma*. Gece Kitaplığı.

Halk biliminde en çok incelenen konulardan biri de Halk Hekimliğidir. Bu eser sadece derleme yapıp bitkisel ilaçların üzerinde durmamış aynı zamanda karşılaştırmalı halk hekimliği çalışması da yapmıştır. Trabzon’da yer alan halk hekimliği uygulamaları diğer Anadolu illeri ve Orta Asya’da yer alan Türk halklarının uygulamaları ile kıyaslamaktadır.

Bulaç, Ali (2010). *Tarih Toplum Gelenek*. Çıra Yayınları.

Bu çalışma ile tarih, toplum, kültür, medeniyet ve gelenek gibi kavramları İslam ve batıda gelişen farklı tarih ve toplum felsefeleri arasındaki fark incelenmiştir.

Çakın, Ömer (2018). *Gelenekselden Dijitale Reklam Mecraları*. Literatürk Acedemia Yayınları.

Dünyada ve Türkiye’de reklamların ekonomi üzerindeki etkisi belirleyici etkisi bulunmaktadır. Aynı zamanda kültür de gittikçe reklamların etkisi altına girmektedir. Bu çalışma ile gelenekselden dijitale değişen reklam endüstrisi incelenmektedir.

Demir, Şeyhmus (2021). *Gelenek ve Modernleşme Bağlamında Sosyoekonomik Kimlikler: Mardin Örneği*. Hiperlink Yayınları.

Bu çalışma ile kimlik olgusu, gelenek ve modernlik bağamları kimliği etkileyen faktörler çerçevesinde Mardin şehri üzerinden incelenmiştir. Böylece Mardin ve ilçelerinde sosyoekonomik kimliklerin şekillenmesine hangi faktörlerin etkili olduğu tespit edilecektir.

Erdoğan, Göktürk (2019). *Müzik Gelenek ve Temsil*. Gece Akademi. İstanbul. Türkiye’nin birçok bölgesinde hem folklor hem de müzikal anlamda davul-zurna etkinliği önemli bir yer tutmaktadır. Sivas özelinde incelenen bu çalışma ile müzik ve etrafında şekillenen pratikler incelenmiştir.

Ertürk, Eylem (2011). *Yerel Kültür Politikaları El Kitabı*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. İstanbul.

Bu çalışma Türkiye’de yerel kültür politikaları geliştirmedeki çalışmalarını incelemekle birlikte dünya çapında yerel kültürel gelişimin teorik çerçevesi ile yerel planlama süreçlerini ve kent deneyimlerini ele almaktadır.

Gül, Atila (2020). *Kültürel Miras Değeri, Yerel Kimliği ve Köy Planlanması&Tasarımı Açısından İslamköy’ün Mevcut Durumu ve Geleceği*. Astana Yayınları. Ankara.

Bu eser, İslamköy örneklemini üzerinden kültürel miras, yerel kimliği, somut olmayan kültürel turizm değerini incelemektedir.

Gülüm, Erol (2020). Teorik ve Pratik Boyutlarıyla Sanal Ortam Folkloru. Grafiker Yayınları.

Sanal ortama özgü pratiklerin, davranış örüntülerinin ve kültürel üretimin ortaya çıkmasında gelenek kültüründen nasıl yararlandığını inceleyen bu çalışma bütüncül, analitik ve bağlamsal yöntemlerle ele almaktadır.

Kayıhan, Bahar (2020). Dijital Çağda Kitle Kültürü, Eğlence ve Sanat. Ütopya Yayınevi.

Bu çalışma dijital çağda kitle kültürüne, eğlenceye ve sanata çok yönlü bir şekilde bakmaktadır. Dijitalleşme olumlu ve olumsuz taraflarıyla ele alınmıştır. Dijital emek ve tüketim, dijitalleşme ile gazeteciliğin, sinemanın, eğitimin dönüşümü, oyun, eğlence, kimlik ele alınan konulardan birkaçıdır.

Kolektif (2020). Dijital İmgeler Evreni. Doruk Yayınları. İstanbul.

Bu kitap, kültür endüstrisinin yeni medyada nasıl görüldüğünü, sorunları ve çözümleri üzerinde durmaktadır. Ayrıca bu evrende sunulan ve inşa edilen imgeleri sebep-sonuç ilişkisi üzerinden incelemektedir.

Kolektif (2020). Dijital Kültür ve Sosyal Medya Okumaları. Hiperlink Yayınları. İstanbul.

Dijitalleşmenin ivme kazanmasıyla birlikte sosyal ve yeni medya ağlarının yaygınlaştırmıştır. Bu kitap dijitalleşme ile başlayan süreci sosyal ve yeni medya üzerinden incelemektedir.

Kolektif (2019). Kültür, Gelenek ve Eğlence Deve Güreşleri. Çizgi Kitabevi Yayınları.

Eğlenme ve eğlence konularını çok yönlü bir şekilde inceleyen bu çalışma devecilik ve deve güreşlerini ele almaktadır.

Kolektif (2018). İletişim Çağında Kültür. Eğitim Yayınevi. Konya.

Yeni medya, teknolojik çağın iletişim ortamı haline gelmiştir. Bu çalışma batı merkezli ve sekülerizm odaklı gelişen ve tüm toplumlara günümüzde yeni medya ortamlarının yansıması olan popüler kültürü incelemektedir. Çalışma dijital kültürün olumlu ve olumsuz taraflarını ele alırken aynı zamanda içerik üretiminin batı tarafından kurgulanıyor olmasını eleştirmektedir.

Kolektif (2003). Yerel ve Kentsel Politikalar. Çizgi Kitabevi Yayınları.

Bu çalışma yerel ve kent bağlamlarında yönetsel, siyasal, toplumsal, ekonomik ve kültürel konuları işlemektedir. Böylece kamu ve yerel yönetimlerde yeniden düzenleme çalışmaları için örnek teşkil etmektedir.

Özdemir, Mehmet (Ed.) (2019). Dijital Kültür Tradijital-Medya-İnternet-Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları.

Arı Sanat Yayınevi. İstanbul. Folklor disiplinine bakış açısının değişmesiyle birlikte inceleme alanı da genişlemiştir. Bu çalışma da popüler ve dijital kültürü halkbilimi bakış açısıyla incelemiştir.

Öztopçu, Aslı (2017) Sosyal Sermaye Teorisi ve Sürdürülebilir Yerel Kalkınma. Yeni İnsan Yayınları.

Bu çalışmada sosyal sermaye teorisini insan odaklı anlatmaktadır. İktisadi olayların soyut değerlerle birlikte gelişmesinden yola çıkarak hazırlanan bu çalışma piyasaların ekonomik, sosyolojik, ekolojik ve psikolojik sorunlarını ele alan çok yönlü bir çalışmadır.

Şakar, Cemal (2010). İmge, Gerçeklik ve Kültür. Okur Kitaplığı Yayınları.

Yazar bu çalışmasında imge, simge, kültürel paganlaşma, yabancılaşma gibi birçok kavramı incelemektedir.

Uğurlu, Serdar (2017). Gelenek ve Kimlik İlişkisi. Kriter Yayınları. İstanbul. Modern dünya olarak nitelenen dönemin başlaması ile birlikte geleneksel

dönemin sona erdiği, geleneksel ve modern çatışmasının yer aldığı bu çalışma gelenek ile kimlik ilişkisini incelemektedir.

Yalçın, Alper ve Sevda Yalçın (2019). Sürdürülebilir Yerel Kalkınma Model Örneği: Kağızman İlçesi. Nobel Bilimsel Eserler.

Bu kitapta, Kars iline bağlı Kağızman ilçesinin mevcut durumu tespit edilmiş, ilçe genelinde saha çalışması yapılmış ve sürdürülebilir yerel kalkınmada strateji modeli ortaya konulmuştur.

Türkoğlu, Tanol (2010). Dijital Kültür Bilgi(çler) Toplumu için (Nafile) Bir El Kitabı. Beyaz Yayınları.

Bu çalışma ile dijital kültür kavramını çok boyutlu incelemekle birlikte aynı zamanda dijital göçmen, dijital medya, dijital kimlik, dijital ekonomi gibi birçok kavramı açıklamaktadır.

Yabancı Kitaplar;

Geertz, Clifford (2007). Yerel Bilgi. Çev. Kudret Emiroğlu. Dost Kitabevi Yayınları.

Antropolijinin fiziki ve kavramsal sınırları üzerinde çalışan yazar yerel bilgilerin yapısına ve varlık alanlarına özgü inceleme yapmıştır.

Gere, Charlie (2019). Dijital Kültür. Çev. Aydoğdu Akın. Salon Yayınları. İstanbul.

Dijital kültür tarihsel gelişimini inceleyen yazar, diğer kültür değişimlerin yanı sıra endüstriyel kapitalizmden kaynaklanan bilgi gereksinimlerini bütüncül bir yaklaşımla incelemektedir.

Neuman, W. Russell (2018). Dijital Fark Gündelik Hayata Dijitalleşme ve Medya Etkileri Kuramı. Çev. Gökçe Metin. The Kitap Yayınları.

Neuman, bu çalışmasında iletişim etkileri kuramını dijital dünyanın yeni gelişmeleri ile birleştirmektedir. Dijital çağda iletişimin yapısını kültür, kurumlar, teknoloji, sosyal ve ticaret evrim etkileşimini inceleyerek açıklamaktadır.

Parekh, Bhikhu (2002). Çokkültürlülüğü Yeniden Düşünmek Kültürel Çeşitlilik ve Siyasal Teori. Çev. Bilge Tanrıseven. Phoenix Yayınları. Ankara.

Bu çalışmanın temel amacı çokkültürlü bir toplum kuramının anahatlarını çizmektir. Çokkültürlü toplumların yarattığı sorunları sadece siyaset kuramcılar değil, ortalama vatandaşın ve politik eylemcilerin de gündeminde olduğunu ve toplumların kültüre ve kültürel çeşitliliğe ilişkin sorunları ele almıştır.

Ratner, Carl (2010). Kültürel Psikoloji, Kültürel Psikoloji, Yerel Psikoloji. İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları.

Yazar bu çalışmada kültürel psikoloji, kültürlerarası psikoloji, yerel psikoloji, makro kültürel psikoloji kavramlarını benzerliklerini farklılıklarını kıyaslamaktadır.

Sapir, Jacques (2011). Yerel(sel)leşme. Çev. Hande Turan Abadan. Epos Yayınları.

Küreselleşme olgusunun haber verdiği yeni ekonomik ve siyasi döneme vurgu yapan bu çalışma metalaşmış olan küreselleşme ile finansal küreselleşme süreçleri, Çin-Rusya-Abd etkileri, emek süreçleri çerçevesinde incelemektedir.

1.2.3 Makaleler

Akkaya, Mehmet Ali ve Polat, Çoşkun (2020). Kent Kültürü ve Geleneği ile Değerlerinin Oluşumu ve Aktarımında Halk Kütüphanelerinin Yeri ve Önemi: Niceliksel Verilerle İzmir Örneği. ÇAKÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Cilt:11. Sayı:1. s. 110-137.

Bu çalışma kent sakinlerinin kullanımına açık olan şehir merkezlerindeki kütüphaneleri hakkında bilgi verilmiş sonrasında bu merkezlerin kent kimliği, kent kültürü ve kentlilik bilinci ile olan ilişkisi ele alınmıştır.

Alay, Okan (2019). Sözlü Geleneğin Elektronik Kültür Ortamında ve Müzik-Mekan Odağında Yansıması. Türk Dili Dergisi. Temmuz. s. 16-24.

Bu çalışma sözlü geleneğin dijital-elektronik ortamındaki yansımasını yeniden inşa ve değişim sürecini incelemektedir. Ayrıca kentleşme ve moderniteyle birlikte türkü-bar, müzikevi, türkü-kafe merkezli yeniden üretimi ve tüketim sürecini ele almaktadır.

Alicenap Taş, Çiğdem (2015). Kültürel Mirasın Çizgi Film Senaryolarında Kullanılması. TÜBAR. 38. 11-26.

Bu çalışmada Türkiye’de yayınlanan çizgi film senaryolarında geleneksel anlatıların senaryolarda nasıl kullanıldığını ele almaktadır.

Akyol, Kasapoğlu, Pınar (2014). Kültürel Değişme ve Teknolojinin Etkisiyle Şekillenen Günümüz Ninnileri ve Ninni Dinletme Geleneği. Bilig. Sayı:69. s. 127-142.

Günümüzde yaşanan kültürel değişme ve teknolojik gelişmeler sebebiyle ninni dinletme geleneği oluşmaya başlamıştır. Bu çalışmada da geleneksel ninnilerle ninni formundaki beste eserleri karşılaştırılmış, geleneksel ninnilerin işlevleri ile meydana gelen bu değişimle birlikte ortaya çıkan yeni işlevler üzerinde durulmuştur.

Aydın Şakı, Oya (2007). Alımlama Araştırmaları ve Kültürel Çalışmalar Geleneğinin Katkısı. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Yıl:6 Sayı:11 s. 119-131.

İzleyicinin sorunsallaştırdığı iletişim çalışmalarının incelendiği bu çalışmada geleneğin katkısı değerlendirilecektir.

Camgöz, Nafiz (2020). Anadolu Pop-Rock’ın Geleneğin Güncellenmesi ve Kültür Endüstrisi Kavramları ile İlişkisi. Türuk Uluslararası Dil, Edebiyat ve Halkbilim Araştırmaları Dergisi. Yıl:8. Sayı:21. s. 162-176.

Anadolu pop-rock müziğinin bir uyum sağlama ihtiyacından kaynaklandığını söyleyen bu çalışma pop rock müziğini kültür endüstrisi kavramları ile

incelemiştir. Küreselleşmenin etkisiyle farklı kültürlerin müziklerini birleştiren bir sentez müzik olduğunu varsaymaktadır.

Çetin, İhsan (2014). Gelenek ve Modernite Arasında Türkiye’de Son Dönem Kadın Cinayetleri. *Sosyoloji Dergisi*. 30:41-63.

Bu makale Türkiye’de son on yılda artan kadın cinayetlerini gelenek ve modernite çelişkisi bağlamında incelemiştir. Bunun sonucunda işlenen kadın cinayetleri analizlerinin töre ve namus gibi kavramların ötesine taşınması, bunların bireyselleşen kadının dahil olduğu gelenek ile modernite çelişkisi bağlamında yeniden tanımlanması ileri sürülmüştür.

Ekici, Metin ve Fedakar, Pınar (2014). Gelenek, Aktarma, Dönüşüm ve Kültür Endüstrisi Bağlamında Nazar ve Nazar Boncuğu. *Milli Folklor*. Yıl:26. Sayı:101. s. 40-50.

Bu çalışmada nazar boncuğu gelenek, dönüşüm, aktarma ve kültür endüstrisi çerçevesinde ele alınmıştır. Örneklem olarak Yaşayan İnsan Hazinesi seçilen nazar boncuğu ustası Mahmut Sür ve boncuk üretimi ele alınmıştır.

Everest, Ayşe ve Yılmaz, Lale (2019). Mersin Kent Kimliği, Gelenek ve Yenilik: Mersin’de Kent Ekolojisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. Cilt:6. Sayı:5. s. 30-53.

Bu çalışmanın amacı Mersin şehrinin evrim sürecini günümüze ulaşan kent dokusu ve yapılarıyla belirleyebilmektir.

İlhan, M. Emir (2015). Gelenek ve Hatırlama: Belleğin Kültürel Olarak Yeniden İnşası Üzerine Bir Tartışma. *Turkish Studies International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*. 10/8. s. 1395-1408. İlhan, bu çalışmasında Batı düşünce geleneğinin “hatırlama” kavramından hareketle geliştirdiği üç farklı bellek türünü ele almaktadır. Geleneğin, belleğin “kültürel” olarak yeniden inşa edilerek farklı bir hatırlama anlayışı olduğu çalışmanın sonuçlarından birkaçıdır.

Köse, Aynur (2014). Değişimin Gölgesindeki Gelenek: Popüler Diziler ve Farklılaşan Ad Verme Kültürü. Milli Folklor. Yıl:26. Sayı:101. s. 291-306.

Bu makalede televizyonda yayınlanan dizilerin ad verme geleneği üzerindeki etkisi incelenmektedir. Belirli dönemlerde popülerleşen dizilerdeki karakterlerin isimlerinin verilmesinde de artış görüldüğü elde edilen sonuçlardan biridir.

Özdemir, Nebi (2020). Yaratıcı Kentler ve Yaşayan Kültür. Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi. Cilt:3. Sayı:4. s. 2-23.

Bu çalışmada UNESCO'nun Yaratıcı Kentler Ağı bağlamında yaratıcı kent yaklaşımı ile gelenek kültürü ilişkisinin farklı boyutlarıyla incelemiştir. Yaratıcı kentler ile yaşayan kültürel miras ilişkisinin yerel sürdürülebilir kalkınma kaynağı olarak değerlendirilebileceği vurgulanmıştır.

Yalçın, Fatih (2013). Postmodern Dünyada Geleneğin Yeniden İnşası ya da Ticari Bir Meta Olarak Keşfi ve Çağdaş Türk Romanında Gelenek Sorunu. A.Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi. 49. 171-184.

Yazar bu çalışma ile postmodern dönemde geleneğin edebiyat dünyasında itibar kazanmasının sebeplerini incelemekle birlikte postmodernizmin felsefi ve sosyolojik temelleriyle ilişkilendirmiştir.

Yabancı makaleler

Blank, Trevor. (2009). Toward a Conceptual Framework for the Study of Folklore and the Internet. In T. Blank, Folklore and the Internet (pp. 1 - 20). Logan: Utah State University Press.

Bu çalışma ile Blank, internetin anlatısal yerel kültürün önemli bir alanı olarak incelenmesini rasyonelleştirerek folklor çalışmalarına farklı bir açıdan yaklaşmıştır. Halk kültürü internetin başlangıcından bu yana yer almaktadır. Pek çok kullanıcı, interneti folklorun üretilmesi, iletilmesi, belgelenmesi ve korunması için önemli bir araç olarak geliştirmeye devam etmektedir.

Bowler, Gary M. (2010). Netnography: A Method Specifically Designed to Study Cultures and Communities Online. The Quality Report Volume:15. No:5. 1270-1275.

Bowler, bu çalışma ile öncelikle netnografi kavramını açıklamış devamında bu yöntemin sanal kültürde toplulukları incelemek amacıyla kullanıldığını belirtmiştir. Etnografik araştırmanın internet üzerinden doğru bir şekilde yürütülmesi için kuralların, uygulayıcılara iyi bir şekilde tanıtmak, açıklamak, örneklendirmek amaçlanmıştır.

Carter, Denise (2005). Living in Virtual Communities: an Ethnography of Human Relationships in Cyberspace. Information, Communication & Society. 8:2. 148-167.

Carter, bu çalışmada sanal ortamdaki insan ilişkilerini etkileyen temel dinamiklerinden bazılarını ele almaktadır. Yazar, sanılanın aksine sanal ortamdaki insan ilişkilerinin zayıflamak yerine daha da güçlendiğini belirtmektedir.

King, Storm A. (1996). Researching Internet Communities: Proposed Ethical Guidelines for the Reporting of Results. The Information Society. 12:2. 119-128.

Sanal ortamdaki veriler araştırmacılar tarafından çeşitli şekillerde incelenmektedir. Bu çalışmada elde edilen verilerin nasıl değerlendirilmesi ile ilgili önerilerde bulunmaktadır. Yazar, bulguların raporlanmasında grup erişilebilirliği ve algılanan gizliliği iki önemli yapı olarak tanımlamaktadır.

Maria, Gasouka vd. (2012). Folklore Research and its New Challenges: From the ethnography to Netography. Mediterranean Journal of Social Sciences. Vol:3(3). 11-166

Son yıllarda Dundens ve Pagters'in (1992) etkisiyle halkbilimi çalışmalarının kapsam alanı genişlemiş ve sanal ortamı da ele almaya başlamıştır. Günümüzde sanal ortamlar sosyal etkileşimin sağlandığı mekânlar hâline gelmiştir. Bu durumun bir sonucu olarak netografi, siberetnografi, dijital yerliler gibi yeni terimler ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada sanal ortam ve bu ortamdaki toplulukların dijital yaşamı incelenmiştir.

1.3 ÖNERİLEN ÇÖZÜMLEME YAKLAŞIMI

Yüksek Öğretim Kurumu'nda (YÖK) “sanal-dijital bağlam, yerel/geleneksel ve imge ile ilgili birçok disipline ait tez çalışması bulunmaktadır. Çalışma ve alan sınırları dâhilinde “imge” anahtar kelimesi kullanarak yapılan tez aramasında 72 yüksek lisans ve 20 doktora tezi tespit edilmiştir. Bu tezlerden Türk Dili ve Edebiyatı anabilim dalı 5 yüksek lisans tezi 1 doktora tezi hazırlamıştır. Türk Halkbilimi anabilim dalı ise “kent imgesi” bağlamında 1 doktora tezi hazırlamıştır. Ayrıca Televizyon ve Sinema, Sosyoloji, İşletme, Resim, Tarih, Gazetecilik, Halkla İlişkiler, gibi birçok anabilim dalının imge çalışması mevcuttur. Farklı anabilim dallarının yaptığı imge ile ilgili tezlerde “kadın imgesi” üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Milliyetçilik ve ulusçuluk bağlamında, modern sanatta, kötü kadın olarak Türk sinemasında, feminist söylem bağlamında televizyon reklamlarında, Cumhuriyet dönemi Türk resminde, popüler dizilerde, ana haber bültenlerinde, Türk dergi reklamlarında kadın imgesi incelenmiştir. Sanal-dijital bağlam ile ilgili çok boyutlu tez çalışması bulunmaktadır. Dijital ortamda feminizm, sanat ve kadın, diplomasi, pazarlama, gündelik hayat, medya, siber zorbalık, akran zorbalık, kuşaklararasılık, fikri mülkiyet, halkla ilişkiler, kamu diplomasisi, kültürel miras, sanal gazetecilik incelenen konular arasındadır. Ayrıca Gündelik hayatta dijitalleşmenin artmasıyla ortaya çıkan yeni kavramlar/tanımlamalar tez çalışmalarında da konu olmuştur. Dijital ebeveyn, dijital yerli/göçmen, dijital insan, trol, youtuber, oyuncu anlamına gelen “gamer” gibi tipolojiler inceleme konuları arasındadır. Yerel ve modern kadın karşılaştırmasından başka çalışmaların genelinde sanal ortamın yaygınlaşması ile birlikte gelenek kültürünün daha çok olumsuz olarak değiştiği vurgulanmıştır.

Tez çalışmalarından farklı olarak kitap ve makale çalışmaları konu ile bağlantılı daha çok veriye sahip olduğu tespit edilmiştir. Dijital ortamın da içerisinde bir kültürel sistemi barındırdığı kabul edildikten sonra disiplinler arası çalışmalar yapılmıştır. Yabancı ve yerli kitap çalışmalarında genellikle dijital/sanal ortamın

kültürle, kimlikle ilişkisi tespit edilmiştir. Modernleşme ve sanallaşmanın bir sonucu olarak ortaya çıkan durumlar incelenmiştir.

Yapılan alışmalar genel olarak değerlendirildiğinde sanal ortamın oluşturduğu yapının disiplinler arası bir yaklaşımla incelendiği, bu yapıyı daha iyi tanımlamak adına yeni kavramlar oluşturulduğu tespit edilmiştir. Sanal-dijital ortamın kültür ve kültürel fenomenler üzerindeki etkisi olumlu ve olumsuz olarak değerlendirilmiştir.

Sanal-dijital kültür bağlamının yerel ve gelenek üzerindeki etkisi genel olarak olumsuz değerlendirmekle birlikte burada oluşturan imgelerin tarihsel sürekliliği sorgulanmamıştır.



2. BÖLÜM

SÖZLÜ KÜLTÜR BAĞLAMINDA YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ İMGESİ

2.1 SÖZLÜ KÜLTÜR BAĞLAM

Yazısız bir kültür olarak tanımlanan sözlü kültürün temel unsuru sözdür. Ong (2014) sözlü terimiyle sadece konuşarak, ağızdan dile getirilen söylemi; “sözel” terimiyle sözle, kelimeyle ifade edilen her çeşit bilgi, açıklama vb. söz birim veya dizisini, sözelleştirme ile sözlü ya da yazılı olarak kelimeye dönüşme anlamını kastetmektedir (2014, s. 5). Son yıllarda dilin sözlü niteliği, sözlü kültür ile yazı arasındaki farkların belirginleşmesi ile birlikte sözlü kültür çalışmaları artmıştır.

Sözlü kültür çağı gücünü, kalıcılığını sözden almaktadır. İbranice “dabar” deyiminin hem kelime hem olay anlamına gelmesi ilkel toplumlardaki sözün gücünü göstermektedir. Matbaa kültürüne bağımlı insanlar kelimelerin her şeyden önce sözlü olduklarını, birer olay olduklarını ve dolayısıyla “güçlü” olduklarını unuturlar; kelimeler onlar için nesnemi bir nitelikte, “ortada bir yerde”, düz bir düzeydedir (Ong, 2014, s. 48). Sözlü kültür, yazılı-basılı kültürde olduğu gibi düzenli bir metinden yoksundur. Toplumsal belleğe dayanan sözlü kültürde anımsamaya, belleğe yardımcı olan ağızdan çıkmaya hazır düşünce biçimleri kullanılmaktadır. Düşüncenin ritmik, dengeli tekrarları ya da antitezleriyle, kelimelerdeki ünlü ve ünsüz seslerin uyumuyla, sıfatlar ve başka kalıpsal ifadelerle akması, herkesin sık duyup kolaylıkla hatırladığı, kolay hatırlanacak şekilde biçimlenmiş atasözlerinden oluşması ve belli izleklere yerleştirilmesi gerekir (Ong, 2014, s. 50). Sözün ritmi, bedensel ritim anımsamayı, kuşaktan kuşağa aktarımı kolaylaştırmaktadır.

Sözlü edebiyat bir çeşitlenmeler edebiyatıdır. Bu edebiyatta dinleyiciye sunan yaratıcı-anlatıcı her sunuşta, anlatışa irili ufaklı değişimler sokar. Bu nedenle sözlü edebiyat sayısız çeşitlenmelerle yayılır. (Başgöz, 1986, s. 49). Sözlü kültürde tek deponun insan hafızası olduğunu bunun bir sonucu olarak sözlü

kültürün doğasında değişim olduğunu söyleyen Goody (2009) bu kültür ortamının özelliklerini şu şekilde sıralar: Sözlü kültür, etkileşimin yüz yüze temasın olduğu ortamlarda gerçekleşir, yazılı kültürde bilgi kaynağı kütüphaneyken, sözlü kültürde her şey büyüklerin zihninde depolanır, bu nedenle en uzun görüşülen ve en uzun yaşayan kişi bilginin kaynağı olarak kabul edilmektedir.

Sözlü gelenekte var olan tamamen sözsüz yaratılan ama sözlü geçiş ve iletişimle fertler arasında dolaşan veya nesilden nesile geçen tüm unsurlar, yapı, muhteva, biçim ve fonksiyonlar ne olursa olsun sözlü kültürün kapsamında değerlendirilmektedir. Bunların her biri oluşturdukları toplumun ortak kabulleri, kendilerine mahsus birer gelenek yaratmışlardır. Gelenek kendini ortak kabul sahibi olan topluluğun ihtiyaçlarına cevap verdiği ölçüde yaşar (Yıldırım, 1989a, s.17). Bu anlamda sözlü kültürün dinamik bir yapıya sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Sosyo-kültürel hayatın değişim dönüşümlerine rağmen Bascom tarafından sözlü sanat olarak tanımlanan, sözlü ortam ortadan kalkmamıştır. Bascom'a göre folklor halkı öğrenmek demektir. Folklor halk edebiyatı olarak adlandırılan ama sözlü sanat olarak tanımlanan daha iyi olan bu ifade biçimlerinden başka, halk sanatı, halk işleri, halk gereçleri, halk kıyafetleri, halk gelenekleri, halk inanışları, halk tıbbı, halk yemekleri, halk müziği, halk oyunu, halk eğlenceleri, halk jestleri ve halk konuşmalarını kapsamaktadır (2022, s. 35). Kapsamı geniş olan sözlü kültür ürünleri sosyal hayatın ve toplumun sürekliliğini sağlamada önemli bir rol üstlenmişlerdir. Sözlü kültürü teşkil eden unsurlar, yazılı kültürü oluşturanlara göre nispeten millet hayatında daha geniş bir kabule sahiptir. Zira milletlerin milli kimliklerini oluşturan ortak unsurlar, geniş ölçüde sözlü kültür içinde teşekkül etmektedir. Bu ortak unsurlar kendisini yaşatan bir gelenek yaratmaktadır (Yıldırım, 1989a, s. 16). Yaratılan bu gelenekler aracılığıyla kültürel aktarım gerçekleşmektedir. Gelenek kelimesi -geniş anlamıyla nesiller arası iletişimde, doğrudan olduğu kadar dolaylı olarak da- tek bir nesilde de olsa sözde bir sürekliliği işaret etmektedir (Goody, 2009, s. 129). Sözlü kültür unsuru sözlüdür; kendine ait bir geleneği vardır, versiyonlar yaratma kabiliyetine sahiptir, ortak kabul eseridir; ortak yaratıcılığa bağlıdır, kalıplaşmaya müsaittir

(Yıldırım, 1989a, s. 17). Sözlü kültür bağlamında Türk kültürünü ve edebiyatını oluşturan geleneklerin başında âşıklık gelmektedir. Türk kültürünün gen haritası, Türk kimliğinin sağlıklı şifreleri, şamanın, ozanın-baksının Anadolu'daki ardılları tarafından taşınmış ve taşınmaya devam etmektedir (Özdemir, 2015, s. 323).

Usta-çırak ilişkisi içerisinde yetişen âşıklar aldıkları eğitimle geçmiş bugüne taşır ve geleneği icra ederek, çıraklar yetiştirerek geleceğe aktarılmasını sağlar. Bu bağlamda icracı olarak âşıklar kültürel bilginin, toplumun geçmiş bilgisinin depolarıdır. Âşıklar, geleneksel Türk kültürel belleği ve bu bellekte var olan imgelerden beslenerek eserlerini ortaya koymaktadırlar. Âşıklar bu tür imgelerin yaratıcıları, aktarıcıları, koruyucuları ve yaşatıcılarıdır. Âşıklık geleneğin sağlıklı kültürel kalıtım öğeleri, şifreleri ise tüm yozlaştırıcı etkilere rağmen ayakta kalabilen ve geleneğin özünü oluşturan, geleneği yaşatan “saz, hece vezni ve nazım biçiminde” gizlidir (Özdemir, 2017, s.17). Türk kültürel belleğin imgelerinden beslenerek eserlerini ortaya koyan âşıklar aynı zamanda kendileri imgeleşmektedir. Sözlü kültür bağlamında örneklem olarak âşığın tercih edilmesinde birçok faktör etkili olmuştur. Öncelikle âşıklar, geleneği öğrenmek, yaşatmak, aktarmak, diğer âşıklarla atışmak için birçok yere seyahat etmektedir. Geçmişten günümüze devam eden bu seyahat âşıkların birbirinden farklı kültürleri kent ve yerel merkezli görmesini ve bunu eserlerine yansıtması bakımından önemlidir. Yaşadığı çağa uyum sağlayarak varlığını sürdüren âşıklar sanal-dijital kültür ortamında da geleneği icra etmeye devam etmiştir. Eserlerinde kendini ve geleneğini tanımlayan âşıklar aynı zamanda kentli ve kent kültürünü de çeşitli imgelerle ele almaktadır.

Halk edebiyatının özellikle anonim halk edebiyatı ürünlerinin yaratım ve aktarım süreci günümüzdeki yaşam şartlarının değişmesinden dolayı olumsuz olarak etkilenmiştir. Geçmişte özellikle kadınların gündelik hayatta toplu halde çalışmaları mâni, türkü, ninni, masal, atasözü vb. gibi türlerin yaratımını, aktarımını kolaylaştırmaktaydı. Günümüzde ise çalışma şartlarının değişmesi, teknolojik aletlerin hayatı kolaylaştırması insanların bir arada olmasını zorlaştırmaktadır. Bu doğrultuda geçmişten günümüze bir gelenek halinde âşıklığın devam etmesi ayrıca âşıkların hem yerel hem de kent kültürünü

deneyimlemesi ve bunu eserlerine aktarması sözlü kültür bağlamında âşıkları örneklem olarak tercih etmemize sebep olmuştur.

2.1.1 Yerel ve Gelenek Kültürü Temsilcisi Olarak Âşık İmgesi

Geleneğin yaratıcısı ve aktarıcısı olan âşıklar, diğer âşıklarla ve dinleyicileriyle etkileşimde bulunarak geleneği icra ederler. Âşık imgesinin yaratıcı aktörleri araştırmacılar, yöneticiler, halk ve âşıkların kendileridir. Fakat bu çalışmada sadece araştırmacılar ve âşıklar tarafından oluşturulan imgesi ele alınacaktır.

Âşık edebiyatı ile ilgili akademisyenler tarafından yapılan ilk çalışmalar ağırlıklı olarak geleneğinin kökeninin hangi kaynaklara dayandığının tespiti üzerine yoğunlaşmıştır. Âşıklığın ozan-baksı geleneğinin devamı ve İslamiyet sonrasında Anadolu’da yerleşik hayata özgü bir oluşum olduğu kabul edilmektedir (Köprülü, 2004; Güzel ve Torun, 2017; Borotav, 2000). Âşık tarzı edebiyat geleneğini 16. yüzyılın sonlarından itibaren Türk-İslam toplumunda yaygın olarak tüketilmeye başlanılan kahve ve bu tüketime dayalı olarak bir sosyo-kültürel kurum hüviyetiyle ortaya çıkan kahvehanelerde ozan-baksı geleneği, ordu ve tekke şiir tarzları çevrelerinin karşılıklı etkileşim neticesi bir kahvehane geleneği olarak teşekkül etmiştir (Çobanoğlu, 1996, s. 17). Ozanın aşığa, kopuzun saza dönüştüğü bu gelenekte saz ve çıraklık eğitimi (Güney, 1971) önemli bir yer tutmaktadır. Durbilmez (2008) âşıkların âşık olma sürecinde geçirdikleri aşamaları âşıklığa yönelme, çıraklık, kalfalık ve ustalık olarak sıralamaktadır. Ayrıca şiir söylemeye başlamasında ise “usta-çırak ilişkisi”, “soyaçekim”, “rüya görme/bade içme”, “usta malı şiir dinleme/söyleme”, “âşık meclislerine bulunma”, “sevdalanma”, “dert/sıkıntı/üzüntü çekme/yoksulluk”, “gurbete çıkma vatan hasreti” gibi hususların etkili olduğunu belirtmektedir. Başlangıçtaki çalışmalarda âşıklık geleneğinde saz ve çıraklık eğitimi (Güney, 1971) önemli olarak kabul edilirken sosyo-kültürel değişikliklere paralel olarak âşıklık geleneğinin, dinleyici, ürün ve âşık olmak üzere üç ayaklı bir sistem (Çobanoğlu, 2000) olduğu kabul edilmektedir. Âşıkların dinleyici ile buluşup eserlerini/ürünlerini aktardığı icra bağlamı geçmişten günümüze

değişiklik göstermiştir. Çobanoğlu (2000) âşıkların icra bağlamlarını “sözlü kültür”, “yazılı kültür” ve “elektronik kültür” olmak üzere üç başlık altında incelemiştir. Sözlü kültür ortamı “kahvehaneler, düğün-dernek, köy odaları, pazar ve panayırlar, yeniçeri ortaları, kale, garnizon gibi askerî karargâhlar, ağa, paşa konakları, saraylar”, yazılı kültür ortamı “kahvehaneler, köy odaları, pazar ve panayırları, mahalle ve sokak araları, gemi/tren/otobüs gibi ulaşım araçları, cami önleri, harman yerleri” elektronik kültür ortamı ise “plak, kaset veya başka bir elektronik malzemeye kaydedilmiş icra” olarak tanımlamaktadır. Günümüzde icra ortamlarına ise sanal-dijital kültür ortamını eklemek mümkündür. Âşıklar sosyal paylaşım sitelerinde canlı yayın ya da video aracılığıyla icra ettiği geleneği paylaşımına sunmaktadır.

Âşıklık imgesinin oluşmasına etki eden aktörlerden bir diğeri ise âşıkların kendileridir. Gelenek aktörleri olarak âşıklar, birçok aşamadan geçerek geleneği icra etmeye başlamaktadırlar. Usta-çırak ilişkisinin önemli bir yer tuttuğu gelenekte “*Pirini bilmeyen yolunda dardı, âşıklık dediğin poladdan zordu* (Âşık Şenlik)”, sözünden hareketle âşıklığın kolay olmadığını aslında çok ağır bir yük olduğu belirtilmektedir. 18. yüzyılda ise Âşık Kamil âşıklığı basit, önemsiz bir şey olarak görürken mızrabın kırılmasıyla gerçeği gördüğünü aslında âşıklığın icra edilmesi zor bir gelenek olduğunu belirtmektedir.

Âşıklığı özge halet sanırdım
Çalıp çığırmağı adet sanırdım
Bunu ben bir kolay san’at sanırdım
Mızrabım kırıldı bozuk çalarken

Âşık Kâmil (Köprülü, 2004)

19. yüzyılda Âşık Şenlik ise gelenek için basitlik ve kolaylık eleştirilerine karşı olarak âşıklığın bir ilim olduğunu herkesin bunu anlayamayacağını/öğrenemeyeceğini anlatırken aynı zamanda kendisinin üstat bir âşık olduğunu vurgulamaktadır (Aslan, 1991, s.93).

Köklü bir geleneğin bilincinde olan âşıklar özellikle günümüzde hâk ettikleri değeri göremediklerinden yakınmaktadırlar.

Memlekete fazla gelmiş külfeti âşıkların
Nedendir değer bulmamış ülfeti âşıkların
Ser vermiş, sır vermemiş, hakikati söylemiş,
Olmamış, şaha sultana minneti âşıkların

Âşık Sıtkı Eminoğlu (Aydın, 2010, s. 413)

Başlangıçta kahvehaneler, köy odaları, düğünler vb. gibi mekânlarda geleneği icra eden âşıklar teknolojik gelişmelere paralel olarak plak, kaset çıkarmış, radyo ve televizyonlardaki programlara katılmıştır. Günümüzde ise sanal-dijital kültür çağının bir sonucu olarak sosyal medya araçlarını kullanarak geleneği icra etmeye devam etmektedirler.

Âşıkların doğal icra ortamından farklı mekanlarda ve sosyal yapıda insanların karşısında geleneği icra etmesiyle doğal akışında icra etmesi arasında farlılık söz konusudur. Bu farklılığı Başgöz (1986) Hikâye Anlatan Âşık ve Dinleyicisi adlı yazısında Âşık Müdami üzerinden örneklendirmiştir. Başgöz, Âşık Müdami'nin kendisine ait olan Öksüz Vezir hikâyesini her zamanki gibi halkın katıldığı kahvehanede ve genellikle vali, kaymakam, öğretmen gibi meslek gruplarının dinleyici olarak geldiği Öğretmenler Birliği salonunda sunmasını istemiştir. Dinleyicinin, anlatıcı üzerindeki etkisini göstermesi bakımından bu durum önemlidir. Zira Âşık Müdami aynı hikâyeyi kahvede beş saate yakın anlatırken Öğretmenler Birliğinde üç buçuk saat civarında anlatmıştır. Âşık Müdami'nin elinden geleni yapmasına rağmen Öğretmenler Birliğindeki dinleyicilerle bağ kuramadığı tespit edilmiştir. Müdami, hikâyeyi anlatırken kahvedeki gibi bir karşılık, coşku, ilgi alamamıştır. Üstelik hikâye anlatılırken yer yer konuşmalar gerçekleşmiş, birçok dinleyici salondan ayrılmıştır. Âşık Müdami hikâyenin birçok bölümünü Öğretmenler Birliğinde anlatmamıştır. Başgöz bunun sebebini şöyle açıklamaktadır: "Müdami, hikâyedeki birçok kısmı gereksiz gördü ve anlatmadı. Kendisini dikkatle dinlemeyen, halleri vakitleri yerinde olan aydınların öz duygularını ve düşüncelerini açıklamaya gerek görmedi. Hele

onlara bilgi satmaktan dehşetli ürkütü. Çünkü nasıl olsa bu aydın takımı söyleyeceklerinden daha çoğunu biliyordu. Ayrı kültürlerin adamı idiler. Bu nedenle ikinci anlatış daha kısa, daha sıkıcı, daha renksiz ve daha kötü bir anlatım oldu” (1986, s. 54). Bir diğer örnek ise Şeref Taşlıova’ya aittir. Taşlıova, bir radyo programında Emrah ile Selvihan hikayesini anlatırken hikâyenin tamamını anlatamayacağını, sürenin sınırlı olduğunu belirterek yarım bırakmıştır. (Sadıç, 2014, s.132). Televizyon, radyo gibi medya araçları ile yapılan programlarının süre sınırı olması, anlatının doğal akışı içerisinde verilmesini olumsuz yönde etkilemiştir. Benzer bir durum festival, tören gibi organizasyonlar için de geçerlidir. Âşıklar bu tür orgazisyonlarda süre sınırının olması ilerleyen zamanlarda geleneği zayıflatacağını böylece zamanla yok olacağını belirtmektedirler (Gümüşa, 2023).

Âşıklar yaşadığı çağa göre kendilerini güncellenmiş çağın sorunlarını eserlerinde işlemişlerdir. Şeref Taşlıova’nın GAP destanı, âşıkların çağın sorunları ile ilgilendiğini göstermesi bakımından önemlidir. Ayrıca yaşanan kültür değişmelerinin sonucunda insanların toplumdan uzaklaştıklarını da anlatmaktadırlar.

Halk aslına özenmiyor
 Çoğu helal kazanmıyor
 İnsanlığa uzanmıyor
 Eller yaralı yaralı
 Hasret galdık gerçek söze
 Hiç gerek yok ihtiraza
 Pop müzüğü vurdu saza
 Teller yaralı yaralı
 Türkçemiz nice bozuldu
 Gündüzler gece bozuldu
 Sözlerde hece bozuldu
 Diller yaralı yaralı
 Lokmalar oldu rızasız
 Haksızlar galdı cezasız
 Günler geçmiyor gazasız

Yollar yaralı yaralı
 Behramî sazını çaldı
 Aşkın deryasına daldı
 İlçeler köyler boşaldı
 İller yaralı yaralı

Âşık Behrami (Sadıç, 2014, s.175-176)

Âşık imgesinin oluşmasında etki eden araçlar da kendi içerisinde iki gruba ayrılmaktadır. Araştırmacılar makale, kitap yayınları ve bilimsel toplantıları araç olarak kullanırken geleneğin temsilcisi olarak âşıklar ise eserlerini, geleneği araç olarak kullanmaktadırlar. Eserlerini, geleneği sosyal paylaşım sitelerinde ya da çeşitli organizasyonlarda icra etmektedirler.

Yukarıdaki değerlendirmelerden hareketle araştırmacıların ve âşıkların kendilerinin oluşturduğu iki farklı âşık imgesi karşımıza çıkmaktadır.

Araştırmacılar görüşlerinde/çalışmalarında geleneği dünü, bugünü ve yarını kapsamında ele almışlardır. Çeşitli organizasyonlara, toplantılara davet edilen âşıklar romantik-nostaljik bir yaklaşımla geçmişin bir temsilcisi olarak imgeleşmiştir. Bu yaklaşımın da etkisiyle âşıkların ve temsilcisi olan geleneğin modernleşmenin etkisinde zayıfladığı algısı yaygın olarak kabul edildiği için korunması gerekliliği ön plana çıkmış ve bu doğrultuda korunması, bozulmaması için çeşitli çalışmalar yapılmıştır.

Âşıklar, kendilerini köklü bir geleneğin hem temsilcisi hem de üreticisi olarak görmektedirler. Âşık Türk milletinin genetik kodlarına, hafızasına, haritasına sahiptir. Âşık bunları yaşatan kültür elçisidir. Âşık vazifesini yapmazsa var olan kültür ölür, yok olur (Gümüşa, 2023). Nerede bir Türk varsa orada bir âşık, nerede bir âşık varsa orada bir Türk vardır diyen âşıklar kendilerini kadim Türk kültürel belleğinin koruyucusu, aktarıcısı olarak görmekteler ve bu şekilde imgeleşmektedirler. Temsilcisi olduğu toplumun sesi olan yaşadığı çağın getirdiği teknolojik yeniliklerin, gündelik hayattaki sorunların farkında olan âşıklar geleneği sürdürebilmek için kendilerini güncellemektedirler.

Âşıklık geleneği ile ilgili geçmişten günümüze yapılan birçok çalışma genellikle âşıklık geleneğinin içinden gelmeyen kent merkezli bakış açısıyla araştırmacılar tarafından ele alınıp değerlendirilmiştir. Âşıklık geleneği ile ilgili yapılan ilk çalışmalar geleneğin ortaya çıkış tarihi, kökeni üzerine yoğunlaşmıştır. Devam eden çalışmalarda ise âşıklık geleneğinin geleceği tartışılmıştır.

Âşıklık geleneğinin İslam kültürü etkisiyle yaşamaya devam ettiğini, Cumhuriyet'in getirdiği inkılapların Orta Çağ geleneği olan âşıkların yaşamasına izin vermeyeceği (Köprülü, 2004) bunun en önemli sebeplerinden birisi de âşıkların büyük kültür merkezlerindeki klasik edebiyata öykünmek istemeleri ve kendi sanatlarını koruyamaması (Borotav, 1968) olduğu kabul edilmiştir. Âşık kutsal olmayan yerlerde, kahvehanelerde, hanlarda, düğün evlerinde halkı eğlendiren asıl görevi din dışı olan bir sanat eridir (Başgöz, 1986, s. 254). Âşık denilen bu sanatçılar sanatlarını yaratmak, sürdürmek için en iyi ortamın köylük yerlerde, klasik edebiyatın az etkilediği küçük kentlerde, göçebe ve yarı-göçebe topluluklarda bulunması gerekliliği (Borotav, 1968, s. 340-341) vurgulanmıştır. Âşıklar ile ilgili yapılan bir diğer değerlendirme de Divan şairlerinden etkilenmeleri üzerinedir. Divan şairlerinin âşıklardan etkilenmeleri ya da onlar ile ilgili değerlendirmelerde bulunmaları normal karşılanırken, âşıkların Divan Şairlerinden etkilenmeleri, Divan Edebiyatı nazım şekillerini kullanmaları "özenti" ve geleneğin sürdürülmesi açısından olumsuz olarak kabul edilmiştir.

Âşıklar arasında âşıklığa başlamada önemli kabul edilen bade içmeyi araştırmacılar benzer bir önem vermemektedir. Onlara göre âşıkların aktan karadan anlamamasına rağmen bir konuşma kolaylığında deyişlerini söylemeleri hikâye kahramanı âşıklar gibi pir dolusu içerek değil, usta bir âşığın yanında eğitim almasıyla mümkün olmaktadır (Güney, 1971).

Âşıklık imgesinin oluşmasında araştırmacılar tarafından yapılan bilimsel-kültürel organizasyonların, toplantıların da etkisi olmuştur. Konya Âşıklar Bayramı ve UNESCO çalışmaları ile geleneği yaşatmayı, korumayı ve tanıtmayı amaçlamıştır. Âşıkların icra ortamlarının geçmişten günümüze farklılık göstermesi de araştırmacılar tarafından değerlendirilmiştir. Kahvehane, köy odaları, düğünler yazılı kültür ortamı, kaset, plak, televizyon, radyo elektronik

kültür ortamı, internet tabanlı sosyal paylaşım siteleri ise sanal-dijital kültür ortamı olarak kabul edilmiştir. Âşıkların buralarda geleneği icra etmesi olumlu ve olumsuz birçok değerlendirmeye sebep olmuştur. Özdemir' göre (2015) günümüzde rüya görerek âşık olma, aşk badesi içme gibi kültürel ekonomik amaçlı aşk ritüellerinin yerini, kaset çıkarma, televizyon programına çıkma gibi daha gerçekçi kültürel ekonomik uygulamalar almıştır. Âşıklık geleneği kapsamında, geleneksel kuralların yerini kentin kültür piyasasının ilkeleri almıştır (Özdemir, 2015, s. 186). Alev'e göre (2014) Facebook, YouTube gibi internet tabanlı sosyal paylaşım sitelerinde âşıklar kendilerine yeni bir icra muhiti oluşturmuşlardır. Âşıklar sosyal paylaşım sitelerinde hiçbir ücret ödemedi eserlerini halka ulaştırmıştır. Halk da beğendiği takip ettiği âşığa istediği zaman ulaşma imkânı elde etmiştir. Ayrıca televizyon, radyo gibi prosedürlerle yayın akışı yapan kitle iletişim araçlarına göre daha doğal ve "birincil sözlü kültür" ortamına en yakın icra ortamı olduğunu savunmaktadır. Sevindik ise (2019) âşıklık geleneğinin günümüzde tema, tavır, söylem gibi birçok konuda zarar gördüğünü, Kültür Bakanlığının âşıklara sağladığı maddi ve manevi desteğin âşıkların sanatsal üretimini olumsuz olarak etkilediğini savunmaktadır. Âşık, maşukun yolunda türlü cefalar çektiğinde belki de gerçek bir aşk şiiri yazabilir. Öyle ki çok başarılı şiir tabiat ve sosyal yaşam karşısında edinilen tecrübeler karşısında yazılmıştır. Âşıklar da çileli buldukları bu yolda yürümeli ve yürüdükleri yolsa ayaklarına batan her dikenini bir imge kaynağı olarak düşünerek sanat eserlerini oluşturmalıdır (Sevindik, 2019, s. 136). Sevindik (2019) ayrıca âşıkların geleneksel kıyafetler yerine takım elbise giymesini, kravat takmasını, sanal kültür ortamında sanatlarını icra etmesini eleştirmektedir.

Tüm bu örneklerden hareketle araştırmacıların oluşturduğu âşık imgesinin nostaljik bakış açısıyla ele alındığını, modern hayatın getirdiklerinin âşıkları ve geleneği olumsuz yönde etkilediği kabul edilmiştir.

Âşıkların etkileri;

Âşıklık geleneği üzerinde 17. yüzyıl klasik edebiyatın, 18. Yüzyıl yazılı kültür ve matbaanın, 19. yüzyıl Batılılaşma çabalarının, Osmanlı Devleti'nin dağılma döneminin, 20. yüzyıl Osmanlı devletinin çöküşü, savaşlar, yeni devletin inşa

sürecinin, sanayileşmenin, şehirleşmenin, elektronik kültür ortamının, 21. yüzyıl ise sanal-dijital kültür ortamının etkisi görülmektedir.

Yazılı kaynaklarda âşıklık geleneğinin her ne kadar 15.-16. yüzyıllarda ilk temsilcilerini verdiği kabul edilse de âşıklar geleneğinin köklü bir geçmişi olduğunu belirtmektedirler. İsmi âşık olmasa ile saz çalan, hikâye anlatan, türkü, mani söyleyen birinin muhakkak olduğunu, dönemin şartları gereği kayıt altına alınmadığı söyleyen âşıklar eğer 15.-16. yüzyıllara kadar âşık yoksa 16. yüzyıl âşıkları kimi örnek aldı, ustası kimdi, hikâye anlatmayı, destan tasnif etmeyi, âşık havalarını kimden öğrendi diyerek geleneğinin sürekliliğini vurgulamaktadırlar (Gümüşa, 2023).

Köy ve aşiret çevresinde yetişen saz şairleri daha yüksek bir kültürün sahibi olan şehirli âşığı kendisine örnek aldığı araştırmacılar tarafından kabul edilse de gerçekte durum böyle değildir. Âşık, öncelikle bir ustanın yanına çırak olarak gider ve âşıklık eğitimi süreci başlamış olur. Önce kendi ustasının, bağlı bulunduğu kolun ustasının sonrasında da civardaki diğer âşıkların şiirlerini, hikâyeleri ezberler. Ustasından icazet alıp âşıklığa başladığı zaman farklı yerlere seyahat edip oradaki âşıklarla etkileşimde bulunup atışma yaparak kendini, sanatını geliştirir. Âşık, ustalarından duymadığı hava, makam, şiir türü ortaya çıkarmak amacıyla köy-kent ayrımı yapmaksızın seyahat etmiş kendini geliştirmiştir. Âşıkların kent ve kentli kültür ortamındaki âşıklar ve şairlerle elbette etkileşimi olmuştur. Bu durum sanılanın aksine özenti değil sosyo-kültürel bir etkileşim örneğidir.

Âşığın kente, kasabalara, köylere seyahat ve göç etmesi gelenekte önemli bir yer tutmaktadır. Ürünler, gelenekler ve kültürler seyahat ve göç süresinde yaratılmakta, gelişmekte, olgunlaşmakta, yaşamakta ve geleceğe aktarılmaktadır. Âşıklık geleneği kapsamında âşıkların ve deyişlerin dolayısıyla da geleneğinin seyahatinden söz edilebilir. Âşığın seyahatleri sonucunda kültür belleğine kattığı yaratıları ardıl gelenek aktörleri/takipçileri ve meraklıları tarafından asırlarca yaşatılmaya devam eder (Özdemir 2017, s. 561-563). Âşıkların seyahat ve göç etmesinde görünen işlevleri geleneğinin aktarımı, tanıtımı, geliştirilmesi bağlamında ele alınmaktadır. Fakat bu seyahat ve göçün sadece eğlendirme, hoşça vakit geçirme gibi fonksiyonlarının yanında aynı

zamanda halka, devlet yöneticilerine de bilgi aktarma işlevi de bulunmaktadır.¹ Âşıklar, dönemin padişahlarından biri olan Fatih Sultan Mehmet'in saraya âşıkları davet ettiği, bilgi almak için âşıkları kullandığını belirtmektedir. Bir diğer örnek ise Âşık Şenlik'e aittir. Osmanlı-Rus savaşı sonrasında Kars ve Ardahan yaklaşık 40 yıl Rus işgalinde kalmıştır. Ermeniler, Müslümanların mezarlarını söküp Kars'a bina ve köprü yapmaya başlamıştır. Osmanlı Devlet yöneticileri bu haberin doğruluğunu öğrenmek için Gazi Ahmet Muhtar Paşa'yı tebdil-i kıyafet ile Kars'a gönderir. Âşık Şenlik'i gören Paşa, âşıklar gezegen olur, ben bu âşıktan bilgi alayım der ve şehrin dışına çıkarlar. Âşık Şenlik "Vagıf ol efendim vasfedim halım, fikri bahr-ı gama dalıfdı Garsın" şiiriyle Paşa'ya olan biteni anlattığı bilinmektedir (Gümüşb, 2023). Bu sayede âşıklar bilgi, haber üretim ve dağıtım merkezi (Yıldırım, 2000) haline dönüşmüştür.

Elektronik ve sanal-dijital kültür ortamı âşıklar için geleneğin icrasında yeni bir meclis olarak görülmektedir. Gelenek kültürü içerisinde âşığın âşıklığını kanıtlaması için bir mecliste kabul görüp kulaktan kulağa, dilden dile isminin yayılması gerekmektedir. Âşık kendi kendine ne kadar çok makam bilirse bilsin meclis ortamında kabul görmesi gerekmektedir (Gümüşa, 2023). Bu bağlamda âşıkların meclisten bağımsız düşünülmemesi gerektiği âşıkların internet tabanlı sosyal paylaşım sayfalarını yeni icra/meclis ortamı olarak görmelerinde kendilerini güncellemeleri, yaşadığı çağla etkileşimde olduğunu göstermektedir. Sanal-kültür bağlamının olumlu ve olumsuz özellikleri bulunmaktadır. Fakat âşıkların kendini, eserlerini daha geniş bir kitleye tanıtmalarını kolaylaştırdığı için gelenek aktörleri tarafından tercih edilmektedir.

Âşıkların UNESCO'nun çalışmaları ile ilgili de değerlendirmeleri mevcuttur. Mustafa Aydın, UNESCO ve Kültür Bakanlığı çalışmalarının yetersiz olduğunu, âşık olarak seçilme kriterinin kim tarafından nasıl belirlendiğine anlam

¹ Âşıkların diğer fonksiyonlarını destanlar özelinde Çobanoğlu (2000) şu şekilde sıralamıştır: işgal altında kalan yörelerin halkını örgütlemek, askerlerin moralini yüksek tutmak, iktidarın icraatlarının propagandasını yapmak, iktidarı yıpratmak, kendi görüşlerini tanıtmak, sistemli tenkitler, reklam amaçlı kullanım, eğitim amaçlı kullanım, eğlendirme amaçlı kullanım, habercilik amaçlı kullanım.

veremediğini ifade eder. Âşık Feymânî de UNESCO'nun taraf tuttuğunu genellikle Karslı, Erzurumlu âşıkları seçtiklerini eleştirmektedir. Âşıkların bu eleştirisini kıskançlık olarak belirten Gülçınar ise tam tersi olarak UNESCO'nun bu yaklaşımını âşıklar için motive edici bir unsur olarak kabul etmektedir (Alakuş, 2017). Günümüzde âşıklar geleneği icra ederken değer kıymet görmediklerinden dolayı yakınmaktadırlar.

Memlekete fazla gelmiş külfeti âşıkların,
Nedendir değer bulmamış ülfeti âşıkların,
Ser vermiş, sır vermemiş hakikati söylemiş,
Olmamış şaha sultana minneti âşıkların

Âşık Sıtkı Eminoğlu (Aydın, 2010, s.413).

Âşıklık geleneğinin yaşatılması için korunması gerekmektedir. Bu koruma cam fanusa koyarak çağın getirdiği yeniliklerden uzaklaştırarak yapılması mümkün değildir. Sanayi Devrimleri ve sonuçları dünyadaki tüm gelenekleri etkilemektedir. Bu doğrultuda yapılması gereken araştırmacıların/yöneticilerin/idarecilerin gelenek aktörü olan âşıklarla iletişim halinde olarak onların gerçek problemlerinin farkına vararak çalışmalar yapılmasıdır. Sanılanın aksine âşıklık geleneğinin yok olmasında azalmasında sanal-dijital kültür ortamının değil geleneğin üreticisi ve aktarıcısı olan kişilerin görüşleri alınmadan yapılan destekleme, koruma faaliyetleridir. Gerçekçi olmayan bu çalışmalar bir süre sonra kendiliğinden yok olmakta, gelenek aktörleri kendi çözüm yollarını bulmak için geleneği bırakmaktadırlar.

3. BÖLÜM

YAZILI-BASIL KÜLTÜR BAĞLAMINDA YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ İMGELERİ

3.1 YAZILI-BASIL KÜLTÜR BAĞLAMI

İnsan bilincini değiştiren tekil buluşlardan biri olan yazı, özerk, bağımsız bir söylem oluşturmuştur. Geçmişte yazma eylemini gerçekleştirmek için hayvan derisi, kil tabletler, papirüs, taş, kemik gibi birçok materyal kullanılmıştır. Kâğıt ise ilk olarak M.S. 1. yüzyılda üretilmeye ve kullanılmaya başlanmıştır. Parşömene göre fiyatının ucuzluğu ve daha fazla üretim olanağı bulması nedeniyle kâğıt birçok ülkede yayılmıştır. Arapların Akdeniz bölgesine kâğıdı getirmesiyle birlikte kâğıt, 11. yüzyılda İspanya'ya 12. yüzyılda Sicilya üzerinden İtalya'ya giderek 14. yüzyıl boyunca tüm Avrupa'ya yayılmaya başlamıştır (Labarre, t.y. s. 33). Zamanla yazma eserleri elle çoğaltma işi yetersiz kalmış bunu hızlandırmak için çeşitli yollar aranmış ve baskı teknikleri geliştirilmiştir. 1456'ya gelindiğinde Gutenberg, bugünkü matbaanın temellerini atan baskı tekniğini geliştirmiş ve kitap basmaya başlamıştır. Basılan ilk kitap ise İncil'dir (Bloom, 2003, s.17). Tüm Avrupa'ya yayılan matbaa teknolojisi ile 1500'lere kadar basılan kitap sayısı 40.000'leri bulmuştur.

Türklerde elde edilen ilk yazılı metinler her ne kadar M.S. 8. yüzyıldan kalma Orhun Kitabeleri olarak kabul edilse de Ak-Hunlar, Hazar Hakanlığı, Avrupa Avar Hakanlığı, Avrupa Hunlarından kalma çeşitli yazılı kaynaklar bulunmaktadır (Kafesoğlu, 1982). Türkler, Göktürk, Uygur, Kiril, Arap ve Latin alfabelerini kullanmış ve bu alfabelerle Türk kültür tarihinde önemli yer tutan eserleri yazmışlardır. Türk yazı sistemi ise İslam medeniyet dairesi içerisinde yüksek bir seviyeye ulaşmıştır. Türkler, Arap alfabesini kullanarak orijinal sürrealist bir sanat dalı yaratmışlardır. Bunlar “kûfî, sülûs, tâlik, divani, rıka” gibi yazı türleri ve “çifte yazılar, turalar, yapı, eşya, bitki ve hayvan biçimindeki yazılar resimli yazılar adlı bezeme çeşitleriyle oldukça gelişmiştir (Baltacıoğlu,

1993, s. 2). Bu gelişmenin bir sonucu olarak 18. yy. Osmanlı Devleti'nde yazmacılık egemen olmuştur.

Avrupa'da gelişimini sürdüren matbaa, Osmanlı İmparatorluğu'na ilk olarak bu topraklar üzerinde yaşayan Musevi, Ermeni ve Rumlar tarafından getirilmiştir. 1492 yılında İspanya'dan bu ülkeye gelen Musevilerin 1493'te İstanbul'da birkaç yıl sonra da Selanik'te birer matbaa kurdukları ve buralarda İbranice, Latince ve Yunanca kitaplar bastırdığı bilinmektedir (Küçükcan, 2006, s. 161). Osmanlı İmparatorluğu'nda matbaanın gelişimi III. Ahmet döneminde, aydınlanmaya önem veren Damat İbrahim Paşa'nın himayelerinde, yenilik yanlısı Şeyhülislam Abdullah Efendi'nin fetvasıyla, Yirmi Sekiz Mehmet Çelebi'nin oğlu Sait Efendi'nin katkılarıyla, İbrahim Müteferrika'nın önderliğinde 1927/28 tarihleri arasında başlamıştır (Özdemir, 2015, s.30). Basılan ilk kitap *Vankuku Lûgatı*'dir. Sonrasında *Tarih-i Seyyah*, *Kitab-ı Cihannüma*, *Takvimüt'tevarih* gibi kitaplar basılmıştır.

Müteferrika Matbaası'nda Divan Edebiyatı'na ait herhangi bir eserin basılmamış olması dikkat çekicidir. Matbaa edebiyat ilişkisinin başlaması için Osmanlı'da gazetecilik ve dergiciliğin gelişimi beklenmiştir. Diğer bir deyişle matbaacılığın gelişmesi ve yaygınlaşması Osmanlı basınının kuruluşundan sonra gerçekleşecektir (Özdemir, 2015, s.31). Osmanlı Devleti'ne icadından yaklaşık 280 yıl sonra matbaanın kullanılmasının birçok sebebi vardır. Bunlardan ilki yazma eserleri çoğaltan müstensihlerin muhalefetidir. Evliya Çelebi'ye göre geçimlerini sağladıkları mesleklerini kaybetme korkusu duyan müstensihler ve matbaanın Hristiyan icadı olmasından dolayı basılı kitapların küfür sayılacağını inanan halk başlangıçta karşı çıkmışlardır. Matbaanın gelişimini yavaşlamasında bu karşıtlıkların yanında Arap alfabesindeki harf çokluğundan kaynaklı teknik sorunlar bulunmaktadır (mesele s harfi için Arap alfabesinde üç harfin bulunması). Ayrıca Osmanlı Devleti'nin duraklama ve gerileme dönemine denk gelmesi, matbaada çalıştırılacak kişilerin bulunmaması gibi sebepler de etkili olmuştur (Küçükcan, 2006, s. 169-170).

Alfabenin, yazının, matbaanın icadı aynı zamanda sosyo-kültürel hayatta da değişikliklere sebep olmuştur. Yazının icat edilmediği söze dayalı kültür ortamı olarak tanımlanan sözlü kültür ortamı, yazı teknolojisinin ortaya çıkması ile

yerini yazılı-basılı kültür ortamına bırakmaya başlamıştır. Her ne kadar yazılı-basılı kültür ortamının sözlü kültür ortamını olumsuz yönde etkilediği vurgulansa da yaratıcısından bağımsız hale gelen sözün depolanması, aktarımı kolaylaşmıştır. Sözlü kültürden yazılı-basılı kültüre geçişi Jack Goody, “büyüden bilime geçiş,” Lévi-Strauss, “yabanıl akıldan evcil düşünceye geçiş” olarak kabul etmiştir.

Ong ise yazı ve matbaanın varlığını bile bilmeyen, iletişimin yalnız konuşma dilinden oluştuğu kültürleri “birincil sözlü kültür” olarak nitelendirmiştir. Buna karşılık günümüz ileri teknolojisiyle yaşantımıza giren telefon, radyo, televizyon ve diğer elektronik araçların “sözlü” nitelikleri, üretimi ve işlevi önce yazı ve metinden çıkıp sonra konuşma diline dönüştürüğü için “ikinci sözlü kültür”ü oluşturmaktadır (Ong, 2014, s. 23-24). Sözün teknolojileşmesi olarak adlandırılan yazılı-basılı kültür bağlamı ile ilgili birçok eleştiri yapılmıştır. Bunlardan birisi Platon’a aittir. Platon, yazının insani olmadığını, imal edilen bir ürün olduğunu ve insan hafızasını zayıflattığını belirtmektedir. Yazı edigendir ve kendi gerçekdışı yapay dünyasında kapalıdır. Tıpkı bilgisayar gibi (Ong, 2014, s. 98).

Yazının insan ve kültür üzerindeki etkisi ile ilgili olumlu-olumsuz birçok değerlendirme yapılmıştır. McLuhan, *Gutenberg Galaksisi, Tipografik İnsanın Oluşumu* (1994) eserinde sözlü ve yazılı kültür insanının arasındaki zihinsel ve davranışsal farklara değinmektedir. McLuhan’a göre (1994) okuryazar olmayan halkların çoğu gerçekçidir ve kendilerini yaşadıkları dünya ile özdeşleştirmektedirler. İnsanın okuryazarlık oranı arttıkça yaşadıkları dünya ile aralarındaki bağ kopmaktadır. Yıldırım ise (1989b) geleneklerin sözlü ortam eseri olduğunu ve bu ortam içinde meydana gelen gelişmelerin ve değişmelerin yazılı ortamın doğmasına zemin hazırladığını belirtmektedir. Böylece millet hayatını tanzim eden ve değişen ihtiyaçlara cevap verecek nitelikte bir genişleme olmuştur. Çoğu zaman yazılı ortam geleneklerini azalttığı ya da tamamen yok etmeğe başladığı düşünülür. Oysa bunların her ikisi de daima hayatımızda beraber yaşamaktadırlar ve birbirlerini tecrübelerinden yararlanmaktadırlar (Yıldırım, 1989b, s. 35)

Yazının, söze göre kalıcılığı toplumları etkilemiştir. Geleneksel toplumlarda bilgi gelenek taşıyıcıları tarafından aktararak öğrenilmekte ve kulaktan kulağa yayılmaktadır. Yazılı-basılı kültür bağlamı ise bireyselliğe dayanır. Yapay bir teknoloji olan yazı soyuttur. Sözlü kültür bağlamında olduğu gibi kalıpları yoktur, daha çeşitli ve esnektir. Üreten ve okur yalnızdır. Kişiyi iç dünyasına götüren yazı, bireyleştiricidir. Okur her ne kadar değişse de metin değişmez, sabittir.

Sözlü kültürde söz kulaktan kulağa yayılır, birey pasiftir. Yazılı-basılı kültürde yazı, göz aracılığıyla öğrenilir. Sözlü kültürde konuşma, yazılı-basılı kültürde okuma-yazma eylemi aktiftir.

Yazılı-basılı kültür bağlamı bu çalışmada kendi içerisinde yazmalar ve baskı kültürü başlıkları altında ele alınıp değerlendirilecektir.

3.1.1 Yazmalar Kültürü

Alfabenin icadı ile birlikte ortaya çıkan yazı, yazmalar kültürü dönemini başlatmıştır. Matbaanın icadına kadar olan bu dönem içerisinde günümüzdeki anlamıyla yerel kimliği ve gelenek kültürü ile ilgili çalışmalar, tanımlamalar yok denecek kadar azdır. Bunun en önemli sebeplerinden birisi de geçmişten günümüze kurulan Türk devletlerindeki yönetim anlayışıdır.

Geleneksel Türk devletlerinde, sosyal devlet anlayışına sahip bir yönetim anlayışı mevcuttur. Mevcut yapıda günümüzdeki gibi yerel/kentli ayrımı yerine halk-devlet birlikteliği görülmektedir. İlk yazılı kaynaklardan biri olan *Orhun Abidelerinde* Hakan, halkının koruyucusudur. Halkının refahı için gece gündüz çalışmak zorundadır. Hakanlığının büyüklüğü halkının huzuru, zenginliği ile ölçülmektedir. Halkın da devletine karşı sorumluluğu vardır. Devletin sözünden çıktığı andan itibaren zarar göreceği/öleceği anlatılmaktadır.

İslamiyet öncesi Türk devletinde göçebe bir hayat hâkim olması sebebiyle kent-köy, kentli/yerel ayrımı söz konusu değildir. Toplumsal yapı ise Oguş denilen ailelerden oluşmaktadır. İslamiyet öncesi Türk devletlerinde aileler birleşerek boyları, boylar da birleşerek devleti meydana getirirdi.

İslamiyet'ten sonraki dönemde toplumsal yapıyı anlatan önemli eserlerden birisi de Yusuf Has Hacib'in Kutadgu Bilig adlı eseridir. Siyasetname türünde yazılan

mutluluk veren bilgi anlamına gelen eserde devlet ve halkın birbiriyle olan ilişkisini anlatmaktadır.

Osmanlı Devleti ise birbirinden farklı sosyal ve dini yapıda toplumların üzerinde kurulmuş bir yönetim sistemine sahiptir. Mozaik bir yapıya sahip olmasının getirdiği sorumluluklardan birisi de farklılıkları koruma ve sürdürme anlayışıdır. Müslüman, Hristiyan ve Yahudiler kendilerine ait kültür yapılarını, dini inançlarını koruyarak uzun yıllar içerisinde bir arada yaşamışlardır. Devlet-i Aliye'nin halkından tek talebi otoritesini tanıması ve yükümlülüklerini yerine getirmesidir. Devlet sadece yönetim, askerlik, maliye ve güvenlik gibi konuları kontrol etmektedir. Eğitim, dini işler, adalet gibi konular ise millet teşkilatları tarafından yürütülmesi için gayrimüslimlere bırakılmıştır. Bu doğrultuda gayrimüslimler önce kendi yönetimlerine sonrasında devlete karşı sorumlu olmuştur. Yönetimce kendine bağlı bireyler yerine kendine bağlı cemaatlerin olması daha uygun görülmüştür. Osmanlı Devleti'nin toplum yapısı yönetenler, askeri sınıf vergi veren/yönetilen reâyâ olarak ayrılmıştır. Yani Osmanlı Devleti'nde idari bir tabakalaşma mevcuttur, katı bir kast sistemi yoktur. Eğer şartları uygunsa Müslüman ve Hristiyanlar askeri sınıfa dahil olabilirlerdi. Osmanlı Devleti'nde köy yerine "karye" tabiri kullanılmaktadır. Birkaç vergi mükellefinin bulunması bir yerin köy sayılması için yeterlidir.

Geleneksel Türk devlet yönetim sisteminde sosyal devlet anlayışı hakimdir. Halkın temel ihtiyaçlarının karşılanması devlet politikası haline gelmiştir. Bu doğrultuda camiler, medreseler, kervansaylar, hastaneler, köprüler, su yolları, hamamlar, kütüphaneler vb. yapılmıştır. Devlet nezlinde halk Allah'ın bir emanetidir. Devlet ile halk arasındaki ilişki itaate, himayeye ve emniyete dayanmaktadır.

Gelenek kültürü ile ilgili yapılan değerlendirmelerde seyahatnameler, tezkireler ve Bektaşî tekkelerinde tutulan defterler ve cönkler gibi yazılı kaynaklarda daha çok yer almaktadır. Bu dönemde yerel ve gelenek kültürünün imgeleşmesi zıtlıklar bağlamında gerçekleşmiştir. Divan edebiyatı karşısında halk/âşık edebiyatı, seçkin, medeni, konforlu kent kültürü karşısında var olma mücadelesi veren yerel mevcuttur. Örneğin âşıkların şiirlerini yazdığı defterler olan cönklerle ilgili olumsuz ve olumlu değerlendirmeler de yapılmaktadır. Âşık Çelebi'nin

Meşâ'irü's- şu'arâ'sında da Keşfi'yi eleştirirken “cönklerde ve mecmualarda” dost meclislerinde okunabilecek tek bir mısrası bile olmadığı halde zamanında hak etmediği yaygın bir şöhreti olduğu için onu eserine aldığını söylemektedir. Arif ise *Letâif-i Sandûka-i Ma'ârif* adını verdiğini mecmuasının hemen başına şu mısra yer alır: Bülbul-i gülzâr-ı cennetdür bu cöng-i nâzenîn (Köksal, 2016, s.34). Ayrıca *Harâbât'ın* (1874) mukaddimesinde ise “Şiir ve İnşâ”da eleştirdiği divan şairlerinden Necâtî Bey ile Ahmed Paşa ve Zâtî'nin Türk dilinin temellerini attıklarını söylemesi, buna karşılık halk şairlerinin eserlerini eşek anırmasına (nühak) benzetmesi, Nâmık Kemal ile birlikte yeni edebiyatı savunan yazarlar tarafından uzun süre ağır biçimde eleştirilmesine yol açar (Uçman, 2013). Yerel aynı zamanda devlet yöneticilerinin sürgün mekânı olarak imgeleşmiştir. Bu kısım baskı kültürü kısmında ayrıntılı olarak işlenecektir.

3.1.2 Basılı Kültür

Matbaanın yaygınlaşması ile ortaya çıkan baskı kültürü dönemi çalışmamız kapsamında Osmanlı Devleti ve Cumhuriyet Dönemi olarak iki kısımda incelenecektir.

3.2. YAZILI VE BASILI KÜLTÜRDE YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ İMGELERİ

Bu kısımda yerel ve gelenek kültürü imgeleri Osmanlı Devleti ev Cumhuriyet Dönemi olmak üzere iki ayrı başlık altında incelenecektir.

3.2.1 Osmanlı Devleti Dönemi Yerel ve Gelenek Kültürü İmgeleri

Yerel ve gelenek kültürü ile ilgili çalışmalar her ne kadar Cumhuriyet döneminde yaygınlık kazanmış olsa da Osmanlı Devleti döneminde başlamıştır. Fakat dönemin siyasi, sosyal şartları düşünülen çalışmaların uygulanmasını engellemiştir. Bu kısımda yerel ve gelenek kültürü ile ilgili yapılan çalışmalar

tüm dünyada olduğu gibi “köycülük akımı” etkisiyle şekillenmiştir. Osmanlı Devleti’nde köycülük akımının ortaya çıkmasında Narodnik, Solidarizm ve Pozitivizm gibi akımlar etkili olmuştur. Bu akımların özellikleri ve temsilcileri aşağıda değerlendirilmiştir.

Türkiye’deki köycülük hareketini etkileyen en önemli akımlardan birisi Rusya’da 19. yüzyılda ortaya çıkan Narodnik Hareketidir. Sadece köylüler arasında yürütülecek siyasal örgütlenme ile başarıya ulaşacağını savunan ve sosyalist bir hareket olarak tanımlanan Narodnizm, 1870’lerde önemli bir güce ulaşmıştır. Halka doğru gitmeyi amaçlayan bu hareket her şeyden önce “halkı” (özellikle köylüyü) ve onun kurumlarını putlaştıran ve kendi yaşamlarını ve özgürlüklerini halk için kurban etmeye hazır olan bir aydın hareketiydi. Bu ideoloji köylüler tarafından yaratılan veya kökleri köylülükte bulunan bir ideoloji değil, köylülük hakkında bir ideolojiydi (Köker, 1995, s.111). Osmanlı Devleti’nde ise özellikle II. Meşrutiyet’i destekleyen aydınlar Narodnik hareketi ile yakından ilgilenmişlerdir. Yusuf Akçura, Ahmet Ağaoğlu, Hüseyinzade Ali gibi İttihatçılar Osmanlı Devleti’ne gelmeden önce bu hareket içerisinde çalışmalarda bulunmuşlardı. Türkiye’ye geldikten sonra “halkçılık” ve “Türkçülük” konusunda fikir geliştirmişlerdir. Tarımsal çalışmaya dayanan bir devlet düzeni kurmayı amaçlayan bu hareket başarılı olamamıştır.

Osmanlı Devleti’ndeki aydınların etkilendiği bir diğer akım ise Solidarizm’dir. Kelime anlamı dayanışmacılık olan bu akım Fransa’da gelişmiştir. Emile Durkheim, Charles Gide gibi düşünürleri etrafında toplayan Solidarizm, kapitalist gelişmenin ortaya çıkardığı eşitsizliklere ve buna karşı sosyalizmin “sınıf çatışmasını” temel alan önerilerine karşı üçüncü bir yol aramaktaydı (Tekeli: 1970 akt. Çelik, 2000, s. 43). Kapitalizmin ve sosyalizmin, saptadıkları toplumsal soruna tutarlı bir çözüm getiremediğini savunan solidarizm, her iki öğretinin sakıncalarını gidererek ve aynı zamanda her iki öğretiyi de uzlaştırarak, girişim özgürlüğüne ve mülkiyetin dokunulmazlığına gölge düşürmeksizin bir ara formül olarak karşımıza çıkar (Çelik, 2000, s. 43). Solidarizm’den etkilenen aydınlardan birisi de Gökalp’tir. Gökalp, solidarizmi

“içtimai halkçılık” olarak tanımlamıştır ve diğer aydınlar gibi dağılmakta olan Osmanlı Devleti’nin kurtaracak bir çare olarak görmektedir.

XIX. yüzyılın ilk yarısında Aguste Comte tarafından kullanılan pozitivizm kavramı, felsefeyi bilimselleştirmek ve Avrupa’nın içinde bulunduğu anarşik ortama yön verebilecek bir “toplum bilimi” kurmak amacıyla ortaya atılmıştır. Bu anlamda pozitivizm; bir yandan bilimler felsefesi, diğer taraftan bir politikadır (Aydın 2014, s. 33).

Batının üstünlüğünü halka açıklamak ve aktarmak için bir yöntem arayan Osmanlı aydını için pozitivizm bir araç haline gelmiştir. Bilimsel ve çağdaş bir yöntem olması ile tanıtılan pozitivizm Osmanlı düşünce hayatını üç temel alanda etkilemiştir: Birinci alan Şinasi ile başlayan aklın eleştirel bir boyut kazandığı ve Osmanlı toplumunun ilk kez bütün olarak kendini, geleneksel kurumsallaşmanın ürettiği değerleri eleştirmeye başladığı dönemdir. İkincisi ise eleştirinin odağına hukuki, idari ve iktisadi alanların dahil olmasıdır. Son alan ise Ahmet Şuayb’ın sanatı hem kendi içinde bir bütün hem de var olduğu toplumun dolaylı yansıması olarak değerlendirmesi II. Meşrutiyet’ten sonra estetik ve sosyoloji konularını kapsamlı biçimde gündeme gelmiştir (Çelik, 2000, s. 47).

Osmanlı Devleti döneminde yerel ve gelenek kültürünün imgeleşme sürecine etki eden aktörler devlet yöneticileri ve aydınlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Kullandıkları araçlar ise şöyledir:

Devlet yöneticileri ve aydınlar tarafından hazırlanmış kanunlar ve yayın organları araç olarak kullanılmıştır. 29 Eylül 1808 Sened-i ittifak, Tanzimat ve Islahat Fermanı Osmanlı Devleti’nde halk ile olan ilişkilerin değişimini gösteren uygulamalardan bazılarıdır. Yapılan diğer çalışmalara aşağıda yer verilmiştir.

Osmanlı Devleti’nde yerel ve gelenek kültürü ile ilgili yapılan siyasi çalışmalardan ilki 1858 Tarihli Arazi Kanunu’dur. Osmanlı Devleti’nde başlangıçta devlet köylü ilişkisi vergi sınırları içinde ele alınmıştır. Bu anlayışın değiştiğinin göstergelerinden birisi olan 1858 tarihli arazi kanunu ile tımarlı sipahiler tasfiye edilmiş; devlet köylü ilişkisinin askeri tarafı kaldırılmıştır. Ayrıca toprak gelirleri satılma yoluna gidilmiş, toprak sadece devlete gelir getirici bir

unsur haline gelmiştir. Böylece Osmanlı toprakları vergi getirisine göre Arazi-i Memluke, Arazi-i Miriye, Arazi-i Mevkufe, Arazi-i Metruke ve Arazi-i Mevat olarak beşe ayrılmıştır. Tanzimat Fermanı'ndan hemen sonra uygulamaya konulan kanun ile toprak kişisel mülk haline getirilmekle toprağın el değiştirmesi tarımsal üretimle ilgili gerekçelere bağlı kalmamaktadır. Geçmiş dönemde boş toprakların şenlendirilmesi devlet politikası iken yeni düzenleme ile tapu sahibinin hakkı titizlikle korunmakta, miras yoluyla toprağın varisleri arasında bölünmesi mümkün hale gelmektedir. Devlet görünüşte tek taraflı olarak toprak üstündeki haklarından vazgeçmektedir (Ertürk, 1993, s. 28). Böylece köylü toprak ile olan ilişkisinde kendi başına bırakılmış bunun bir sonucu olarak ağalık, toprak ihtilaflarının oluşmasına zemin hazırlanmıştır. Bu kanun aynı zamanda 1924 tarihli köy kanunun temelini oluşturmaktadır.

Bir diğeri ise II. Meşrutiyet'in ilanıdır. Osmanlı'da Kanun-ı Esasi'nin kabulü ardından I. Meşrutiyet'in ilanı ile birlikte siyasi ve sosyal hayatta birçok farklı ideolojinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Aralarında Namık Kemal, Ziya Bey ve Ali Suavi'nin yer aldığı Birinci Jön Türk olarak adlandırılan hareketin en büyük başarısı kabul edilen I. Meşrutiyet uzun soluklu olmamıştır. II. Meşrutiyet'in ilanından sonra ikinci dönem meclisi açılmış ve çalışmalara başlamıştır. Meclis ilk olarak mebus seçim kanununu hazırlamıştır. Bu kanun ile birlikte Türk siyasal hayatının ilk çok partili seçimi olan 1908 seçimleri yapılmıştır. Seçime *İttihat ve Terakki Fırkası*, Prens Sabahattin'in telkinleriyle kurulmuş olan *Ahrar Fırkası* ve azınlık grupları katılmıştır. Ahrar Fırkası 1 Eylül 1908'de, İttihat ve Terakki'de 6 Ekim 1908'de programını yayınlamıştır. İttihat ve Terakki'nin siyasi programı birçok yönüyle Ahrar Fırkasının programıyla örtüşmekte ya da birbirini detaylandırmaktadır.

İttihat ve Terakki'nin siyasi programında bulunan 14. madde ve 15. madde köy ve köylülerle ilgilidir. 14. madde ile topraksız köylülere toprak verilerek ve düşük faiz ile kredi temin edilerek köylünün ve ekonominin kalkınması amaçlanmıştır. 15. madde ise aşar vergisi ile alakalıdır. Bu madde ile çiftçi ödemekte zorlandığı aşar vergisini tahmis usulüyle çözüleceğini ve yavaş yavaş kadastro uygulamasına geçileceği vadeliyordu. Fakat başlangıçta yapılması planlanan

bu maddeler vaatten öteye geçemedi ve uygulanmadı. Ahrar Fırkası ise 17. madde ile toprak sahiplerinin tasarruf haklarını korumayı, kadastro usulüne geçmeyi amaçlamıştır. Ayrıca Ziraat Bankalarında yapılacak düzenleme ile düşük faizli kredi teminini kolaylaştırırken 18. maddede aşar ve ağnam vergilerinin ıslahını talep etmiştir. Özellikle mali konularla ilgili olarak Ahrar Fırkası'nın siyasi programı, İttihat ve Terakki'nin programına göre daha spesifik ve çözüm geliştirmeye yönelik ifadeler içeriyordu (Gökbayır 2012, s. 87). Ayrıca her iki fırka ticaret, ziraat ve sanayi okullarının açılmasını gerektiğini ifade etmişlerdir. Zira Sanayi Devrimi'nin sonucu olarak Osmanlı'da sanayi mamulâtı fiyatları düşmüş, tarım ürünlerinin fiyatı yükselmiştir. Bunun sonucu olarak günden güne fakirleşen Anadolu köylüsünün kalkınması amaçlanmıştır.

Bu dönemde yerel ve gelenek kültürü ile ilgili aydınlar tarafından dernekler kurulmuş ve dergiler çıkartılmıştır. Türk ocağı bu derneklerden birisidir. II. Meşrutiyet döneminde aydınların teşkilatlanması ile ortaya çıkan Türkçülük akımının bir sonucu olarak Türk Derneği (1908), Genç Kalemler Hareketi (1910) ve Türk Yurdu Cemiyeti (1911) gibi cemiyetler kurulmuştur. Bu gelişme çizgisinin etkisiyle kurulan bir diğer dernek Türk Ocağı Derneği'dir. Milliyet esasına dayanan bir cemiyet kurmak amacıyla harekete geçen Askeri Tıbbiye öğrencileri, "190 Tıbbiyeli Türk Evladı" adına bir aldıkları bildiride amaçlarını şu şekilde açıklamaktadırlar. Türk Ocakları'nın amacı 1912 Nizamnamesi'nin 2. Maddesinde "... Akvam-ı İslâmiye'nin bir rûkn-ü mühimmi olan Türklerin millî terbiye ve ilmî, içtimaî, iktisadî seviyelerinin terakki ve i'lâsıyla Türk ırk ve dilinin kemaline çalışmaktır." 1918 yılında yapılan değişiklikle "Ocağın maksadı Türklerin harsî birliğine ve medenî kemaline çalışmaktır", şeklinde değiştirilmiştir. Ayrıca Ocağın amaçlarını gerçekleştirmeye çalışırken, "sırf millî ve içtimaî bir vaziyette" kalacağı, asla siyasetle uğraşmayacağı da vurgulanmaktadır (Üstel, 1997; Sarınoy, 2004). İttihat ve Terakki'nin bir parçası olarak şekillenen Türk Ocakları'nda Ahmet Ağaoğlu, Yusuf Akçura, Fuat Köprülü, Mehmet Emin Yurdakul, Halide Edip Adıvar, Hüseyin Cahit Yalçın, Akil Muhtar gibi düşünürler görev almıştır.

Bir diğeri ise Köycüler Cemiyetidir. Millî Mücadele Dönemi'nde halkı önemseyen, "halka gitmek" isteyen aydınlar tarafından 1919 yılının sancılı atmosferinde Köycüler Cemiyeti kurulmuştur. Önderliğini Halide Edip'in yaptığı cemiyete göre hükümet; köycü olmalı, halkı ve köylüyü desteklemelidir (Aydın, 2014, s. 36). Bu cemiyet ile örnek bir köy kurularak köylüyü çok yönlü bir şekilde geliştirmek amaçlanmış olsa da Anadolu'da yaşanan işgal sebebiyle faaliyetini durdurmak zorunda kalmıştır.

Bu dönemde yayın hayatına başlayan dergilerden biri olan ve Prens Sabahattin'in eski meslek arkadaşı olan Mehmet Ali Şevki tarafından 1918'de mütareke yıllarında İstanbul'da kurulan Mesleki İctimai cemiyeti aynı adla yayın hayatına başlamıştır. Fransa'daki "Science Sociale" akımının Türkiye'deki karşılığının "Meslek-i İctimai" olduğunu ve bu akımın temsilcileri olan Le Play, Edmond Demolins ve Paul Descamps'tan beri bizde de "Tecrübei sosyoloji" akımının bulunduğunu savunan Mehmet Ali Şevki Türkiye'de ilk köy monografisi çalışmalarını gerçekleştirmiştir (Sağlam, 2016, s. 239). Bütün Anadolu'yu kapsayacak şekilde anket sorularını gönderen Mehmet Ali Şevki'nin bu girişimi İzmir'in işgali ve anket yanıtlarının toplanmasından önce sona erer. Le Play sosyoloji okulunun temsilcisi olan Prens Sabahaddin, "Science Sociale", "İlm-i İctima" adlı çalışmalarında köyün eğitimi ve kalkındırılması üzerine fikirler beyan etmiştir. Ona göre toplumlar "cemaatçi teşekkül" ve "hususiyetçe teşekkül" olarak ikiye ayrılır. Doğu, "cemaatçi", Batı ise "hususiyetçi" teşekkülün etkisi altında bulunmaktadır. "Türkiye Nasıl Kurtulabilir?" adlı eserinde ise Türk köylüsünün basit tarım ve hayvancılıkla geçimini sağladığını ve cehalet içinde olduklarını belirtir. Türk köylüsünü ancak devletin yetiştirdiği aydınlardan eğitim alarak kurtarılabilceğini savunmaktadır (akt. Sağlam 2016, s. 234). Le Play, Türkiye'de dâhil olmak üzere birçok ülkeye seyahat etmiş ve köy araştırmaları yapmıştır. Onun bu yönü Cumhuriyet sonrasında ön plana çıkarılmıştır.

Osmanlı Devleti'nin dönemin siyasi ve sosyal şartlarının etkisiyle köyle ilgili yankı uyandıran ya da yeni bir görüş getiren Türk yazarı bulunmazken köy konusunun bu şekilde gündeme gelmesinde ve yaygınlaşmasında Türkiye'ye

gelen Batılıların rolü bulunmaktadır (Ertürk, 1993, s. 29). Bunlardan birisi Alexander Helphand'dır. *Parvus* takma adıyla Türk Yurdu başta olmak üzere İttihat ve Terakki'yle bağlantılı olan yerlerde yazılar yazan Alexander, 1990'lardan I. Dünya Savaşı başlarına kadar İstanbul'da kalmıştır. Parvus, Türk Yurdu'nda yazdığı makaleler yanında o dönem iki broşür de yayınlamıştır. Parvus yazılarında köylü ve devlet konusuna da değinmiştir. Çalışmalarında Batı'da yaygınlaştırmak istenen Türk köylü imajlarını da kullanmıştır. Bu imajın en önemli özelliği, "barbar Türk'ün" yanında "misafirperver Türk köylüsünün" bulunmasıdır. Parvus'un yazılarında (Ertürk, 1993, s. 31-33) devlet, köylü ve aydınlar ile ilgili yapılan değerlendirmeler ise şöyledir: Türk köylüsünün en önemli vasfı yoksulluğu ve devletin en alt kademesinde olmasıdır. Türk köylüsü savaşta canını feda ettiği gibi ağır vergiler altında da inlemektedir. Osmanlı Devleti'nin kurtuluşu büyük çoğunluğu olan köylünün tarım için çalışmasıyla olacaktır. Osmanlı köylüsünü unutmuştur. Köylü sadece vergi ve asker vermektedir. Türk aydınları da kendi ulusundan uzaklaşmıştır.

Parvus'un yazılarından kısa bir süre sonra I. Dünya Savaşı başlamıştır. II. Meşrutiyet sonrasında yaygınlaşmaya başlayan köy ile ilgili yayınlar savaşın etkisiyle kesintiye uğramıştır. Mütareke yıllarında köye başlayan ilgi Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte artmıştır.

Bu dönemde yerel, Osmanlı Devleti'nin unuttuğu, yok saydığı, kalkındırılması gereken, kentin karşısında bulunan ve tüm bunlara rağmen vatanını savunmak için canını feda eden toplumsal sınıf olarak imgeleşmiştir.

3..2.2 Cumhuriyet Döneminde Yerel ve Gelenek Kültürü İmgeleri

Cumhuriyet döneminde yerel ve gelenek kültürü ile ilgili yapılan birçok çalışmanın temeli dünyada "köycülük hareketi" olarak adlandırılan akıma dayanmaktadır. Osmanlı Devleti döneminde de bu akım her ne kadar kendini hissettirmiş olsa da dönemin siyasi şartları gelişmesine imkân tanımamıştır. Bu kısımda öncelikle Cumhuriyet aydınlarını etkileyen dünyadaki "köycülük hareketi" açıklanacaktır.

1750-1830 yılları arasında başlayan Sanayi Devrimi'nin bir sonucu olarak nüfus artışı başlamış, tarım hâkim ekonomik faaliyet olma özelliğini kaybetmiş sanayi ve hizmet sektörleri önemli hale gelmiştir. Tarımsal alanlarda verimin azalmasıyla birlikte köyden kente göçler başlamıştır. Bu durumun görünür sonuçların biri olarak Batı dünyasının şehir toplumu haline gelmesi olduğunu belirten Yılmaz'a göre (2013) sürekli teknolojik gelişme bir kural haline gelmiş, üretimde makineleşme yaygınlaşmıştır. Gelir dağılımı değişmiş, sanayiciler ve bankacılar kesin kazanç sağlarken topraklarından koparılıp işçi olan köylüler gelir kaybına uğramıştır. Geçmişin aristokrasisinden farklı olarak yeni sınıflar doğmuştur. Sanayi devriminin süreç içerisinde en önemli etkisi belki de kendisinin de çıkış noktası olan kapitalist düzen olmuştur (2013, s.13).

19. yüzyılda köylerdeki nüfus artışının durmuş, yiyecek ve hammadde yetiştiriciliği azalmıştır. Bu durum 20. yüzyılda Avrupa'yı telaşa düşürmüş çözümü toprak mülkiyet ıslahı, köy mektepleri ve zirai kooperatifler açmakta bulmuşlardır.

Köycülük ve benzeri düşünceler 19. yüzyılın sonlarından itibaren gelişmiş kapitalist ülkelerde gözlemlenmeye başlamıştır. Bu durum kuşkusuz kentleşmenin ve özellikle de sanayileşmenin eskimiş toplumsal yapıları, tarzları, değerleri, kültürleri ve birçok diğer etmeni kökünden değiştirmeye başlamıştır. Bir başka deyişle köycü düşünceler kentleşmeye ve sanayileşmeye doğrudan bir tepki olarak gündeme gelmiştir. Bu nedenle de kapitalist gelişmelerin ileri aşamasındaki ülkelerde köycü akımların en belirgin özellikleri tepkisellikleri ve yüzlerinin "geçmişe dönük" olmasıdır. Özellikle bir kriz dönemi olan 1930'larda bu tür düşünceler tüm dünyada daha da yaygınlaşmıştır (Karaömerlioğlu, 2001, s. 284).

Dünyada köylülük ve köylü sorununa dair çalışmalar, her ne kadar Le Play'in aile monografileri ile başlamış olsa da ilk çalışmalar, 1800'li yılların sonunda öncelikle Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkmış (1892'de Chicago Üniversitesi'nde, Amerikan Sosyoloji Derneği önderliğinde) daha sonra Avrupa'da çalışılmıştır. Bu yüzyılda yapılan çalışmalarda, köylülük ya geçici bir olgu ya da var olmayan (yapay) bir sorun olarak görülmüştür.

Köylü sorunları ve köylülüğün ilk ortaya konulduğu ve tartışıldığı dönem 20. yüzyılın başlarındadır. 20. yüzyıl boyunca görece daha az kapitalistleşmiş ülkelerde köycülük farklı nedenlerle gündeme gelmiştir. Özellikle de 1917 Rus Devrimi ve Birinci Dünya savaşı sonrası Doğu Avrupa'yı kasıp kavuran köylü ayaklanmalarının yarattığı etki köy ve köylüye olan ilgiyi arttırmıştır (Karaömerlioğlu, 2001, s. 285).

Batı'da kentleşmeye tepki olarak ortaya çıkan köycülük akımının etkisi ve bu doğrultuda yapılan çalışmalar ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Kapital düzenin getirdiği yenilik ve değişimin etkisi altında kalan Amerika, süreç içerisinde kötü gidişatın farkına varmış ve sanayiye köylere taşıyarak olumsuz etkilerden kurtarmaya çalışmıştır. Sanayi kollarının köylerde üretime başlaması ile dünyada birçok ülkenin başaramadığını başarmıştır. Diğer ülkelerin aksine Amerika'da büyük merkezlerin nüfusları azalmış, köy nüfusu artmıştır. (Yılmaz, 2013, s. 5).

Japonya'da ise Japon köylüleri hem ziraat hem de sanayi işlerinde çalışmaktadır. Fabrika sanayisini köyleştirebilen Japonya, ihracatının yarıdan fazlasını buralardan almaktadır (Köymen, 1939). Benzer bir şekilde Meksika, köyü kurtarma ve yükseltme bakımından örnek teşkil edebilecek birçok çalışma yapmıştır. *Seyyar Sanat Öğretme Düşüncesi, Köylü Hanı, Köy Muallim Okulları, Kültür Heyetleri* bu çalışmalardan bazılarıdır (Köymen, 1939).

Danimarka'da 1865-1870 senelerinde "köylü" kelimesi pislik, sarhoşluk, tembellik, cahillik, gerilik, taassup, akılsızlık manalarını toplu olarak ifade ediyordu. Köylünün bu durumu karşısında şehirli münevverlerin bir kısmı yabancı kültürlerin etkisinde kozmopolit züppeler haline gelmekte, bir kısmı kötümserlik dermansızlığı içinde uyuşmakta çok ufak bir zümre de vatani bu ümitsiz halden kurtarmak için çabalamakta idi. Memleketini kurtarmaktan ümidi kesmeyen ve çalışmaktan yılmayanların başında Grundtvig gelir (Akt, Akın, 2021; Köymen, 1960, s.44). Köy ve köylünün yaşam şartlarını iyileştirmek için yapılan bu çalışmalar maddi ve iktisadi olarak yeni oluşumlara zemin hazırlamıştır. Tarım, hayvancılık, balıkçılık vd. alanlarında kooperatifçiliği ortaya çıkarmıştır.

Cumhuriyetin ilk yıllarında yerel ve gelenek kültürüne duyulan ilginin temelinde Atatürk'ün 1922 yılında bir konuşması sırasında sarf ettiği: Türkiye'nin sahibi ve efendisi kimdir? Bunun cevabını derhal birlikte verelim: Türkiye'nin gerçek sahibi ve efendisi, hakiki üretici olan köylüdür. O halde, herkesten daha çok refah, saadet ve servete hak kazanan ve layık olan da köylüdür (Atatürk'ün Söylev ve Demeçleri, 2006, s. 219) sözü yer almaktadır. Bu dönem “modern bir ulus-devlet” yaratımı amaçlanmıştır. Osmanlı Devleti'nin aksine “sınıfsız, imtiyazsız, kaynaşmış bir kitle” olarak idealiz edilen Cumhuriyet döneminde halk kavramı millet kavramı ile bir tutulmuştur. Osmanlı Dönemi'nin taşrası olan Ankara Cumhuriyet'in merkezi olmuştur. Mustafa Kemal Atatürk başta olmak üzere devlet yöneticileri ve aydınlar bu dönemin aktörlerdir. Yöneticiler gerekli reformları yaparken aydınlar ise devlet ve halk arasındaki bağı kurmaktan sorumluydular.

Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinden itibaren yerel önemli bir konu haline gelmiştir. Özellikle Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte yerel; dergi, kitap, monografi, roman gibi türler başta olmak üzere birçok edebi ve siyasi söylemin içerisinde yer almıştır. Cumhuriyet Döneminde tarıma dayalı bir kalkınma, ulusalcı, sınıfsız bir toplum, şehir karışıklığı ve otoriter bir devlet fikri gibi bileşenleri olan Köycülük Hareketi, köylülerden çok, şehirlilerin konuyla ilgili ideolojik tahayyüllerinin kurgularının ve kültürel tasarımlarının uzantısı olarak belirlenmiştir (Fındıklı, 2014, s. 341). Bu dönemde köyün ve köylünün kalkındırılmasında araç olan çalışmalar bu bölümde kanunlar, kongreler vd. olarak ele alınmıştır.

17 Şubat 1923 tarihinde İzmir'de gerçekleştirilen ilk iktisat kongresidir (İnan, 1989). Kongreye ziraat, sanayi, ticaret ve işçi zümreleri katılmış ele alınan konular çiftçi, tüccar ve sanayi grubu olarak sınıflandırılmıştır. Çalışmamız kapsamında Kongre kararlarından çiftçi grubu ile ilgili kararlar ele alınmıştır. Toplumun her kesimi ile birlikte topyekûn bir kalkınmayı amaçlayan kongrede çiftçi grubunun iktisadi esasları, Cumhuriyet'in ilk yıllarında yerel ile ilgili çalışmalarda önemli bir yer tutmaktadır.

Kongrede çiftçilik ile ilgili alınan kararlardan ilki reji idaresinin kaldırılmasıdır. Gerçekleştirilmesi planlanan diğer kararlar ise şöyledir: Köylü, tarım ve eğitim

alanında geliştirilmelidir. Bu doğrultuda öncelikle tarımın gelişmesine katkı sağlayacak kitap ve dergiler basılmalı ve ücretsiz dağıtılmalıdır. Birbirine yakın köyler arasında bir gece okulu açılmalı burada okuma yazma eğitiminin yanında basit tarım dersleri öğretilmeli. Tarımı geliştirmek amacıyla Anadolu'da ziraat okulları açılmalı. Kongrede köy öğretmenlerine de önemli görevler verilmektedir. Öncelikle köy okullarının beş dönümlük bahçesi olmalı. Bu bahçede sebze, meyve ve çiçek yetiştirmeli. Ayrıca iki ineklik fenni bir ahır, kümesi, yeni usul arılığı olmalı. Öğretmen bütün bu işleri köy çocukları ile birlikte yapmalıdır. Böylece köy çocuklarının da gelişmiş tarım ve hayvancılığı öğrenmeleri kolaylaşacaktır. Köyde bunları en az bir sene yapacak öğretmenler görevlendirilecektir. Sadece köyde değil askerî karargâhlarda tarım eğitimi ve okuma yazma eğitimi verilmelidir. Köylülere lazım gelen bilgiyi vermek amacıyla sinema filmleri gösterilebilir. Tüm bu kararları köylüye en hızlı şekilde anlatmak ve uygulamaya geçirmek için Ziraat Mekteplerinin kurulmasına karar verilmiştir. Asayiş Meselesi kısmında köylünün ve köyün güvenliğinin nasıl sağlanacağı ile ilgili usul ve esaslar belirlenmiştir. Asayişin gerçekleşmesi için öncelikle eğitim ile cahilliğin ortadan kalması gerektiği vurgulanmıştır.

Özellikle çiftçi grubunu olumsuz etkileyen Aşar vergisi kaldırılmıştır. Kongrede Ziraat Bankası ve İtibar-ı Zirai Meseleler ele alınmış ve öncelikle hükümetin Ziraat Bankası'ndan aldığı paraları ivedi olarak iade etmesini ve Ziraat Bankası sermayesinin başka bir tarafa yönlendirilmemesi kararlaştırılmıştır. Seferberlik boyunca köylüden alınan hayvan, hububat ve iâşe zahiresi bedellerinin ve bunlardan başka bulunan harcamaların hükümetçe ödenmesi kabul edilmiştir.

Kongrede köy yollarının yapımı dönemin Nafia (Bayındırlık) ve İktisat uzmanlarına bırakılmıştır. Köylerden kasabalara, istasyon ve vilayet merkezlerine yapılacak yollar için mühendis ve kondöktör tayin edilmesi ve yolların yapımı için gereken malzemelerin tedarik edilmesi için hazırlıklara başlanmıştır. Ayrıca ormanların korunması, çoğaltılması, yeniden arazinin ormanlaştırılması gerektiği ele alınan diğer bir meseledir. Köylüler, aletlerini ve binalarını yapabilmek için ihtiyacı kadarını belirlenen ormanlardan ağaç keserek giderebilmektedir. Mezarlıklarının duvarlarla çevrilmesi ve buralara da ağaç dikilmesi belediyelerin sorumluluğuna verilmiştir. Anadolu'nun her tarafına

iklimine uygun ağaçların dikilmesi, ağaç bayramlarında öğrencilerin, köylülerin ağaç dikmeye mecbur tutulması, ipek kozası mahsulü için dut bahçelerinde ağaç kesilmesinin durdurulması alınan diğer kararlardandır.

Ziraatta Hayvan Meselesi kısmında hayvanların ıslahı ve çoğaltılması ile ilgili çalışmaların başlatılması gerektiği belirtilir. Aşı ve çeşitli yollarla hayvanların salgın hastalıklardan korunması, damızlık hayvanların kesilmemesi, boyunduruk kağnı arabalarının ıslahı gibi birçok konuda köylüyü çeşitli yollardan bilgilendirme amaçlanmıştır. *Çiftçiliğe Ait Bazı Maddeler* kısmında bataklıkların, tıkanmış derelerin, harkların temizlenmesi ve ıslahı, sulamaya ihtiyaç duyulan arazilerin ihtiyaçlarının giderilmesi, seyyar sıhhiye teşkilatının yapılması, ülkemizdeki tarım ve hayvancılığın yabancı girişimlere karşı korunması, ölçü ve tartı yönteminin ülke genelinde birleştirilmesi, mevcut göllerde ve özel havuzlarda balık yetiştiriciliği, yeni usul arı yetiştiriciliği, meyve ağaçlarının, bahçelerinin çoğaltılması ve teşvik edilmesi, göçebe aşiretlerin yerleşik hale geçirilmesi, pancar yetiştirilmesi, var olan ağaçların aşılması ele alınan diğer konulardır.

Son olarak Ziraatta Makine Meselesi de ele alınmıştır. Avrupa ve Amerika'daki uzmanlar eşliğinde çalışmaların yürütülmesi ile Anadolu topraklarına, yetiştirilen tarım ürünlerine uygun makineleşme çalışmaları başlatılması kararlaştırılmıştır. Makinelerin tamiri gerektiğinde bunun için ustalar ve tamirhaneler bulundurulması gerekliliği, basit tarım aletleri yapacak fabrikaların açılması, tarım için lazım gelen petrol ve benzin için gümrükten istisnası diğer önerilerdir.

Bu dönemde yereli kalkındırma amacıyla 1924 Tarihli Köy Kanunu çıkartılmıştır. Cumhuriyet'in ilanından sonra topyekûn bir kalkınma politikasının gereği olarak köy ve köylüye önem verilmiştir. Fakat köy ve köylü ekonomik, zirai, sağlık ve eğitim başta olmak üzere birçok alanda sorunlara sahipti. Büyük bir kısmı okuma yazma bilmeyen köylüler ilkel metotlarla tarım yapmaktaydı. Ayrıca yol, elektrik, içme suyu, kötü sağlık şartları gibi birçok eksikliği bulunmaktaydı. Bu doğrultuda yapılan ilk ve önemli çalışma 1924 tarihli ve 442 sayılı Köy Kanununun çıkarılması olmuştur. 1924 tarihli Köy Kanunu, Cumhuriyetin modernleşmesi ve imâr projesinin bir parçası olarak ortaya çıkmış ve bununla

birlikte Cumhuriyetin özlem duyduğu ideal köyünün kurulması amaçlanmıştır (Geray, 1974, s. 5). 1924 tarihli Köy Kanunu ile parçalar halinde bulunan köyleri nüfus siyaseti ile çoğaltmak amaçlanmıştır.

1924 tarihli Köy Kanunu'na göre (URL 5) nüfusu iki binden aşağı olan yurlara köy; nüfusu iki bin ile yirmi bin arasında olanlara kasaba, yirmi binden çok olanlara kent denmektedir. Köy ve kent ayrımını yapan kanun, köylerin sınırlarının her köyün ihtiyar meclisi tarafından hangi ölçütler dikkate alınarak çizilmesi gerektiğinden ayrıntılı olarak bahsetmektedir. Kanun ile birlikte köye ait olan işler zorunlu ve köylünün isteğine bağlı olarak ikiye ayrılmıştır. Zorunlu işlere yapılmadığı takdirde doğrudan ceza verilirken isteğe bağlı işlerde ceza yoktur. Fakat zorunlu olmayan bu işler köy derneğinin yarısından çoğunun ve vali ya da kaymakamın rızası alınırca köylü için mecburi olur, yapılmadığı takdirde ceza uygulanır.

İmece ve köy parası üçüncü fasılda yer almaktadır. Bu kısımda ikinci faslın konusu olan köy işlerini yaparken kullanılacak olan paranın nasıl temin edileceği anlatılmaktadır. Öncelikle köydeki işlerin birçoğunu köylü birleşerek imece usulü ile yapar. Kanuna göre köy geliri, köy işlerini gören aylıklı adamların aylıklarına ve köy içinde yapılacak işlere yetmezse üst sınır belirlenerek ihtiyar heyeti tarafından köyde oturanlara ve köyde maddi alakası bulunanlara salma salınmaktadır. Ayrıca yine bu kısımda köy parası olarak nitelendirilecek işler belirlenmiştir.

Dördüncü fasılda köy muhtarının ve ihtiyar azalarının seçilmesi yolu hakkındadır. Buna göre her köyde köy derneği, köy muhtarı ve ihtiyar meclisi bulunur. Köy muhtarında ve ihtiyar heyetinin seçilmesindeki şartlar anlatılmaktadır. Muhtarın görevleri ise beşinci fasılda işlenmektedir. Muhtarın işleri devlet işleri ve köy işleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Ayrıca ihtiyar meclisinin göreceği işlerden bahsedilmektedir.

İhtiyar meclisinin nasıl seçileceği ve görevlerinin ne olduğu açıklandıktan sonra altıncı fasılda göreceği davalardan bahsedilmektedir. Kanuna göre ihtiyar meclisi köylünün iki tarafın uzlaşmasıyla bitirilebilen her türlü işleri görürler. Yedinci fasılda davaların nasıl görüleceği detaylandırılmıştır.

Sekizinci fasılda köy korucularının vazifesi, köy koruyucusunda bulunması gereken nitelikler, sahip olduğu haklar, mesleğinin sağladığı imkanlar anlatılmıştır. Köy imamlarının niteliklerinden, görevlerinden dokuzuncu fasılda bahsedilmiştir. Onuncu fasıl müteferrik maddelerden oluşmaktadır.

1924 tarihli köy kanunu başta muhtar ve ihtiyar heyeti olmak üzere köy koruyucularına ve köylüye geniş sorumluluklar yüklemektedir. Muhtar ve muhtara bağlı köy korucusu köyün huzurunu, güvenliğini sağlamak, devletin otoritesini desteklemek, köydeki eğitim ve sağlık işlerinin devam etmesini sağlamak, hekim olmayanların ve üfürükçülerin hastalara ilaç yapmasını menetmek ve hükümete haber vermek gibi görevleri vardır. Köyde yapılacak her türlü zorunlu ya da zorunlu olmayan işlerde ödenek devlet tarafından değil bizzat köylüden ve köylünün yapacağı işlerden kazanılmaktadır.

Cumhuriyet döneminde kalkınmanın gerçekleştirilmesinde kanunlar kadar eğitimin de önemli olduğu kabul edilmiştir. Bu doğrultuda yapılan çalışmalardan ilki Köy Enstitüleri'nin kurulmasıdır.

Kültürel mirasın sonraki kuşaklara aktarılmasını sağlayan eğitim toplumların kalkınmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu durumun farkında olan Atatürk, Kurtuluş Savaşı'nın ilk yıllarında bile, ülkeyi çağdaş medeniyete ulaştıracak milli eğitim sistem ve kurumlarını araştırmaya başlamıştır. Mustafa Kemal Atatürk daha 1 Mart 1922'de, TBMM'nin açılış konuşmasında, köylünün eğitim olanaklarından yararlanmasının gerekliliğine şöyle değinmiştir: "...Bu memleketin gerçek sahibi ve sosyal yapımızın ana unsuru köylüdür. İşte bu köylüdür ki, bugüne kadar eğitim nurundan yoksun bırakılmıştır. Bundan dolayı, bizim uygulayacağımız eğitim siyasetinin temeli, ilk önce var olan cehaleti yok etmektir. Ayrıntıya girmekten çekinerek bu düşüncelerimi birkaç kelime ile açıklamak için diyebilirim ki, genel olarak bütün köylüye okumak, yazmak ve vatanını, milletini, dinini, dünyasını tanıtacak kadar coğrafya, tarih, din ve ahlak ile ilgili bilgiler vermek ve dört işlemi öğretmek eğitim programımızın ilk amacıdır." (Atatürk'ün Söylev ve Demeçleri, 2006, s.318). Ayrıca 16 Temmuz 1921'de Maarif Kongresi'nin toplanması Atatürk'ün eğitime verdiği önemin göstergelerinden biridir.

Eğitimin ulusal nitelikli olması gerektiğini savunan Atatürk, aynı zamanda diğer ülkelerin eğitim ile ilgili uygulamalarını incelemek için çalışmalar yürütmüştür. Bu doğrultuda 1920'lerde ABD, Almanya, Sovyetler Birliği hatta –koşulları bize benzediği için- Bulgaristan gibi ülkelere uzmanlar gönderilerek pek çok araştırma yaptırmıştır. Pestalozzi, Kerschensteiner ve Dewey gibi pedagoji uzmanları ile çalışmış, ABD'li pedagog Kirby gibi eğitimcileri Türkiye'ye davet ederek görüş ve önerilerini almıştır (Çankaya, 2013, s. 479). Bu görüşler doğrultusunda yaptığı çalışmalardan ilki 1 Kasım 1928 tarihinde yeni Türk harflerinin kabulüydü. Yeni harflerin kabulünü ve okuma yazma oranını arttırmak için yurt genelinde Millet Mekteplerini (Ulus Okulları, Halk Dershaneleri) kurdu. Açılan bu okullarda okuma yazma eğitiminden başka kıraat, tahrir, hesap, sağlık ve yurt bilgisi dersleri verilmekteydi. Bu okullarda 1928-1950 yılları arasında 1,5 milyondan fazla yetişkin belge almıştır.

Köyün sorunları eğitim yoluyla çözmek için yapılan ilk çalışmalardan birisi 1926 yılında Kayseri ve Denizli'de öğretmen yetiştirmek amacıyla kurulmuş olan "Köy Muallim Mektepleri"nin açılmasıdır. Türkiye'de çocuk eğitimine öncülük eden bu okul Dr. Reşit Galip'in Milli Eğitim Bakanı (1923-1933) olduğu dönemde açılmıştır. Dr. Reşit Galip, eğitim sorununu çözmek amacıyla ayrıca Ziraat ve Sağlık Bakanlıklarıyla iş birliği yapmıştır. Eğitim ve üretim sürecinin iç içe olduğu Köy Muallim Mektepleri, 1933 yılında diğer öğretmen okullarından bir farkı olmadığı ve eğitimde ikiliğe düştüğü gerekçesiyle kapatılmıştır (Akdere ve Yıldız, 2017). Cumhuriyetle birlikte girilen köye hizmet çabaları ya köylünün beklentilerine uymadığı ya da becerilemediği için yarım kalmıştır. Başarı için köylünün dilinden anlayan yeni bir aydın tipine gereksinim vardır. Bu da köylünün kendi içinden çıkabilecektir (Aysal, 2005, s. 270). Tonguç'a göre (1946) köy meselesi sadece kalkınma hareketi değildir aynı zamanda şuurlu olarak köyün içten canlandırılmasıdır. Köy ve köylü için öyle eğitim ve kalkınma programları hazırlanmalı ki bir daha aciz, güçsüz bırakılmasın ve istismar edilmesin. Asıl önemli olan Cumhuriyet şuurunu tüm köyde aksiyon alabilecek şekilde uyandırmaktır. Böylece Enstitüler köyün eğitim sorununu çözmekle birlikte aynı zamanda köyün içeriden değiştirilmesi suretiyle modernleşmesini sağlamayı amaçlamaktadır.

Dönemin Millî Eğitim Bakanlığına getirilen Saffet Arıkan, İsmail Hakkı Tonguç'u, İlköğretim Genel Müdürlüğü'ne atamıştır. 20 yıllık bir plan taslağı hazırlayan Tonguç'un planına göre 1954 yılına kadar öğretmen, tarım teknisyeni, sağlık hizmeti ulaşmamış köy kalmayacaktır. Planını uygulamak için ilk olarak askerliğini yapmış ve okuma yazma bilen gençlerden bir grubu “eğitmen” adını vererek köylere “geçici öğretmen” sıfatıyla görevlendirilmelerini sağlamıştır. 1936 yılında bu eğitmenler için Eskişehir'in Çifteler Çiftliği'nde dört aylık bir kurs açmıştır. Kursları tamamlayarak Ankara köylerinde görevlendirilen ilk 84 eğitmen başarılı olmuş ve kısa bir süre içinde eğitmen kursları ülkenin birçok şehrinde açılmıştır (Aysal, 2005). Ancak bir süre sonra köylüye sadece okuma yazma öğretmenin yeterli olmayacağını bu yüzden köye çok yönlü elaman yetiştirilecek kurumların açılmasına ve bu kurumlara “Köy Enstitüsü” adının verilmesi kararlaştırılmıştır.

1940 yılında Köy Enstitüleri Kanunu ile Maarif Vekilliğince açılması kararlaştırılan Köy Enstitülerinin amacı, yöntemi, işleyişi şu şekilde açıklanmıştır: Köy Enstitülerine köy ilkokullarını bitirmiş sağlıklı ve müsait çocuklar seçilerek alınır. Bu çocuklar eğitim süresi beş yıl olan Enstitülerde eğitime tabi tutulur. Eğitim sonucunda öğretmen olamayacağına kanaat getirilen öğrencilerin hangi mesleğe yönlendirileceği yine Maarif Vekilliğince belirlenir. Enstitülere devam eden öğrencilerin sağlık sebebi haricinde enstitülerden ayrıldıklarında ya da çıkarıldıklarında eğitim süresinde yapılan tüm masraf kendilerinden ya da kefillerinden tahsil edilmektedir. Enstitülerden öğretmen olarak mezun olanlar atandıkları yerde yirmi sene çalışmaya mecburdurlar. Eğer öğretmenler mecburi hizmetlerini tamamlamadan görevlerinden ayrılırlarsa, Devlet memuriyetlerine atanamazlar ayrıca Enstitüde bulundukları zamana ait masrafın iki katını kendilerinden ya da kefillerinden tahsil edilir. Öğretmenler, atamaları yapılan köyün eğitim ve öğretim işlerinden sorumludur ve tarla, bağ, bahçe, atölye gibi bir tesisler aracılığıyla köylüye modern tarımın nasıl yapılması gerektiğini gösterir. Kanunda öğretmenlerin maaşı da belirlenmiştir. Öğretmenler, ayda 20 lira maaşla görevlerine başlarlar. Maaşları altıncı yılın başında 30; on beşinci ders yılı başında 40 liraya çıkartılır. Öğretmenlerin ücretleri ve yol masrafları Maarif Vekilliği'nin bütçesi ile

karşılır. Ayrıca bir defaya mahsus olmak üzere öğretmenlere teçhizat bedeli olarak 60 lira verilir. Öğretmenlere, üretime faydalı olan aletler, ıslah edilmiş tohumlar, tarımsal faaliyetlerde kullanılan hayvanlar, cins fidanlar atandıkları okulların demirbaşına kaydedilmek suretiyle devlet tarafından ücretsiz olarak verilir. Ayrıca öğretmen, Köy Kanunu'na göre tarıma elverişli araziden satın alma hakkına sahiptir. Böylece ailesinin geçimini sağlamakla birlikte aynı zamanda öğrenciler için uygulamalı dersler yapma imkânı bulacaktır. Öğretmenlerin, okul adına meydana getirdikleri mahsul, hayvan ve binalar kuraklık, sel, yangın, salgın hastalık gibi çeşitli sebeplerle zarar görürse Maarif Vekilliği tarafından zararı karşılanır. Öğretmenler ve gezici başöğretmenler ilk tedrisat müfettişleri tarafından teftiş ve takip edilmektedir. Öğretmenin tayin edileceği köyün okulu ve öğretmenin kalacağı ev Köy Kanunu çerçevesinde ilk tedrisat müfettişleri, gezici başöğretmenler ve muhtar heyeti tarafından yaptırılır. Öğretmenin tayin olacağı köye en az üç yıl önceden bildirilir. Öğretmen köye gitmeden okul ve öğretmenin kalacağı ev tamamen bitirilir. Köy okulları binalarının tamiri ve okulun daimî masrafı ise köy ihtiyar heyeti tarafından temin edilir. Köy Enstitülerine öğretmen olarak atanacak kişilerin mezun olması gereken okullar ise şöyledir: Yüksek okullar, Üniversite fakülte mezunları, Gazi Terbiye Enstitü mezunları, Öğretmen okulu mezunları, ticaret liseleri ve orta ziraat okulları mezunları, erkek sanat okulları ve kız enstitüleri mezunları, Köy Enstitüleri mezunları, inşaat usta okulları ve bunlardan başka her türlü teknik ve mesleki okulları mezunlarıdır.

17 Nisan 1940 tarihinde 3803 sayılı yasanın çıkarılmasıyla birlikte Köy Enstitüleri açılmıştır. İsmail Hakkı Tonguç, bu sistemin hem kuramcısı hem de kurucusudur. Eskişehir Çifteler, İzmir Kızılçullu, Kırklareli Kepirtepe ve Kastamonu Gököy Öğretmen Okulları Köy Enstitülerine dönüştürülmüştür. 1940 yılında: İzmir-Kızılçullu Köy Enstitüsü, Eskişehir-Çifteler Köy Enstitüsü, Lüleburgaz-Kepirtepe Köy Enstitüsü, Kastamonu-Gököy Köy Enstitüsü, Malatya-Akçadağ Köy Enstitüsü, Antalya-Aksu Köy Enstitüsü, Samsun (Ladik)-Akpınar Köy Enstitüsü, Adapazarı-Arifiye Köy Enstitüsü, Trabzon (Vakıfkebir)-Beşikdüzü Köy Enstitüsü, Kars-Cilavuz Köy Enstitüsü, Bahçe-Düziçi Köy Enstitüsü, Isparta- Gönen Köy Enstitüsü, Balıkesir-Savaştepe Köy Enstitüsü,

Kayseri-Pazarören Köy Enstitüsü kurulmuştur. 1941 yılında: Ankara-Hasanoğlan Köy Enstitüsü, Konya(Ereğli)-İvriz Köy Enstitüsü; 1942 yılında: Sivas (Yıldızeli)-Pamukpınar Köy Enstitüsü, Erzurum-Pulur Köy Enstitüsü; 1944 yılında: Ergani-Dicle Köy Enstitüsü, Aydın-Ortaklar Köy Enstitüsü; 1948 yılında: Van-Erciş Köy Enstitüsü kurulmuştur (Akandere, 2017).

Karma eğitim yapılan Enstitülerde iş içinde eğitim ilkesi benimsenmiştir. Türkçe, matematik, tabiat bilgisi, musiki, coğrafya, kooperatif, tarih gibi derslerin yanı sıra bağcılık, sebzeçilik, tarla ziraatı, hayvan bakımı, balıkçılık, ağaççılık, dülgerlik, dokumacılık, arıcılık, marangozluk, demircilik gibi derslere yer verilir. Köyün ekonomik, sağlık, kültürel açıdan gelişimine yönelik eğitim programı hazırlanmakla birlikte aynı zamanda öğrencinin kişiliğinin gelişmesine yönelik çalışmalar da yapılmıştır. Enstitüler, sadece öğretmen yetiştirmekle kalmamış aynı zamanda sağlık, tarım, el sanatları alanında yetkinlik kazanan teknikerler de yetiştirmiştir.

Köy Enstitüleri 1946 sonrası çok partili hayata geçiş sürecinde yaşanan kutuplaşmalar arasında, millî değerlere önem vermeyen bir nesil yetiştirmek, solculara yuva olmak gibi suçlamalara hedef oldular ve 1954 yılında DP hükümeti tarafından kapatıldılar (Öztürkmen, 2026, s. 68).

Cumhuriyetçi ideolojinin yaygınlaştırılması ve halkın topyekûn eğitilmesini kolaylaştırmak için yapılan yeniliklerden birisi de Halkevleri'nin açılmasıdır. Halkevleri ile insanlara yeni rejimin getirdiği sosyal, siyasi, kültürel değişiklikleri aktarma ve öğretme amaçlanmıştır.

Halkevleri, 19 Şubat 1932 yılında Cumhuriyet Halk Fırkası (CHF)'nin bir kültür şubesi olarak kurulmuştur. İlk olarak Eskişehir, Afyon, Ankara, Bolu, Aydın, Diyarbakır, Çanakkale, Denizli, Bursa, Eminönü, Eskişehir, İzmir, Malatya, Konya ve Samsun'da açılmıştır. Halkevleri'nin sayıları 1933'te 55; 1935'te 103; 1938'de 210; 1940'da 379; 1945'te 438; 1946'da 455, 1950'de 478'e yükselmiştir. Yayın organı olarak "Ülkü", "Yeni Türk", "Görüşler", "Taşpınar", "Ülker", "Ün", "İnanç", "Fikirler", "Doğuş", "Ortayayla" dergisini ve Yurt gazetesini kullanılmıştır.

Eğitimi yaygınlaştırmak amacıyla kurulan Halkevleri aynı zamanda Cumhuriyet'in kazanımlarını şehirlie ve köylüye konferans, kutlama, sinema, tören, kurs gibi çeşitli faaliyetler aracılığıyla anlatmış, böylece köylü ve şehirlinin kaynaşmasını kolaylaştırmıştır.

Çeçen, Halkevlerinin kuruluş amaçlarını şöyle özetlemektedir: Ulusu bilinçli, birbirini anlayan, birbirini seven, ortak ideale bağlı bir halk kitlesi düzeyinde örgütlemek; kültür, ülkü, amaç ve düşünce birliğini güçlendirecek bir toplum olmayı sağlamak; ulusal birliği oluşturan, ulusal ruhu biçimlendiren ve güçlendiren kültür öğeleri ortaya çıkarıp geliştirmek; köylü ile kentli, köylü ile aydın zümreler arasındaki ilişkileri düzenleyerek geliştirecek köycülük çalışmalarının yürütülmesi, Cumhuriyet Halk Partisi'nin ana ilkelerini ve bunların ülke düzeyinde nasıl uygulandığını anlatmak için kullanılan merkezdir. (2018, s. 121). Halk okulları ile halkın bilinçlendirilmesini amaçlayan Halkevleri, dokuz çalışma koluna ayrılmıştır: Dil, Edebiyat ve Tarih, Güzel Sanatlar, Temsil, Spor, Sosyal Yardım, Halk Dershaneleri ve Kurslar, Kütüphane ve Yayın, Köycülük, Tarih ve Müze.

Halkevlerinin talimatnamesinin 104. maddesi köycülük kolunun görevini şöyle anlatır: "Köycülük kolunun esas vazifesi köylerin sosyal, sıhhî bedeni gelişmelerine ve köylü ile şehirli arasında, karşılıklı sevgi ve tesanüt duygularının kuvvetlenmesine çalışmaktır.

Köylü ve şehirli arasında dayanışma duygusunu güçlendirmeyi amaçlayan Halkevleri Köycülük Şubesi aynı zamanda köylerin iktisadi, sağlık ve sosyal açıdan gelişmesi için birçok faaliyet gerçekleştirmiştir. Köy gezileri düzenlemek, köylüye okuma yazma öğretmek, köylünün ihtiyaçlarını gidermek, sanatsal faaliyetlerle halkı bilinçlendirmek gibi amaçlarla hareket eden Halkevleri köylülere köy gezileri aracılığıyla, sıhhî konular, ağaçlandırılma, köyde yetiştirilen ürünler ve hayvancılık konusunda pratik bilgi vermiştir.

Bu dönemde hem yerelin eğitilmesi hem de gelenek kültürünün kayıt altına alınması amacıyla birçok çalışma yapılmıştır. 1924'le birlikte köy konulu dergi, kitap gibi birçok yayın hazırlanmıştır. Fakat 1929'dan sonra canlılık kazanmıştır. Ertürk'e göre harf değişikliği öncesinde köy temalarını ele alan çalışmalardan

bahsetmek güçtür. Tarım konulu kitap yayını da ders kitabı, ziraat alet makine tanıtımı, kullanımı, zirai kredi mevzuatı türü çok teknik düzeyde ve birkaç adedi geçmemektedir. 1923-29 arası dönem köyle ilgili söylenebilecek şey, belli uygulamaların olduğudur (1993, s. 45). Bu dönemde yayınlan diğer çalışmalar ise şöyledir:

1930'la birlikte "Toprak nedir? Nasıl İşlenir?". Hayvancılık ve ormancılık ile ilgili kitaplar. Zirai raporlar.

1931, Balıkçılık. "Halka Mahsus İktisat Bilgisi", "Ali İktisat Meclisi Raporları". M. Belin ve M. Ziya'nın "İktisat Tarihi Hakkında Tetkikler", "I. Ziraat Kongresi"

1931 buyruklar ya da öğütler kitapları yayın hayatına başlar. "İyi Fındık Yetiştir!", "İyi Tütüncü Ol!" ya da "Çiftçilerimize Sebze Ziraatı Hakkında Öğütler"

1931, Şevket Süreyya'nın "Cihan İktisadiyatında Türkiye'si"

1933'te Şevket Süreyya "İktisat Mücadelesinde Köy Muallimi" M. Ete'nin "Balkan İktisadiyatı"

1934'ten itibaren bitki ve hayvanlardan farklı olarak madenlere yer verilmektedir.

1934'te İ. Hüsrev Tökin'in "Türkiye'de Köy İktisadiyatı"

1936 yabancı uzmanların ve öğretim üyelerinin dâhil olduğu yıllardır.

1936 I. Ziraat ve Köy Kalkınma Kongresi

1938 yılında diğer yıllara paralel olarak, köylünün üretim gücünün, geçim durumunun tespitine yönelik kitaplar bulunmaktadır. "Türk Ziraat Tarihine Kısa Bir Bakış", "Osmanlı ve Cumhuriyet Devrinde Köyün ev Köylünün Vaziyeti", "İthalat ev İhracatın Çiftçiler Üzerindeki Tesirleri".

Mehmet Nuri Alpay ise "Köy Davamız ve Köyün İcyüzü" (1952) adlı eserinde Osmanlı Devleti'ndeki köy ile Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren köy hayatında meydana gelen değişimlere yer vermiştir.

Fikret Otyam, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesindeki köylerde yaptığı mülakatları "Gide Gize (1996)" adlı eserinde toplamıştır.

Nusret Köymen'nin "Halkçılık ve Köycülük", "Meksika'da Köycülük", "Köycülük Rehberi", "Köycülük Esasları" ve "Köycülük Programına Giriş" adlı kitapları yapılan diğer çalışmalardandır.

Köy ile ilgili sorunların sosyolojik bağlamda inceleyen ilk kitaplardan birisi Selahaddin Demirkan'a ait "Köy Sosyolojisine Hazırlık" (1962) adlı kitaptır.

“Köye Doğru” dergisini çıkaran Demirkan aynı zamanda 1942 yılında Eminönü Halkevinde sosyal araştırmalar kolunu kurmuştur. “Köye Doğru” dergisinde köy monografilerini yayınlamıştır. Bu çalışmada saha çalışması ve anketin nasıl uygulanması gerektiği anlatılmakla birlikte aynı zamanda sosyoloji bilimi için öneminden de bahsedilir. “Köy Nasıl Tetkik Edilmelidir?” (1942) “Köy Araştırmaları Klavuzu” “Köyün Sosyol Tetkikinde Monografya Usulü”, (1946) “Köy Sosyolojisine Hazırlık” (1958) yazarın diğer eserlerindendir.

Mehmet Ali Şevki'nin Sosyolojinin ilk örneklerinden olan “Memleketi Tanıma Yolu” ve “Kurma Köyü” eserlerinden başka yazarın “Meslek-i İçtimai” ve “Mülkiye Mecmuasında” yayımlanan yazılarının 1968’de toplandığı Osmanlı Tarihinin Sosyal Bilimler Açıklanması ve Öteki Makaleleri” adlı çalışma mevcuttur.

Bir diğer çalışma da Mediha Berkes’e ait olan “Elvan Köyü Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma” adıyla 1942 yılında yapılan tezdır. Yazarın bir diğer eseri “Bazı Ankara Köyleri Üzerine Bir Araştırma (1942)”dır.

Behice Boran, 1945 yılında “Toplumsal Yapı Araştırmaları- İki Köy Çeşidinin Mukayeseli Tetkiki” adlı eserinde monografi yöntemini kullanarak Manisa’da bulunan iki köy çeşidini incelemiştir.

Türkiye’deki köy sorunlarını ele alan Mümtaz Turhan, “Kültür Değişmeleri” (1951), “Garplılaşmanın Neresindeyiz” (1958) ve “Toprak Reformu ve Köy Kalkınması” (1964) adlı eserlerinde konu ile alakalı çözüm önerilerinde bulunmuştur.

Cavit Orhan Tütengil, 22 Ocak 1966 yılında Türkiye Milli Gençlik Teşkilatına yaptığı konuşma metni olan “Köy Sorunu ve Gençlik” (1967) adlı eserde Türkiye’deki köylerin durumu, köyün kalkınması için eğitimin öneminden başka dönemin Amerika algısının gençlik üzerindeki etkisinden de bahsetmiştir. “Sorunlar, Önerileri Çözümler” (1977) “Köylü Yaşayışında Değişmeler”, “Köyden Gelen Mektuplar” yazarın diğer eserleridir.

Mehmet Eröz ise “Türk Köy Sosyolojisi ve Yörük Türkmen Köyleri” (1966) adlı eserinde Türk göçebeliği, Selçuklu ve Osmanlı Devletlerinde ve Türkiye Cumhuriyeti’ndeki Türkmen ve Yörüklerin iskân siyaseti ele alınmıştır. “Türkiye’de Alevilik ve Bektaşilik” bir diğer eseridir.

Nermin Erdentuğ, 1950'li yıllarda Elazığ'a bağlı iki köyü incelemiş ve "Hal Köyünün Etnolojik Tektiki" (1956) ve "Sün Köyünün Etnolojik Tetkiki" (1971) adlı çalışmaları ortaya çıkarmıştır.

İbrahim Yasa'ya ait "Hasanoğlu Köyü" (1969) adlı çalışma uzun soluklu bir alan araştırmasının sonucudur. Köyün tarihi, sosyal yapısı, köy idaresi, din ve inançlar, siyasi olaylara bağlı olarak yaşanan değişimler ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

"Doğu Köylerinde Sosyo-ekonomik Farklılaşma" (1973) ve "Köy Sosyolojisi" (1970) adlı çalışmaları ile Orhan Türkdoğan, Doğu Anadolu köylüsü ile ilgili ayrıntılı bir inceleme ortaya çıkarırken aynı zamanda köy sosyolojisi ile ilgili kapsamlı bir eser ortaya koymuştur.

Köyle ilgili yayınlar verimin artırılması, üretimin çeşitlendirilmesine yönelik olmakla birlikte öğüt-talimat düzeyinde kalmıştır. Ayrıca köylü ile rejim arasında bağ kurdurma, rejimi köylüye tanıtmaya gibi amaçlarla hazırlanan yayınlar da bulunmaktadır.

Bu dönemde Türk Yurdu başta olmak üzere birçok dergi çıkartılmıştır. Bu dergilerden bazıları aşağıda örneklendirilmiştir.

II. Meşrutiyet'in ilanı ile birlikte Osmanlı Devleti'nde hâkim olan akımlardan birisi halkçılıktır. Rus Nadornik hareketi ve bunun sonucu olarak ortaya çıkan köycülük hareketinden etkilenen Osmanlı münevverleri Türk Ocağı ve Millî Talim ve Terbiye Cemiyeti çevresinde toplanmış Halka Doğru ve Türk Yurdu dergilerini çıkarmışlardır. Köy temalı yayınlara yer veren Türk Yurdu dergisi İstanbul'un işgali ile kapanmıştır. 1924'te ikinci kez yayın hayatına başlayan dergi köy temalı yayınlara devam ettiği gibi aynı zamanda "köycülük" faaliyetlerine de yer vermektedir. Türk Yurdu'nun 1924 sonrası yayınında köy, daha çok edebiyat konusu olarak ilgi çekmiştir. Söz konusu incelemede ise Türk Yurdu'nun köycülüğü "halkçılık" olarak adlandırılmaktadır. (Ertürk 1993, s. 38).

1928 yılında kurulan Türk Halk Bilgisi Derneği tarafından 1928 tarihinde Halkbilgisi Mecmuası ve 1929 tarihinde Halk Bilgisi Haberleri adlı dergiler yayınlanmıştır. Genel sekreter Ziyaeddin Fahri'nin müdürlüğünde çıkan Halkbilgisi Mecmuası ilk folklor dergisidir. Eski harflerle tek sayı olarak

yayınlanmıştır. Türk Halkbilgisi Derneği'nin çoğu öğretmen olan üyeleri tarafından Anadolu'da derleme faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu derlenen malzemeyi yayınlamak amacıyla kullanılan Halkbilgisi Haberleri Dergisi'nin 19 sayısı dernek tarafından yayımlandıktan sonra Eminönü Halkevine devredilmiş ve 121. sayıya kadar yayınlanmıştır. Uzun bir süre sonra tekrar yayınlanmaya başlayan dergi 1947 tarihinde 125. sayı ile son bulmuştur (Alangu, 2000; Tan, 2008).

1927'e yayın hayatına son verilen Ziraat Vekâleti dergisi 1930'da yeniden yayınlanmaya başlamıştır. Aynı yıl ilk ziraî sayım yapılmıştır.

Kooperatif dergisi 1931'de yayına başlamıştır. Köy sorunlarının iktisadi tarafıyla ilgilenmiştir. Kooperatif dergisinde tarım, buğday, zirai üretim, zirai kooperatifleşme, süt, tiftik, balıkçılık, pamuk üretimi, zirai makineleşme konuları yer alır. Kooperatif ve kooperatifçilik konularını ele alan bir diğer dergi olan Karınca, 1980'lere kadar yayın hayatını sürdürür. Öbür kooperatif dergilerinin aksine Karınca dergisinde köy temalı yazılar sık görülür. Karınca Türk Kooperatif Cemiyeti'nin yayın organıdır. Karınca'da köy teması "cumhuriyetten evvel, cumhuriyetten sonra köy" yazılarıyla işlenmiştir. Ayrıca yerli malı, tasarruf vb. konulara öncelik veren bir dergidir. (Ertürk, 1993, s. 39).

Edebiyat dergisi olarak 1933'te yayın hayatına başlayan Varlık dergisi "köy münevverliği" kavramı üzerinde durmuştur. Köy ile ilgili yayınlarında köy enstitüleri mezunlarının çalışmaları bulunmaktadır.

"Ziraatımızda bir fikir hareketinin başlangıcı" olarak kendini niteleyen Dönüm dergisinin temel amacı eksik olan tarım politikalarının belirlenmesinde etkili olabilmektir. Ziraat Mektebi Mezunları derneğinin çıkardığı dergi 1923-1940 yılları arasında toplamda 56 sayı olarak yayınlanmıştır. Köylüyü ekonominin temeline koymak için çalışmalar yapan Dönüm dergisi Kayam'a göre "memleket ilimciliği" kavramını kullanmaktadır. Bilimsel çalışmaların ülke şartlarına uyarlanması, eldeki kaynakların incelenmesi ve bunlara göre "yerli bir ilmin" ortaya konması esas amaç olarak benimsenmiştir. Dönüm, bu bilinci yaratmayı ve bu alanda eserler vermeyi kendine hedef olarak seçmiştir (2013, s. 64-65) Bu doğrultuda tarımın geliştirilmesi konusunda önerilerde bulunmuş ayrıca

ulaşımın geriliğine, makineleşmedeki çarpıklığa, ziraat bürokrasisinin durumuna, şeker sanayisinin kuruluşundaki hatalara da değinmiştir.

Ankara Halkevi tarafından çıkarılan ve Halkevlerinin merkez yayını olan lk dergisi dönemin köy konularına yer veren önemli bir dergidir. Hemen her sayısında köy ile ilgili bilgilendiren lk dergisinde “kycler bölümü” adıyla özel bir bölüm bulunmaktadır. Ülkü dergisini 1933-1936 yılları arasındaki yazılarını inceleyen Gençoğlu’na göre (2011) dergi yazarları köylüler hakkında farklı ve birbiriyle çelişebilen fikirleri savunmuşlar ayrıca bazı durumlarda aynı kişinin farklı zamanlarda yazdığı yazılarda farklı görüşler dile getirmiştir. Bu çelişkinin temelinde ülke ekonomisinin kalkınmasında izlenmesi gereken yol sebep olmuştur. Bir yandan köy, köylü ve tarımın iyileştirilmesi gerektiği tartışılırken diğer yandan kalkınma için sanayileşmenin gerekliliği vurgulanmıştır.

İhsan Hıner tarafından 1949’da yayımlanmaya başlayan dergi Türk Folkloru’nun araştırılmasında, derlenmesinde bir okul görevi grmştir.

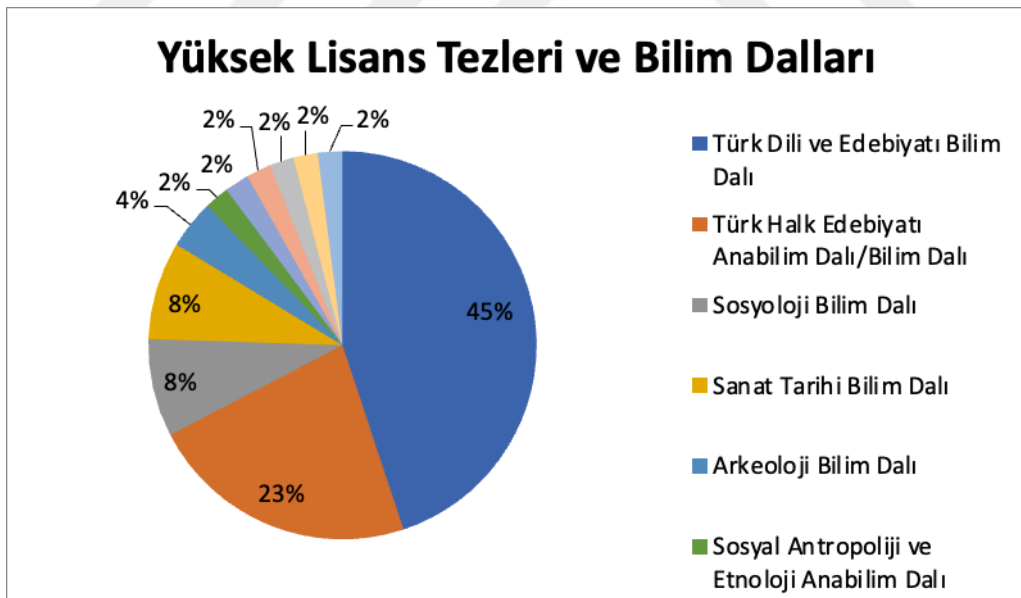
Ayrıca halk kültürünün korunması amacıyla kayıt altına alınmasında monografiler önemli bir yer tutmaktadır. Sosyo-kültürel ve fiziki çevreye dair bilgileri sistematik bir şekilde tasnif eden monografiler arasında köy monografileri önemli bir yer tutmaktadır. Köy monografileri ile kültürel değerkler kayıt altına alınmakla birlikte yaşanan değerişimlerin izlenmesi de kolaylaşmaktadır. Bu doğrultuda geçmişten günümüze birçok köy monografisi çalışması yapılmıştır. Bu çalışmalardan bazıları ise aşağıdadır:

Niyazi Berkes’in (1942) *Bazı Ankara Köyleri zerinde Bir Araştırma* adlı çalışması dokuz bölümden oluşmaktadır. Bölümler ise şöyledir: Mevki, dış vasıflar, nüfus, ekonomik hayat (ziraat, toprak, mülk ve servet, mübadele), işlerin tanzimi ve bölünüşü (zamanın tanzimi- işlerin zamanda tanzimi- işlerin ferdler arasında tanzimi), alet ve teknikler (ziraat aletleri ve vasıtaları, evler, ev eşyası, kıyafet, gıdalar), sosyal kuruluş ve aile (mtesanit bir cemaat olarak köy, mahalle ve komşuluk, hane, aile, miras), sosyal kuruluş: akrabalık (akraba zümresi ve kabile, akrabalık sistemi ve terminolojisi, akrabalık sistemi ve evlenme, teşmil edilmiş akrabalıklar), evlenme (evlenme, düğün, boşanma).

Berkes (1942) köy hayatının genelde etnoloji, folklor, ekonomi, coğrafya gibi disiplinler aracılığıyla incelendiğini ve eksiklikleri bulunduğunu ve bu eksikliklerin

sosyoloji bilimi ile giderileceğinden bahsetmektedir. Sosyoloji diğer disiplinlerin çalışmasından faydalanmakla birlikte insana ait maddi ve manevi değerleri bir bütün olarak ele alır ve inceler. Ayrıca Berkes (1942) köycülük ve köy sosyolojisi arasındaki farka da değinir. Ona göre köycü köye rehber olmaya, bir şey öğretmeye, köyü şehirliye, münevvere tanıtmak sevdirmek için gider. Bu durum inkılabın mecbur kıldığı sosyal bir hadisedir. İkincisi ise köyü görme, köyde yaşama ile köyü tetkik etme arasında büyük fark vardır. Köyde yaşanır fakat köyde yaşanan sosyal olayları, problemleri aydınlatmak için kullanılan bilimsel yöntemlere ihtiyaç vardır. Bunlardan yoksun kişiler peygamberce tavırlar takınarak “köylü yalancıdır, saftır, kurnazdır..” gibi birbirini tutmayan çıkarımlarda bulundukları tespit edilmiştir.

Günümüzde ise Yüksek Öğretim Tez Merkezi’nde “Köy Monografileri” anahtar kelimesi kullanılarak yapılan aramada konu ile alakalı 51 Yüksek Lisans Tezi 5 Doktora Tezi tespit edilmiştir. Bu tezlerin ait olduğu bölümler ise aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.



Doktora Tezleri ve Bilim Dalları



Bu tezlerde şehir ya da beldenin tarihi, coğrafi, iktisadi ve sosyo-kültürel açıdan genellikle derleme yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Tezler çoğunlukla şehir ya da beldenin sahip olduğu özellikleri tespit edip sınıflandırarak vermiştir.

Bu dönemde yerel ve gelenek kültürünün imgeleştirdiği türlerden bir diğeri de romanlardır.

Osmanlı Devleti eski ihtişamlı günlerine dönebilmek için Batı ile yakın ilişkiler kurmuş ve bunun sonucu olarak modernleşme girişimlerinde bulunmuştur. Tanzimat Fermanı, Osmanlı modernleşme adımlarından biri olarak kabul edilmektedir. Tanzimat Fermanı'nın siyasi toplumsal sonuçlarından ayrı olarak edebiyatımızda da birçok yeniliğin girmesini sağlamıştır. Bu dönemde ilk defa modern roman ve hikâye denemeleri başlamıştır. İnsanı anlatan türlerden biri olan roman ortaya çıktığı toplumun dinamiklerinden etkilenmektedir. Yaratım sürecinde ele aldığı konuları imgeleştirerek anlatan roman yerel ve gelenek kültürü imgelerini de kullanmaktadır. İlk örneklerini 1870'li yıllarda verilmeye başlayan roman türü toplumsal ve siyasi olayların etkisiyle her dönemde yerel ve gelenek kültürü imgesini farklı şekillerde yansıtmıştır.

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren hikâye ve roman alanında ilk denemeler başlamıştır. İlk örneklerini batı dillerinden çeviri olarak veren roman türünün Türk edebiyatında müstakil örneklerini vermesi için on yıl beklemesi gerekecektir. Ahmet Mithat Efendi Kıssadan Hisse, Letaif-i Rivayet (1870), Emin

Nihad Bey Mûsameratname (1875), Şemsettin Sami Taaşşuk-ı Talat ve Fitnat, Namık Kemal İntibah (1876) roman ve hikâye türüne ait ilk örneklerini vermiştir. Moran'a göre (2021) bu dönemde romancılar, Batılılaşmadan ne anladıklarını anlatmaya çalışmalarının yanında Doğu ile Batı arasında bir sentez oluşturmaya çalışmışlardır. Batı'dan yeni kavramların, değerlerin, anlayışların aktarılmasını amaçlayarak eserlerinde züppe yaşam biçimlerini, batı özentisi tipler, alafranga aşk, evlenme biçimleri, cariyelik, kadına karşı tutum gibi konuları işlemişlerdir.

Yerelin edebiyatımıza girmesi ise romandan önce pastoral şiir türünde verilen örneklerde görülmüştür. Rousseau'yu ve Robinson Crusore, Pol ve Virjini okuyan aydınlar da doğaya yönelmeye başlamışlardır. Abdülhak Hamit'in Sahra, Recaizade Mahmut Ekrem'in Nağme-i Seher ve Zemzeme'si, Muallim Naci'nin Köylü Kızların Şarkısı şiiri (Kendirci, 2015) pastoral türde ele alınan şiir türlerinden bazılarıdır. Roman ve hikâye türünde yerel ve yerelin yaşayış tarzı Ahmet Mithat Efendi, Nabizade Nâzım gibi yazarlar tarafından alınmıştır. Fakat etki gösterememiştir. 1890 ila 1908 Jön Türk Devrimi'ne kadar yereli konu alan roman türünde eser verilmemiştir. İttihat ve Terakki Cemiyetinin politikaları, II. Meşrutiyet'in ilanı, düşüncede ve siyasette halka doğru gitme çabalarının sonucu olarak Ziya Gökalp başta olmak üzere aydınların ve Türk Ocağı gibi cemiyetlerin çalışmalarının bir sonucu olarak yerel romanda tekrar gündeme gelmiştir. Cumhuriyet döneminde ise siyasi söylemler aracılığıyla yerel ve sorunları romanlar, gazeteler, dergiler ve kitap çalışmalarında işlenmiştir.

Bu kısımda imge oluşturmada aktörler romancılar araç romanlardır. Osmanlı Devleti döneminde örnek olarak seçilen yazarlardan ilki olan Ahmet Mithat Efendi, İstanbul'da doğan (ölen), öğretmenlik de dahil olmak üzere bürokrasinin çeşitli kademelerinde çalışan, 1873'te Rodos'a sürgün edilmesinden sonra toplum, kültür ve Batılılaşma çalışmaları ile ilgilenen bir yazardır. Ahmet Mithat Efendi, Bir Gerçek Hikâye (1876) ve Bahtiyarlık (1885) adlı eserlerinde kendisi için önemli olan köy hayatı değildir. Üzerinde durmak istediği sorun, yozlaşmaya yol açtığını düşündüğü Batılılaşma ve sonuçlarıdır (Kendirci, 2015, s.37). Nabizade Nazım ise İstanbul Nişantaşı'nda doğup büyüyen bir askerdir. Karabibik'i (1890) yerel hayatı hakkında bilgisi olmayanlara fikir vermek için

kaleme aldığını söylemektedir. Ahmet Mithat'tan farklı olarak kahramanlarını şive ile konuşturan Nabizade Nazım, yerel hayatın durağanlığından, sıkıcılığından bahseder. Karakterleri tasvirinde ise çirkinlikleri, itici ve şımarık olmaları aşk gibi duyguları anlamaktan uzak olmaları vurgulanmıştır. Ebubekir Hazım Tepeyran ise birçok edebiyatçı gibi “zade”lerden birisidir. Ali Rıza Paşa ve Salih Paşa kabinelerinde bakanlık yapmıştır. Küçük Paşa (1910) romanını İmparatorluğun farklı yerlerindeki valilik görevi sırasında edindiği gözlemlerden sonra yazmıştır. Romanda yerel, Devlet tarafından sadece asker ve vergi almak için akıllara gelen yer olarak anlatılmıştır. Karakterleri şive ile konuşturan yazar, yereli az ile yetinen istenildiği kadar sağlanabilecek besili bir ineğe benzetir. Doktor nedir bilmeyen yerelin en önemli özelliği ise kentlilerden farklı olarak vatan sevgisidir. Refik Halit Karay ise soylu bir aileden gelmektedir ve sürgün vasıtasıyla Anadolu ile tanışmıştır. Memleket Hikâyeleri'nde de (1919) dönemin ideolojisine benzer bir anlayış görülmektedir. Karay'ın eserlerinde yerel imgesi zıtlıklar üzerine kurulmuştur. Yerel kurnaz, hurafelere inanan aynı zamanda saflık derecesinde iyimserliği olan insanlardır. Karay'ın yereli mekân olarak yoksun, sessiz, durgun ve kasvetlidir.

İkinci dönem ise Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren 1950'ye kadar olan dönemi kapsamaktadır. Bu dönemin ilk sanatçılarından biri olan Halide Edip Adivar, hem yazılarıyla hem de fiili olarak Millî Mücadele'ye katılmıştır. 1910'da Türk Ocağı'nda çalışan yazar 1926 yılında Vurun Kahpeye romanını yazmıştır. Vurun Kahpeye'de idealist bir Türk kadını karşımıza çıkar. “Toprağınız toprağım, eviniz evim; burası için bu diyarın çocukları için bir ana, bir ışık olacağım ve hiçbir şeyden korkmayacağım” diyen Aliye öğretmenin karşısında ise hiç kimsenin gitmek istemediği vebadan kaçır gibi kaçtıkları bir yerel vardır. Aydın'ın özellikle kadın öğretmenin hoş karşılanmadığı bu yerin insanları, Aliye'yi de sevmez. Yunan İşgali yıllarının olduğu bu dönemde yerelin bir kısmı hükümet yanlısı olurken diğer taraf özellikle Hacı Fettah Hoca ve zengin eşraf işgal yanlısı olmuştur.

İstanbul'da doğan Reşat Nuri Güntekin, öğretmenlik, maarif müfettişliğinin yanında Cumhuriyet Halk partisi üyesi olan yazar bir süre milletvekilliği görevi de yapmıştır. Görevi nedeniyle Anadolu'yu gezen Güntekin, eserlerinde bu

tecrübelerini işlemiştir. Yeşil Gece (1928) romanı ise eğitimi konu edinen kahramanının öğretmen olduğu romanlardan birisidir. Ali Şahin tayini çıktığı yerde medrese ve medrese zihniyetine karşı savaş açar ve kurtuluşun yeni mektep de olduğunu savunur. Yerel, yoksuldur, kadınlar, çocuklar bakımsızdır. Bunun da en önemli sebebi medrese ve medrese zihniyetli hocalardır. Aynı atmosferin ürünü olan bir diğer eser Yakup Kadri Karaosmanoğlu'nun Yaban (1932) romanıdır. Birinci Dünya Savaşı'nda kolunu kaybeden Ahmet Celal, İstanbul'un üst sınıfından olmasına rağmen eri Mehmet Ali ile birlikte onun köye gider. Ahmet Celal, bir yandan Anadolu'nun durumunu, savaşı anlatırken bir yandan da aydının yerel gözündeki "yabancığını" ortaya serer. Diğer romanlardan farklı olarak Yaban'da aydına, yereli bu halde bıraktığı için bir öfke vardır.

1930'lardan sonra değişen siyasi sosyal şartlar roman türünde de etkisini göstermiştir. Sabahattin Ali'nin Kuyucaklı Yusuf (1937) romanında yerelden merkezin nasıl görüldüğüne yerelin yereli ile olan ilişkisine değinilmiştir. Romanda Yusuf ve Muazzez'in aşkının yanında toplumsal yapının sorunları işlenmiştir. Halkın yoksulluğu noktasında benzer bir biçimde kendini gösterse de Yaban'ın gerilikle, eskilikle, cahillikle adlandırdığı Anadolu, Kuyucaklı Yusuf'ta dürüst, kendisine saygıyı hak eden kişilerin mekânı olur (Bulut, 2007, s.109). Kuyucaklı Yusuf, sosyalist bir gerçeğin, Yaban ise Kemalist düşüncenin yerele bakışının ürünüdür. Yerelin gerçek anlamıyla edebiyata gitmesi ise 1940'larda kurulan Köy Enstitüleri ile gerçekleşmiştir. Gerçekçi bir şekilde yerelin işlendiği eserlerden biri Mahmut Makal'a ait olan Bizim Köy (1950) romanıdır. Köy Enstitülü bir yazar olan Makal, gerçekçi bir yaklaşımla yereli ele alırken aynı zamanda kendinden sonra birçok yazara örnek olmuştur.

Yusuf Atılgan'ın Anayurt Otelinde (1973), yerel tüm kasveti, ve sıkıntısıyla karşımıza çıkmaktadır. Atılgan'ın bıraktığı yerden devam eden Oğuz Atay ise Demiryolu Hikâyecilerinde (1976), tren istasyonunda hikâyeye satarak geçinmeye çalışan üç genci işler. Latife Tekin'in Sevgili Arsız Ölüm'ü (1983), 80'li yılların yerelini anlatmaktadır. Tekin'i diğer yazarlardan farklı kılan ise yerelde doğmuş kentte büyümüş bir yazar olmasıdır. Eserlerinde de bu dili yansıtır. 1990'ların başında yerele içten bakmaya çalışan Hasan Ali Toptaş Gölgesizler (1994),

Kayıp Hayeller Kitabı (1996) romanlarını yazmıştır. Yerelin neresi olduğunu sorgulayan Toptaş'ın kahramanları zaman ve mekânı aşmıştır.

Osmanlı Devleti döneminde vatani kurtarmak için çalışan aydınlar Cumhuriyet döneminde özellikle ilk yıllarında yereli kurtarmak için çalışmıştır. Yerelin kurtarılması, eğitilmesi, aydınlatılması gerekmektedir. Aydınlar yerele rağmen yerel için çalışmışlardır. Osmanlı Devleti döneminde cahil, yoksul, eğitimsiz bırakılan, sadece asker ve vergi almak için ihtiyaç duyulan yerel Cumhuriyet'in ilk yıllarında modernleşmesi, eğitilmesi gereken bir kitle olarak imgeleşmiştir. Yerelin modernleşmesinin ve eğitilmesinin önündeki en büyük engel din ve gelenek kültürüdür.

Yöneticiler, aydınlar, uzmanlar kitap, dergi ve kanun çalışmaları ile yereli eğitmek, muasır medeniyet seviyesine ulaştırmayı amaçlamıştır. Bunu yaparken bazen ezilmiş, yok sayılmış, hayatta kalma mücadelesi veren, vatansever bazen de başına gelen her şeyi hak eden, cahil, pis, gelişmeye, ilerlemeye kapalı yerel imgesi oluşmuştur. Bu dönemde yerele ait gelenek kültürü ve geleneksel bilgi ise görmezden gelinmiş, modernizmin karşısında eskiliği ve yetersizliği ile imgeleşmiştir.

Romanlarda ise yerel, kent hayatından sıkılanların bir süreliğine uğradığı (Sergüzeşt, 1888) ya da sürgün edildiği zamanın çok yavaş ilerlediği bir mekandır. Yoksullukları ile öne çıkan yerel (Karabibik, 1890 ve Küçük Paşa, 1910), cahil, fiziksel olarak çirkin, bakımsız, doktor nedir bilmeyen fakat vatanını çok seven kişiler olarak imgeleşmiştir.

Osmanlı Devleti dönemindeki roman anlayışından farklı olarak Cumhuriyet'in ilk yıllarında karşımıza Hoca tiplmesi çıkar. Yerelin hurafelere inanmasının, doktoru istememesinin, Devletten uzak durmasının tek sebebi Cumhuriyet döneminde medrese zihniyetinin temsilcisi olarak *hoca* kabul edilir. Bu *hocalar* yerelin aydınlanmasına izin vermediği gibi aynı zamanda Millî Mücadele döneminde işgal kuvvetlerinin lehine çalışarak Türk askerine ihanet etmiştir. Vurun Kahpeye romanında olduğu gibi idealist bir öğretmenin yereli aydınlatmasına, modernleştirmesine izin vermemiş, aleyhinde dedikodu çıkartmıştır. Yeşil Gece'de halkın fakir, kadın ve çocukların bakımsız kalmasının tek sebebi medrese zihniyeti ve medrese zihniyetli hocalardır. Osmanlı dönemi

romancılarından farklı olarak bu dönem romancılarının yerel ile doğrudan teması vardır. Fakat bu teması genelde onları eğitecek olan bir öğretmen karakteri ile sağlamıştır.

Osmanlı Devleti ve Cumhuriyet'in ilk yıllarındaki romanlarda yerel henüz sosyal bir varlık değildir. Yerel laik bir eğitimle eğitilmeli, aydın ile arasındaki fark kapatılmalı, ideal Türk vatandaşına dönüştürülmelidir. Tanzimat'ın sürgün yeri olan yerel aydınlatılması gereken mekâna dönüşmüştür. Kentli bakış açısıyla yerele bakan romancıların yereli, yaşayış tarzını, sahip olduklarını küçümsedikleri, onlara tepeden baktıkları tespit edilmiştir. Cumhuriyet'in ilk yıllarında hâkim olan bu anlayış Köy Enstitülü yazarların ortaya çıkmasıyla değişmeye başlamıştır. 1950 yılında yayımlanan Bizim Köy romanı, yereli gerçekçi bir yaklaşımla ele almış ve diğer Köy Enstitülü yazarların öncüsü olmuştur. Yerelin gündelik hayatını gerçekçi bir dille anlatan Enstitülü yazarlar romanlarında siyasi iktidarların köy sorunlarına olan uzaklığını dile getirmişlerdir. 1950'lerden 1970'lere kadar yerel, merkezin karşısında geride kalmışlığı ile anlatılmıştır. 1973'de yayımlanan Anayurt Oteli ise yerel ve gelenek kültürü, kendi merkezinin dışından seslenmeye başlar.

4. BÖLÜM

ELEKTRONİK KÜLTÜR BAĞLAMINDA YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ İMGESİ

4.1. ELEKTRONİK KÜLTÜR BAĞLAMI

Kitle iletişimi 1434-1436 yıllarında Alman Johann Guternberg'in matbaayı keşfetmesi ile başlamaktadır. Gazete, dergi, kitap, broşür gibi basılı; fotoğraf, radyo, televizyon, sinema gibi görsel işitsel araçlar aracılığıyla kültür, kültürel imgeler geniş kitlelere aktarılmaktadır.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan kitle iletişim araçları, iletişimin şeklini değiştirmiştir. Sonsuz sayıda tekrar edilebilen mesajın çoğunluklarla buluşmasının araç (gazete, radyo, televizyon, sinema vb.) ile gerçekleşen iletişim süreci, kitle iletişimi olarak tanımlanmaktadır. Teknik araçlar ile duygular, düşünceler, bilgiler geniş kitlelere iletilmektedir. Kitle iletişim araçları haber, bilgi aktarımı sağlamasının yanında aynı zamanda üreticilerin ideolojilerini, yaklaşımlarını da aktarır rol modeller üretmektedirler.

Elektronik teknoloji, telefon, radyo, televizyon ve çeşitli ses kayıt araçlarıyla da bizi "ikinci sözlü kültür çağı"na sokmuş bulunmaktadır. Katılımcı gizemi, topluluk duygusunun geliştirilmesi, yaşanan anı odaklayışı, hatta sözlü kalıpları kullanışıyla, bu ikinci sözlü kültür, "birincil" sözlü kültüre şaşılacak derecede benzemektedir. Fakat yeni sözlü kültür daha amaçlı ve bilinçlidir; temelini, araçların üretimi, işleyişi ve kullanımı için gerekli olan yazı ve matbaa oluşturur (Ong, 2014, s.161). Dundes'e göre teknoloji halkbilgisini yok etmediği gibi, halkbilgisinin yayılmasında ve aktarılmasında hayati öneme haiz bir faktör haline gelmekte ve yeni halk bilgisi oluşumuna heyecan verici bir ilham kaynağı olmaktadır (Dundes, 2022). İkincil sözlü kültür, birincile hem çok benzer hem de hiç benzemez. Yazı ve matbaa, okumakta oldukları metni anlamaları için insanları yalnız kılıyorsa, birincil ve ikincil sözlü kültürler de dinleyiciler arasında güçlü bir grup bilinci yaratırlar (Ong, 2014, s.161).

İletişim teknolojilerinde meydana gelen ilerlemeler folkloru yeni icra ortamları sağladığı gibi yüz yüze olma zorunluluğunu ortadan kaldırmıştır. Bir zamanlar müşteri çekmek için meddahların, Karagözcülerin getirildiği kahvehanelere elektronik kültür ortamıyla birlikte artık radyo, televizyon tercih edilmeye başlanmıştır. Böylelikle sözlü kültürün anlatıcısının yerini elektronik kültürün anlatıcısı almıştır. Süreç buna zorlamıştır (Küçükbasmacı, 2013, s. 1068).

İkincil sözlü kültür ortamı olarak kabul edilen elektronik kültür bağlamı yeni sanatsal ve edebi ürünlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Medya araçları ile sunulan bu ürünler modern dünyada aynı zamanda kitle kültürünün oluşmasına etki etmektedir. Medya araçları bu doğrultuda hem kültürü oluşturmakta hem de aktarmaktadır. Geleneksel bağlamda aile ve çevre içerisinde gerçekleşen kültürel aktarım elektronik kültür ortamında radyo, sinema ve televizyon aracılığıyla geniş kitlelere eş zamanlı ulaşma imkânı sağlamaktadır.

Bu kısımda öncelikle kitle iletişim araçları olan radyo, sinema ve televizyon ele alınıp öncelikle dünyadaki ve Türkiye'deki gelişimi açıklanmıştır. Devamında yerel ve gelenek kültürünün nasıl imgeleştiği ve imgeleşmesine etki eden aktörler ele alınmıştır.

4.2. ELEKTRONİK KÜLTÜR BAĞLAMINDA YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ İMGELERİ

Yerel ve gelenek kültürünün elektronik kültür bağlamında imgeleşmesine etki eden araçlar radyo, televizyon ve sinema olarak ele alınacaktır. Sanal-dijital kültür bağlamını da elektronik bağlam içerisine dâhil etmek mümkündür. Fakat imgenin sürekliliğini tespit etmek amacıyla böyle bir ayrıma gidilmiştir.

4.2.1. Radyoda Yerel ve Gelenek Kültürü İmgeleri

Söz ve müziğin birlikte yer aldığı radyo yayınları genellikle amaca yönelik düzenlemelerden oluşmaktadır. İlk radyo yayınları ABD'de 1920, Avrupa'da ise

İngiltere’de 1922 yılında başlamıştır. Tüm dünyada kabul görüp yaygınlaşmaya başlayan radyo yayıncılığının 1927 yılına kadar olan dönemi amatör radyo çağı olarak kabul edilmektedir. 1937-1945 yılları arasında radyo yayınlarının olgunluk çağıdır. Fakat bu dönemin ikinci dünya savaşına denk gelmesinin bir sonucu olarak radyo siyasi propaganda aracı haline gelmiştir. 1945-1960 yılları arası televizyonun da ortaya çıkması ile birlikte rekabet dönemi olarak bilinmektedir. Teknolojin genişlemesi ile birlikte küçülen radyo 1990 sonrasında televizyonun gölgesinden kurtulmuş ve istasyon sayısını arttırmıştır (Bölükbaş, 2016, s. 11-12). Fakat radyonun gelişim seyri ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. 1990’lardan sonra radyo yayıncılığında internet teknolojisinin de kullanılmasıyla birlikte etki alanı genişlemiştir.

Türkiye’de ise 1921 yılında Fransız işgal kuvvetleri tarafından gerçekleştirilen yayını saymazsak ilk radyo yayını 19 Mart 1923 tarihinde deneme amaçlı olarak İstanbul’da gerçekleşmiştir. Öğretmen okulunun bodrumunda davetliler ve basın huzurunda, kimya öğretmeni Rüştü Uzel başkanlığında bir ekip tarafından yapılmıştır (Gülizar, 1985, s. 2738). Bu ilk yayında açılış konuşmasını, Türk sözlü kültürünün en önemli danslarından biri olan Ege zeybek havaları takip etmiştir (Özdemir, 2015, s. 166). Cumhuriyetin ilk yıllarında radyo yayıncılığı ile ilgili önemli adımlar atılmıştır. 4 Şubat 1924’te, 406 sayılı “Telgraf ve Telefon Kanunu” yürürlüğe girmiştir. Kanundaki birinci maddeye istinaden telsiz istasyonlarının işletilmesi; Posta, Telgraf ve Telefon İdaresi (PTT) yükümlülüğüne bağlanmıştır (Tamgaç, 2023, s. 31). 1926-1936 yılları arası Türk radyo yayıncılığının oluşum ve kurumlaşma dönemidir. Türkiye’de ilk radyo yayını devlet tarafından değil devletten destek görmüş “Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi” (TTTAŞ) tarafından yapılmıştır (Tamgaç, 2023, s. 31). Radyo yayıncılığının devletçe yürütölmeye başlanması kararından sonra 1937-1940 tarihleri arasında radyoda Posta, Telgraf ve Telefon (PTT) dönemi başlamıştır. Bu dönemde radyonun toplumsal rolü ve propaganda gücü üzerindeki etkisi fark edilmiştir.

1927-36 arasında radyo yayıncılığında Batı ölkelerindeki radyo yayıncılığı uygulamaları etkili olmuştur. 1936’dan sonra şirket dönemi radyoculuk sona

ermiş devlet radyoculuğu başlamıştır. 1964 yılına kadar sürecek olan Türk radyoculuk tarihinde geçiş dönemi olarak nitelendirilecek bu dönem, elektronik yayıncılığın yönetimi doğrudan hükümete yani siyasi iktidara devredilmiştir (Kocabaş, 2022, s. 24). 1940 ila 1964 yılları arasında radyo yayıncılığında çok partili hayatın etkileri görülmektedir. 1946'dan 1960'a kadar hükümet ve muhalefet arasında bir tartışma konusu haline gelen radyo 1950'lerin ikinci yarısından itibaren devlet tarafından siyasal bir iletişim aracı olarak kullanılmaya başlanır. 1940-1946 yılları arasında ise radyo yayıncılığının saat ve süresinde, program yayınlarının düzenliliğinde, programların izleyiciye sunumunda olumlu ilerleme kaydedilmiştir (Kocabaş, 2022, s. 29). 1964 ila 1994 ise TRT ve özel radyo yayıncılığı dönemi olarak kabul edilmektedir.

1927'den 1992'ye kadar radyo yayıncılığı konusunda tek yayın kuruluşu olarak görev yapan TRT'nin karşısında devlet sermayeli olmayan radyo kanalları çıkmaya başlamıştır (Bölükbaş, 2016, s. 26). Başlangıç tarihinde kaynaklarda tam bir mutabakat olmamakla birlikte 1990'dan sonra özel radyo yayınlarının başladığını söylemek mümkündür. Radyoculuğun yüksek maliyet ve teknik alt yapı istemesi gelişimini etkilemiştir.

Elektronik kültür ortamının çıktılarında biri olan radyonun bilgilendirme, eğlence ve eğitim işlevinin yanında aynı zamanda mal ve hizmetlerin duyurulması, propaganda, inandırma ve harekete geçirme işlevleri de bulunmaktadır. Radyo bu işlevlerinin de etkisiyle yöneticiler ve araştırmacılar tarafından imge yaratım aracı haline gelmiştir.

27 Ekim 1934'te Dâhiliye Vekili Şükrü Kaya, Başvekâlet'e gönderdiği yazıda radyo programlarının denetiminin Matbuat Umum Müdürlüğü'ne verildiğini, şimdilik Ankara radyosunda gerekirse İstanbul Radyosunda yayınlanmak üzere program hazırlanması, program içeriklerinde Hükümet'in icraatlarının halka bildirilmesi, kültür seviyesinin yükseltilmesine yönelik çalışılması gerektiğini belirtmiştir (Koç, 2012, s. 24). 1935 yılında Atatürk'ün, Meclis açılış konuşmasında ele aldığı konulardan birisi de radyodur. Aydın saygırlar! Kültür kıvanımızı, yeni ve modern esaslara göre, teşkilatlandırmaya durmadan devam ediyoruz. Türk tarih ve dil çalışmaları, büyük inanla beklenen ışıklı verimini

şimdiden göstermektedir. Ulusal musikimizi, modern teknik içinde yükseltme çalışmalarına bu yıl daha çok emek verilecektir. Ulusal kültür için pek lüzumlu olduğu gibi, asrı ulusal ilgiler bakımından da yüksek değeri olan radyo işine önem vermeniz yerinde olur (TBMM Zabıt Ceridesi, İ: 1, C: I, 1.11.1935). Kültür yayınında büyük hizmetler yapan bu muhteşem aletin düğmesini her akşam çeviren binlerce ailenin eğlenceli bir biçimde bilgisinin yükseltildiği ülkede güzel ve yararlı yeniliklerin tamamı gibi radyonun da “Kemalizm” eseri olduğu vurgulanmaktadır (Koç, 2012, s. 74).

1947 yılında Matbuat Umum Müdürü, radyo yayınları ile ilgili yaptığı değerlendirmede şunları söylemiştir: *“Yurdumuzun muhtelif bölgelerindeki folklor hayatımızın bütün memlekete aksettirilmesi itibariyle radyo dinleyicilerinin alaka ve sevgisini topladığına şüphe olmayan bu türlü yayınların, mütemadi program değişikliklerini istilzam ettirmeyecek surette bu usul ve programa bağlanmasında, yayınlarımızın devamlılığı ve çekici olması bakımından fayda görülmektedir.”* (Koç, 2012, s. 81). Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren aktif bir rol alan radyo, yöneticiler ve aydınlar tarafından çeşitli amaçlar için aktif bir şekilde kullanılmaktadır.

Bu kısımda araçlar olarak yapılan programlar ve içerikleri ele alınmıştır. Başlangıçtaki radyo yayınlarındaki programlar haber, söz ve batı müziğinden oluşmaktaydı. 1930-40’lı yıllarda radyonun propaganda amaçlı yayınları ön plandadır.

TRT Program Etüd ve Planlama Dairesi, radyonun eğitici işlevini kullanarak köye ve köylüye yönelik yayınlar hazırlamıştır. 17 Aralık 1941’de CHP Genel Sekreterliği tarafından Matbuat Umum Müdürlüğüne gönderilen yazıda radyo yayınlarında tarım, ticaret ve sağlık konularında, kanun ve mevzuatla ilgili halkın bilinçlendirilmesine yönelik programlara ağırlık verilmesi istenir (Koç, 2012, s.78).

Köy Yayınları adı altında kurulan şubede 1965-1969 yılları arasında *Günaydın*, *Ocakbaşı/Tarla Dönüşü* (TRT öncesinden devralınmıştır), *Halk Hikâyeleri*, *Köye Haberler*, *İstanbul’da Bir Köy*, *Köy Odası*, *Birlikte Düşünelim*, *Tarımcının Mektubu* programları yayınlanmıştır (Nart, 2009, s.77).

TRT'nin yaptığı programlardan birisi de 1950-1955 yılları arasında Süleyman Kazmaz'ın sunduğu "Köyün Saati" adlı radyo programıdır. "Köylü ile Başbaşa," "Köyün Postası" isimlerle de anılan programda Kazmaz, yurt genelinden aldığı mektupları okumaktadır. Bu mektuplar Köyün Saati Komitesi tarafından belirlenmiş anket sorularına verilen cevaplardan oluşmaktaydı. Konular ise tarım, hayvancılık başta olmak üzere eğitim, sağlık, hukuk, kültür, sosyal, ekonomik, siyasal, küresel ve evrensel konulardır. Program pazartesi, çarşamba ve Cuma olmak üzere haftanın üç günü saat 18.15'de 45 dakika süreyle yayınlanmıştır (Köse, 2019).

1965 yılından başlayarak, bütün Türkiye radyolarında 5 dakika süreli yayınlanan *Köye Haberler* programının amacı, köy halkının kendi başına ya da hükümetle iş birliği içinde yaptığı işleri radyodan yansıtmak, diğer köylere örnek olmasını sağlamaktır. Köy kalkınmasını hızlandırmak, kalkınma için birlikte çalışma ruhunu aşılama, ileri tarımcılığı geliştirmek, toprağın daha verimli kullanımını sağlamak için çeşitli bilgilerin verildiği *Köy Odası* 1966 yılında yayımlanmaya başlamıştır (Nart, 2009, s. 77). Programa daha sonra *Köyden Gelen Ses*, *Türk Romanında Köy*, *Olaylar ve Biz*, *Öykülerle Anadolu*, *Köyden Gelen Mektup*, *Bu Yurdun Sesi*, *Şehre İnince* bölümleri eklenmiştir.

Doktor Gali Ataç tarafından "Evin Saati", Ali Rıza Uluçam tarafından "Ziraat Takvimi Saati", 1942'de "Güzel Türkçemiz Saati ve Şiir Saati", 1942-1947 arasında "Halkevleri Folklor Saati" on beş günde bir "Yurttan Sesler" ile her hafta yayınlanan "Bir Halk Türküsü ve Marş Öğreniyoruz Saati" yayınlanan programlar arasındadır. Ayrıca radyo programlarında çocuklar da ihmal edilmemiş "Çocuk Saati" adlı program hazırlanmıştır.

Radyo yayınlarında tiyatro oyunları önemli bir yer tutmaktadır. Radyo oyunları "arkası yarın" formatı şeklinde dinleyiciye sunulmaktadır. Behçet Necatigil, Adalet Ağaoğlu, Ülkü Ayvaz, Cahit Zarifoğlu, Nazlı Eray, Ülker Köksal, Hasan Erkek, Emine Işınsoy radyo oyunu yazarlarımızdan bazılarıdır.

Başlangıçtaki radyo programlarında batı müziğinin ağırlıkta olması halkın Arap radyosuna yönelmesine sebep olmuştur. Peyami Safa'nın Cumhuriyet gazetesindeki yazısında "Türk halkı, Mısır radyosundan gelen sesini kendi sesi zannetmeye devam ediyor" eleştirisini getirerek Ankara ve İstanbul'da halk

türkülerine ayrılan yerin genişletilerek Mısır radyosunun yaptığı Arap aşısının tesirinden halkın korunabileceği” önerisinde bulunmuştur (Alpyıldız, 2018, s. 65). Bu doğrultuda 1941 yılında “Bir Halk Türküsü Öğreniyoruz” programının yanında Vedat Nedim Tör tarafından “Yurttan Sesler” adı verilen diğer bir halk müziği programı on beş günde bir yarım saatlik zaman diliminde yayınlanmak üzere faaliyet geçmiştir (Alpyıldız, 2018, s. 78). Ayrıca âşıkların dilinden türküler, halk hikâyeleri, mizah ve Nasreddin Hoca’yı ele alan programlar yayınlanmıştır.

Mesafe ve mekân tanımayan radyo dönemin en kuvvetli ve verimli yayın aracı olarak kullanılmıştır. I. ve II. Dünya Savaşı sırasında radyonun etkin bir şekilde kullanılması başlangıçta askerî ve siyasi amaçlar için kullanıldığını göstermektedir. Propaganda araçlarından biri olan radyonun gücü hükümet tarafından fark edilmiş ve ilk radyo yayınları halkı özellikle köylüyü bilgilendirmek, eğitmek amacıyla kullanılmıştır. Bu amaçla radyoda hazırlanan birçok programda batılılaşma/modernleşme projesine uygun içerikler bulunmaktadır. Radyoda batı müziği yayınlarının verilmesi bu içeriklerden bazılarıdır. Halkın yüksek batı müziğine alıştırılması için 1950’lilere kadar halk müziğine oranla yoğun bir şekilde dinletilmiştir.

Yazılı-basılı kültür bağlamının da etkisiyle radyoda yerel bilgilendirilmesi, eğitilmesi gereken toplumsal bir sınıf olarak gelenek kültürü ise Anadolu’nun saf ve temiz havasının yer aldığı, yabancı milletlerin tesirinden halkın korunmasını sağlayan unsurlar olarak imgeleşmiştir.

Radyo, modern devirlere damgasını vuran bir kültür aktarım aracıdır. Matbaanın icadı medeniyet üzerinde etki yaratarak yazılı sözün yayılmasını sağlamıştır. Radyo ise yalnızca “söz” o kadar hızlı ve aralıksız bir şekilde yaymıştır ki matbu söz bir nevi hiyeroglif gibi kalmıştır (Koç, 2012, s. 71). Türkiye radyoculuk tarihine baktığımız zaman 1921-1937 yılları arası “Devlet Tekeli Öncesi Dönemi”, 1937-1964 yılları arası “Devlet Tekeli Dönemi”, 1964-1994 yılları arası TRT’li yıllar olarak sınıflandırılmıştır (Kuruoğlu, 2008).

Radyonun gücünün farkında olan yetkililer, adeta köyün radyolaştırılması için çalışmalar yürütmüşlerdir. Radyo yayınlarının temel amacı köylüyü bilinçlendirmek, yurt gerçeklerinin farkına varmasını sağlamak olsa da

uygulamada başarılı olduğunu söylemek mümkün değildir. *TRT Program Etüd ve Planlama Dairesinin* 1970 yılında hazırladığı Ankara Radyosu Köy Yayınlarında İşlenen Konular başlıklı inceleme raporunda da programların dinleyici araştırmasına dayanmadığı için verilen öğütlerin ve gösterilen çözüm yollarının uygulama olanağından yoksun kaldıklarını (Nart, 2009, s. 80) belirtilmiştir. *Köyün Saati* programı, dönemin ideolojisine uygun olarak köylüyü eğitmeyi, bilgilendirmeyi amaçlamaktadır. Programdaki sorular her ne kadar yerele ait, onların sorunları, merak ettiği şeyler olduğu kabul edilse de cevapların öğretmenlerin ve köy muhtarlarının eşliğinde yazılması yerelin sormak istediği gerçek soruların önüne geçmiştir.

Özakman'a göre bu yayınların dinleyicisi "köy diye yalnız Kadıköy'ü görmüş bir prodüktörden öğüt, nasihat, akıl, tavsiye dinlemek" zorunda bırakılmıştır. Ayrıca bu programlarının yayıncılarının sık sık değişmemesi ve stilize bir köylü taklidiyle ya da köylüyü ilgilendirmeyen konularla köy programı yapılmaması gerektiğini belirtmektedir. Yapılan programlarda, bu *bilgiç tip*, kemikleşmiş bir *Halkevi Köycülüğü* yöntemi halinde kullanılmaktadır. İyi öğretmen-kötü din adamı basmakalıp formülünün, ne öğretmene, ne din adamına, ne de köylüye uyarıcı yararı olmadığına artık benimsenmesi gerekir (Aktr. Nart, 2009, s.80, Özakman, Turgut 1969). Yine bu dönemde yapılan radyo yayınlarında çoğunlukla "Öğretmen ve Veli/Hakkı Dayı" şeklinde geçen diyaloglar okunurken köylü seslendirilmesinde "beyim, kız, emme.." gibi sözcüklerin kullanılması da bizzat köylüler tarafından eleştirilmiştir. Radyoda sunulanın aksine bu şekilde konuşmadıklarını, yanlış tanıtıldıklarını söylemişlerdir (Köse, 2019, s. 51).

Radyo başlangıçta kahvehane, park ve çay bahçeleri, pazar yerleri, halk evleri gibi kamusal alanlarda, ardından evlerde yer alarak elektronik kültür ortamını şekillendirmiş; yeni birliktelik ortamları oluşturmuştur. Başlangıçta radyodan en çok haberler ve türküler dinlenmiş böylece sözlü kültür ortamının anlatıcısı aşığın yerini alarak haberleşme ve eğlence ihtiyacı radyodan dinlenenlerle karşılanmış; diğer taraftan da halk anlatıları bu yeni ortamın yeni aracında yerini almıştır. (Küçükbasmacı, 2013, s. 1067). Bu doğrultuda radyonun çeşitli amaçlar için dünün folklorunu yeniden üretime sokmasını uygulamalı halkbiliminin örneklerinden biri olduğunu söylemek mümkündür. Radyoda

gelenek kültürü imgelerinin kullanımı ile ideolojik bağlamda geçmiş ile bugün uyumlu hale getirilmekte, toplum kendini ait ve güvende hissetmektedir. Yeni dönemin aktörleri, halkın yeniden büyülenmesinde geçmişe ait unsurlar, gelenek ve temsilcilerinden yararlanmışlardır. Yeninin abartılarak etkinleştirilmesinde ve yaşamın yeni temelinde kurgulanabilmesi için eskiye ihtiyaç vardır (Özdemir, 2015, s.187). Bu bağlamda radyo yayınlarında “arkası yarın”, “âşıklardan dinlenen türküler” “halk müziği” yayınlanmaya başlamış ve büyük ilgi görmüştür. Özellikle arkası yarınların ilgi görmesinin bir sebebinin halk hikâyelerinin konularıyla benzerliğinin olduğu söylenebilir (Küçükbaşmacı, 2013, s. 1067). Toplumsal yaşamın bir aynası durumundaki radyo, Türk edebiyatının da tanıtılmasına yaygınlaştırılmasına ve geliştirilmesine hizmet etmiştir (Özdemir, 2015, s.170).

4.2.2. Sinemada Yerel ve Gelenek Kültürü İmgeleri

Sinema kendine özgü kuralları ve görsel işitsel diliyle ortaya çıkan bir eğlence aracıdır. Yedinci sanat olarak adlandırılan sinema kendinden önceki sanat dallarından beslenmiştir. Sinema aynı zamanda eğitim-öğretim ve propaganda amaçları için de kullanılmaktadır.

1896’da Fransa’da Lumières kardeşler, Amerika’da ise Thomas Alva Edison’un “sinematograf” adı verilen aygıtın keşfedilmesi ile birlikte ilk film çekimleri başlamıştır. Özön (1985) dünyada sinema tarihini “Sessiz Sinema 1895-1930, Sesli Sinema 1927-1980” olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Her iki dönemde sinema bir yandan sanat olmaya çalışırken diğer yandan dünya savaşlarının getirdiği etkilerle mücadele etmiştir.

Avrupa kanalıyla Türkiye’ye gelen sinema elektronik kültür ortamının çıktılarından birisidir. Türkiye’deki ilk film gösterimi ise II. Abdülhamit zamanında Bertrand adlı bir Fransız’ın sarayda yaptığı gösterimlerle başlamıştır. İlk sinema gösterimleri saray erkânı izlemiştir. Türkiye’de çevrilen ilk filmler Makedonya asıllı Manaki Kardeşler (Yanaki ve Milton) tarafından 1907’de, bir Türkün çektiği ilk film ise 1914 yılındadır. 1914’te Osmanlı İmparatorluğu’nun İtilaf Devletleri’ne karşı İttifak Devletleri safında savaşa katılmasıyla Yeşilköy’de dikili bir anıt

bombalanmıştır. Fuat Uzunkıray, 14 Kasım 1914 günü “Aya Stefanos’taki Rus Abidesi’nin Yıkılışı” adıyla sinema tarihine geçen 300 metrelik ilk belge filmini çekmiştir (Onaran, 1993, s. 13). Fakat bu film günümüzde mevcut değildir.

Osmanlı İmparatorluğunun harbiye Nazırı ve Başkumandan Vekili Enver Paşa, Almanya ziyareti sırasında Alman ordusunun sinemacılık kolunun çeşitli cephelerde haber filmlerini izlediği zaman sinemanın propaganda gücünü anlamıştır. Yurda dönüşünde Osmanlı ordusunda “Merkez Ordu Sinema Dairesi”ni kurdurmuştur. Bu dairenin başına sinemayı halka ilk tanıtan Weinberg, yardımcılığına da Uzunkıray getirilmiştir (Özön, 1985, s. 339). Ayasofya’da bulunan “Askerî Müze’nin” bir bölümü sinema dairesine çevrilerek film gösterimine başlanmıştır. Gösterilen filmler, haber ve propaganda amaçlıdır. Bu dönemde çekilen filmler ise şöyledir: 1916 yılında *Leblebici Horhor Ağa* ve *Himmet Ağanın İzdivacı* (Weinberg tarafından çekimlerine başlanır fakat savaştan sonra tamamlanır), 1917 *Pençe* ve *Casus* (Sedat Simavi), 1917 *Bican Efendi Belediye Müfettişi* (Şadi Fikret Karagözoğlu, Türk sinemasının ilk komedi filmi (Yılmaz, 2022, s. 41). Birinci Dünya Savaşı’nın sona ermesi, devamında mütareke döneminin bir sonucu olarak ordunun sahip olduğu araç ve gereçlerin işgalci kuvvetlere verilmesine karar verilmiştir. Sinema araç ve gerecini kurtarmak adına bu ekipmanlar kurulan Malûl Gaziler Cemiyet’ine devredilir (Özuyar, 2008). Bu dönemde *Mürebbiye* (Hüseyin Rahmi Gürpınar’ın eseri), *Binnaz* (İl tarihsel film denemesi), *Bican Efendi Vekilharç*, *Bican Efendi Mektep Hocası*, *Bican Efendinin Rüyası* adlı filmler yapılmış, İzmir işgalinin protesto mitingi kayıt altına alınmıştır. Savaşın sona ermesi ile birlikte TBMM bünyesinde Ordu Film Alma Dairesi kurulur ve Malûl Gaziler Cemiyet’inin elinde bulunan araç gereçler buraya aktarılır. Düşman kuvvetlerinin yaptığı tahribat kayıt altına alınır ve *İstiklal (İzmir Zaferi)* adıyla belgesel haline getirilmiştir (Yılmaz, 2022, s. 42). Başlangıçta askeriye tarafından çeşitli amaçlar için kullanılan sinema kısa bir süre sonra halk tarafından ilgiyle karşılanmış günlük eğlence aktivitelerinden birisi haline gelmiştir.

Türk sinemasının ilk dönemleri, sanatın tiyatro ile olan yapısal benzerliğinden dolayı tiyatrocuların yoğun bir etkisinin olduğu gözlemlenmektedir. Onaran (1994), Türk sinemasının dönemlerini dörde ayırmaktadır. 1923-1939 yılları

arasında Muhsin Ertuğrul'un etkin olarak görüldüğü "tiyatrocular dönemi", 1939-1952 yılları arasını kapsayan dönemi "geçiş dönemi", 1952-1963 yılları arasında Lütfi Ömer Akad ile başlayan "sinemacılar dönemi", 1963-1980 ile 1980-1994 yılları arasını "yeni Türk sineması" olarak değerlendiren Onaran bu dönem üzerinde 12 Eylül askerî darbesinin dönüm noktası olduğunu belirtmektedir. Ayrıca bu döneme toplumcu gerçekçi filmler damgasını vurmuştur.

1965 seçimlerinin kent soylu ilericiliğin sonu olarak kabul edilmektedir. Bu süreçte Türk sineması büyük bir buhrana girmiş ve çıkışı da seks filmlerinde aramıştır. 1980'lerde özellikle 12 Eylül 1980 darbesi depolitizasyon ve tüketim zihniyeti topluma yerleşmiştir. Bu dönemde daha içine kapalı, kadın sorunlarına değinen, psikolojik filmler öne çıkarken aydınlar kendi sorunları ile ilgilenmiş, eleştirel filmlere rastlanmamıştır. Endüstrileşmenin sancısını çeken sinema ve toplum arasındaki çift yönlü etkileşim 2000'li yıllardan itibaren gerçekleşmeye başlamıştır. Bu dönemde sinema okullarında yetişen eğitilmiş gençler sektöre girmiş, teknik anlamda filmler dünya standartlarını yakalamıştır. 2000'li yıllarda Yeşilçam'ın melodram ve arabesk türlerinin dışına çıkmış, birçok türde eserler verilmiştir. Dünyada ve Türkiye'de kitle iletişim araçları başlangıçta askerî amaçlara hizmet etmesi amacıyla kullanılmıştır. Özellikle radyo, sinema ve televizyonun geniş kitlelere çok daha hızlı bir şekilde ulaşması bu durumda etkili olmuştur. Süreç içerisinde sivilleşmiştir.

1923-1939 yıllarını kapsayan "tiyatrocular" döneminde millîlik baskın bir temadır. Bu dönem Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş dönemine denk gelmesi sebebiyle Türk sineması yeni rejime adaptasyonun sağlanması, halkın çağdaş uygarlık seviyesine yükseltilmesi amacıyla kullanılmıştır. Bu dönemde "*İstanbul'da Bir Facia-i Aşk*, *Boğaziçi Esrarı* (1922, Yaban romanından uyarlama), *Ateşten Gömlek* (1923) Muhsin Ertuğrul'un çektiği bazı filmlerdir. Bu dönemde yerel, her ne kadar türlü olumsuzlukların sebebi olarak görülse de aynı zamanda özel bir ilgiyle sadeliği, basitliği, bozulmamış milli bir cevher olması ile idealize edilmiştir (Canefe, 2007, s. 160). Bu dönemde yerel, kent hayatının karşısında gösterilerek işlenmiştir. 1928 *Ankara Postası*, 1932 *Bir*

Millet Uyanıyor, 1923 *Ateşten Gömlek* (Muhsin Ertuğrul) dönem filmlerinden bazılarıdır.

Geçiş dönemi olarak kabul edilen 1939-1952 yılları II. Dünya savaşının etkisinin hissedildiği bir dönemdir. Bu dönemde Avrupa'da sinemaya ilişkin konularda öğrenim ve staj gördükten sonra yurda dönen bir takım genç yönetmenler, sinemamıza yeni bir hava getirmişlerdir (Onaran, 1994, s. 21). Faruk Kenç, Baha Gelenbevi, Turgut Demirağ, Şakir Sırmalı geçiş dönemi sinemacılarından bazılarıdır. Muhsin Ertuğrul *Şehvet Kurbanı* (1939) ve *Halıcı Kız* (1952) filmleriyle bu dönemde de etkisini hissettirmiştir. Cumhuriyet aydınlarının yaklaşım biçiminin etkisiyle sinemada da fedakâr Anadolu insanı prototipi oluşturulmuştur. Taşra, olumlu değerlerin mekânı olarak gidilmesi, ulaşılması, aydınlatılması gereken bir hayal mekanıdır. Muhsin Ertuğrul'un kafasında yarattığı ideal köy gibi Cumhuriyet aydını da ideal taşrasını kendi inşa etmiştir (Özçınar, 2020, s.2). Bu dönemde köy ılımlı olarak resmedilmiştir. Toplumun eğitimi ve Cumhuriyet ideolojisinin yaygınlaştırılması ön planda olduğu için bu dönem sinemacılarının özgün bir eser ortaya koyamadıklarını, taklide dayalı eserler verdikleri savunulmaktadır (Özön, 2020, s.150). *Dertli Pınar* (1943), *Hasret* (Faruk Kenç, 1943), *Harman Sonu* (Hadi Gün, 1946), *Yanık Kaval* (Baha Gelenbevi, 1947), *Bir Dağ Masalı* (Turgut Demirağ, 1947) bu dönem yayınlanan filmlerden bazılarıdır.

1952-1963 yıllarını kapsayan dönem ise "sinemacılar dönemi" olarak kabul edilmektedir. Bu dönem Türk sinemasında önemli bir dönüm noktası olmakla birlikte yerel imgesinin de sinemada değişmeye başladığı dönemdir. Lütfi Ömer Akad, Metin Erksan, Memduh Ün, Atıf Yılmaz, Osman Fahir Seden, Halit Refiğ ve Yılmaz Güney bu dönemin önde gelen isimleridir. Modernleşme, kentleşme, göç ile birlikte bu dönemde yerele olan bakış açısı değişmeye başlamıştır. Başlangıçta romantik bir bakış açıyla işlenen uzak komşunun kente taşınmasıyla yerini realiteye bırakmıştır. Kent içerisinde yerel yaşamı tehdit eden bir suç unsuru olarak kabul edilmiş ve kentli yaşam tarzını benimsetilmeye zorlanmıştır. Bu dönemde *Beyaz Mendil* (Lütfi Ömer Akad, 1955), *Ezo Gelin* (Orhan Elmas, 1955), *Ak Altın* (Lütfi Ömer Akada, 1957), *Bir Avuç Toprak*

(Osman Fahir Seden 1957), *Gelinin Muradı* (Atıf Yılmaz, 1957) gibi filmler yerelin modernleşme ve kentleşmenin yıkıcı sonuçlarıyla yüzleştiği filmlerdir.

1963-1980 ve 1980-1994 yılları Yeni Türk sineması olarak kabul edilmektedir. 1950 ile 1970 aynı zamanda Yeşilçam sineması olarak adlandırılan dönemi kapsamaktadır. 1960'lı yıllar Türk sinemasında önemli entelektüel tartışmaların yürütüldüğü bir dönemdir. Ulusal sinema ve halk sineması tartışmalarının konuşulması, dönemin aydınlarının sinema üzerine düşünce üretmesi, senaryolar yazması, kıymetli bir tartışmanın da doğmasına neden olur. Bunu 70'li yıllarda devrimci ve millî sinema tartışmaları takip eder (Özçınar, 2020, s. 2005). Geleneksel kültürel köklerden, masal, destan, türkü gibi sözlü kültür unsurlarından beslenen Yeşilçam sinemasında mistik bir Anadolu imgelenir. Her dönemde olduğu gibi bu dönemde de yerel sinemada önemli bir imge olarak kullanılmıştır. Fakat diğer dönemlerden farklı olan yerele yönelik bir nostaljinin ve geri dönüş umudunun Türk sinemasında yeşermesi noktasında son derece önemlidir. Özellikle 1990 sonrasında yerel farklı biçimlerde ele alınmaktadır (Satır, 2023, s. 6). Yerel, Nuri Bilge Ceylan filmlerinde insanın nereye giderse gitsin kurtulamayacağı bir iç sıkıntısı; Semih Kapanoğlu sinemasında daha nötralize olmuş biçimde hatırlanan geçmişin bir parçası; Emin Alper filmlerinde güvensizliğin, tekinsizliğin, belirsizliğin ve kötülüğün uzamsal bir karşılığı olarak işlenmiştir (Satır, 2023, s. 7). Günümüzde ise Türk sinemasında yerel, modernite ve kentleşmeden kaçış yeri olarak nostalji bağlamında ele alınmıştır.

Yerel ve gelenek kültürü imgelerinin şekillenmesin filmler araç olarak kullanılmıştır. Bu filmler dönemlerine göre aşağıda örneklendirilmiştir. 1950'lerde yerel-kent karşılaşmalarının yer aldığı filmler genellikle aşk temasını işlemiştir. 1957, *Gelinin Muradı* filminde kasaba kızı ile doktor arasındaki gönül macerasını anlatmaktadır. 1960'lara gelindiğinde ise 1961 anayasasının sağladığı özgürlüğün de etkisiyle gerçekçi bir yapı söz konusudur. 1964 *Gurbet Kuşları*, 1962 *İkimize bir Dünya ve Bitmeyen Yol* (1965) dönemin öne çıkan filmlerindendir. Bu dönemde kent-yerel uyumsuzluğundan, çatışmasından dolayı yok olup giden ailelerin dramı işlenmektedir. 1973 *Gelin*, 1974 *Düğün*, 1975 *Diyet*, 1972 *Fatma Bacı*, 1978 *Altınşehir*, 1979 *Yusuf ile Kenan*, 1979 *Beke*,

1981 *At*, 1985 *Bir Avuç Cennet*, 1987 *Muhsin Bey*, 1990 *Abuk Sabuk Bir Film* gibi filmleri göç temalı olan diğer filmlerdir.

Sinemada köy ve kent karşılaşması çatışma-uyumsuzluk ekseninde ve genelde İstanbul merkezli işlenmiştir. Köyden kente göçün önemli adresinden biri olan İstanbul, köyden, ailesinin yanından kaçan kızların, iş bulmak için evine bırakan erkeklerin yaşadıklarını dramatik olarak işlendiği mekandır. 1964 *Ahtapotun Kollarıyla*, 1966 *Ah güzel İstanbul* bu filmlerden bazılarıdır. Yine özellikle köylü kızlarının sınıf atlamasını/değişmesinin ele alındığı 1972 *Tatlı Dillim*, 1974 *Yayla Kızı*, 1976 *Analar Ölmez* gibi filmler de bulunmaktadır. Yerel-kentli karşılaşmasının trajik-komik olarak işlendiği filmler de bulunmaktadır. 1985 *Züğürt Ağa*, 1974 *Salak Milyoner*, 1974 *Köyden İndim Şehre*, 1980 *Banker Bilo*, 1976 *Nereye Bakıyor bu adamlar*, 1978 *Kibar Feyzo*, 1982 *Dolap Beygiri*, 1979 *Şark Bülbülü*, 1983 *Çarıklı Milyoner* bu filmlerden bazılarıdır (Ünlü ve Serarslan, 2012, s. 221). 1990 *Camdan Kalp*, 1990 *Aşkın Kesişme Noktası*, 1987 *İpekçe*, 1987 *Katırcılar*, 1983 *Derman* filmleri ise yerel-kent karşılaşmasının kırsalda çekildiği filmlerdir. 1990 *Salkım Hanımın Taneleri*, 1996 *Eşkiya*, 2002 *Uzak*, 2003 *Gönül Yarası*, 2003 *Vizontele Tuğba*, 2007 *Mutluluk* ise 1990 sonrası çekilen filmlerden bazılarıdır.

Türk sinemasının her döneminde yerel, yerelin yaşayış tarzı ve gelenek kültürü ele alınmıştır ve alınmaya devam etmektedir. Yerel ve gelenek kültürü sinemada;

- Karşıtlığı ifade eden sosyolojik bir sınıf,
- Merkezin karşısında öteki,
- Kolayca kandırılan, kaba, şiveli bir konuşmaya sahip, cahil, batıl inançları olan, geleneklerine körü körüne bağlı, tüccarların ya da ağaların sömürüsüne maruz kalan,
- Bozulmamış, saf, kirlenmemiş, el değmemiş, samimiyetin, neşenin olduğu, kentin karşısında dönüş mekânı,
- Geçmişe ait, geçmişte kalmış, olanaksızların mekânı,
- Mağduriyet ve hüzne sahip tekdüze, bunaltı, sıkıntı ve kaçış mekânı olarak imgeleşmiştir.

1963 ile 1990'lı yılların ortasında yoğun bir şekilde işlenen yerel ve gelenek kültürü imgeleri ya ötekileştirilerek ya da idealize edilerek işlenmiştir.

Yedinci sanat olarak kabul edilen sinemanın başlangıçta eğitim ve propaganda işlevi ön plandaydı. İdeolojik bir yaklaşımla ele alınan sinema tiyatrocular döneminde (1922-1939), Cumhuriyet modernleşme projesi olarak kullanılmıştır. Yerel, gidilmesi, aydınlatılması gereken, fedakâr, olumlu değerlere sahip bir imgedir. Geçiş döneminde (1938-1950) yerele olan olumlu bakış devam eder. Romantik bir yaklaşımla bozulmamış yerel hayatı anlatılmaktadır.

Günümüz sinemasında yerel ve gelenek kültürü modernizmin karşısında, modern insanın kurtuluşu olarak imgeleşmiştir. Anlam ve özgürlük arayışı sinemada yerel ve gelenek kültürü imgelerinin kullanılmasını sağlamıştır. Bu doğrultuda yerel ve gelenek kültürü imgelerinin nostaljik bağlamda kullanıldığını söylemek mümkündür. Zira *hemen, biraz önce, demin* anlamına gelen *modo* kökünden türetilen modern sözcüğü başlangıçta şimdilik anlamı taşımaktaydı. Sonrasında gündelik hayattaki değişim ve gelişmelere paralel olarak teknolojik ve bilimsel alanda yaşanan yenilikleri ifade etmeye başladı. Bu bağlamda geçmiş ve geçmişe ait olan her şeyi eski ve olumsuz, şimdiye ait olan her şey yeni ve olumlu olarak kabul edilmektedir. Devamlı olarak “şimdi” ve “an” göndermesi yapan modernizme karşı nostalji ise huzurun, mutluluğun, güvenin “eskide” ve “geçmişte” olduğunu vurgulamaktadır. Özçınar’a göre modernliğin sonuçlarına karşı alınan romantik, nihilist ve melankolik tavır, içe kapanış süreciyle birlikte gelişen romantik muhafazakarlık, felsefi bir söylem üretmediği, yeniye ve geleceğe bakmadığı için sürekli geçmişe takılma sonucu gelişen regresyon etkili olmuştur (2020, s. 2013). Modernizmin hızı ve akışkanlığı süreklilik ve bütünlük kaynağı olan yerel ve gelenek kültürüne yönelmiştir. Bu doğrultuda sinema her dönem özgünlük ve farklılık kaynağı olan gelenek kültürü ürünlerini kullanmıştır. Türk sözlü anlatı geleneğine ait olan motiflerin yer aldığı filmler ise şöyledir (Yılmaz, 2020, s. 84-86).

Halk Hikayeleri ile ilgili Türk Filmleri	Masal Motifleri İçeren Türk Filmleri	Destan Motifleri İçeren Türk Filmleri
• Arzu ile Kamber (Ömer Lütfü Akad,1952) • Âşık Garip (Nuri Akıncı, 1958) • Ferhat ile Şirin (Esmail Kusan, 1970) • Kerem ile Aslı (Orhan Elmas, 1971) • Mahmut ile Meryem (Mehmet Ada Öztekin, 2013) • Tahir ile Zühre (Ömer Lütfü Akad,1952) • Zaloğlu Rüstem (Natuk Baytan, 1973)	• Ali Cengiz Oyunu (Halit Refiğ, 1972) • Anka Kuşu (Mesut Uçakan, 2007) • Bana Masal Anlatma (Burak Aksak, 2015) • Bir Dağ Masalı (Turgut Demirdağ, 1970) • Bir Varmış, Bir Yokmuş, (İlkes Başarır, 2015) • Cemile ve Umudun Masalı (İsmet Elçi, 1970) • Cilalı İbo ve Kırk Haramiler (Mehmet Dinler, 1970) • Evvel Zaman İçinde (Turgut Demirdağ, 1951) • Gökten Üç Elma Düştü (Raşit Çelikezer, 2009) • Kaf Dağı'ndan Göç Edenler (Natuk Baytan, 1971) • Kır Gün Kırk Gece (Esat Özgül, 1953) • Ne Sihirdir Ne Keramet (Esat Özgül, 1951)	• Baybora'nın Oğlu (Suat Yalaz, 1970) • Bozkırlar Şahini Targan (Mehmet Aslan, 1968) • Bozkurt Obası (Sami Ayanoğlu, 1970) • Dadaloğlu (Melih Gülgen, 1971) • Dadaloğlu Destanı (Yaşar Tunalı, 1872) • Deli Dumrul Kurtlar Kuşlar Arasında (Oğuz Yalçın, 2010) • Destan (Remzi JönTürk, 1970) • Destan Destan İçinde (Seyfi Havaeri, 1970) • Genç Osman (Yavuz Yalınkılıç, 1970) • Karaca Oğlan (Atıf Yılma, 1959) • Keşanlı Ali Destanı (Atıf Yılma, 1970) • Malkoçoğlu (Sürreya Duru, 1966) • Salur Kazan (Burak Aksak,

		2017)
Efsane Motifleri İçeren Türk Filmleri • Ağlayan Kaya (Hicri Akbaşlı, 1957) • Anadolu Efsanesi Kıyan Tepesi (Adem Ayrıl, 2004) • Çayda Çıra Efsanesi (Erkan Abacı, 1982) • Gelin Kayası (Yunus Yılmaz, 1970) • Göl Efsanesi (Adem Ayrıl, 2004) • Murat Çeşmesi (Janos Varnay, 1957) • Şahmeran (Zülfü Livaneli, 1994) • Şeytan Kayaları (İlhan Filmer, 1970)	Tasavvuf Motifleri İçeren Türk Filmleri • Evliya Çelebi Ölümsüzlük Suyu (Serkan Zelzele, 2013) • Hacı Bektaş - Veli (Fikret Uçak, 1967) • Mevlana (Atıf Yılmaz, 1973)	Kültürel Motifler İçeren Türk Filmleri • Adak (Atıf Yılmaz, 1979) • Adak Tepe (Kadri Ögelman, 1952) • Başlık (Kemal İnci, 1965) • Beddua (Alper Mesçi, 2018) • Berdel (Atıf Yılmaz, 1990) • Büyü (Orhan Oğuz, 2004) • Düğün Dernek (Selçuk Aydemir, 2013) • Eğreti Gelin (Atıf Yılmaz, 2004) • Lal Gecesi (Reis Çelik, 2012) • Mavi Boncuk (Ertem Eğilmez, 1975)

Taşralı-züppe, kadın-erkek, zalim-mazlum, yoksul-zengin-özgün-taklit, model-kopya ayrımında olan Türk sineması ayrıca karakter yaratmada sorunlar yaşamaktadır. Bunun sebebinin insanları temel olarak birtakım kategorilere bölen modern düşüncesin etkisinde olmasıdır. Bu süreç içerisinde modernleşme aşamasında geleneklerine daha bağlı, modern eğitim olanaklarından

yararlanmayan, kent merkezleri yerine kasabalarda ve köylerde yaşayan halk, aydınlanmamış yoz bireyler olarak görülmektedir (Yılmaz, 2019, s. 25). Kendinden önceki sanatlardan beslenerek oluşan sinema, kendinden sonra ortaya çıkan televizyonu da etkilemiştir.

4.2.3. Televizyonda Yerel ve Gelenek Kültürü İmgeleri

Birbirini takip eden süreçlerin sonucu olarak teknolojik ve sosyal ilerlemeler televizyonun ortaya çıkışına zemin hazırlamıştır. 1879'da telefonunun, 1878'de fotoğrafın, 1889'da ilk hareketli resim kamerasının, 1895'te sinematografin bulunması televizyonun icadına zemin hazırlamıştır. Bugünkü anlamıyla modern televizyonun icadı 1923 yılında Rus asıllı ABD'li mühendis olan Vladimir Kosma Zworykin tarafından gerçekleştirilmiştir. Resim tarama yöntemini tümüyle elektronik hale getiren Zworykin, ertesi yıl da kinoskop olarak adlandırılan resim tüpünün patentini almıştır. Bu buluş sayesinde televizyon sisteminin tümüyle elektronik olarak oluşturulmasını olanaklı hale gelmiştir (Serim, 2007, s. 24). İlk düzenli televizyon yayınları ise 1936'da İngiltere'de, 1939'da Amerika Birleşik Devletleri'nde ve Rusya'da başlamıştır. İlk yayınlar her ne kadar İngiltere'de başlamış olsa da ABD' de televizyon yayıncılığında daha fazla gelişim göstermiştir. Bunun en önemli nedeni II. Dünya Savaşı olmuştur. ABD'nin savaştan daha az etkilenmesi televizyon yayıncılığında ilerlemesini kolaylaştırmıştır.

Televizyonun gelişim aşamalarını Aziz (1981, s. 28-29) şu şekilde sınıflandırmıştır: 1936-1945 deneme ya da başlangıç devresidir. Bu devrede birkaç ülkede yayına geçen televizyon II. Dünya Savaşı nedeniyle gelişimi olumsuz olarak etkilemiştir. 1945-1960 gelişme ya da olgunluk devresi olarak kabul edilmektedir. Bu devrede televizyon yayılmaya ve benimsenmeye başlamıştır. 1960'dan sonrası ise altın çağ olarak kabul edilmiştir. Bu devrede teknik olarak gelişen televizyonda renkli yayınlar başlamış, yayın türleri artmış, naklen yayınlar başlamıştır.

Türkiye’de ise televizyon alanındaki ilk çalışmalar 1952 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi Elektrik Fakültesi Elektronik Bölümü tarafından gerçekleştirilmiştir. Türk toplumun televizyon ile tanıştırması bakımından önemli olan bu yayınlarda haber, müzik ve çeşitli programlara yer verilmiştir. Cuma günleri 17.00-18.00 arasında düzenli yayınlara geçen İTÜ televizyonu Üniversitenin Gümüşsuyu’ndaki binasında gerçekleştirilmiştir. İstanbul merkezli olan bu yayınlar sınırlı sayıda kişi tarafından izlenmiştir (Cankaya, 1997; Aziz, 1999). Ocak 1968’de Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) yayın hayatına başlamıştır. Türkiye’de 1968’de TRT bünyesinde devlet tekeli olarak başlayan televizyon yayınları, teknik gelişimini 1980’li yıllara kadar tamamlamış, 1980’li yılların sonuna doğru kanal sayısını 5’e çıkarmış uydu teknolojisinden yararlanarak yalnız ülke içine değil, Avrupa, Asya ve Afrika ülkelerine de televizyon yayınlarını ulaştırmıştır (Aziz, 1999, s. 8). Siyah beyaz başlayan yayın 1984’te renkli olarak devam etmiştir. 1990’lı yılların başından itibaren özel televizyon kanallarının yayın hayatına başlaması ile birlikte çok seslilik ilkesinin egemen olduğu bir döneme geçilmiştir. Sınır ötesi televizyon yayınları sayesinde geniş kitlelere aynı anda seslenebilme fırsatı elde edilmiştir. Birbiri ardına açılan ve yayın hayatına başlayan özel kanallar, televizyon yayıncılığı alanına birçok yenilik getirmiştir (Büyükbakkal, 2007, s. 24). Yaklaşık yirmi yıl boyunca yayıncılık tekeli elinde tutan TRT, özel televizyon kanallarının rekabeti karşısında bir süre bocalar. Özel televizyon kanalları, TRT’nin önemli ölçüde izleyici kaybettiği bu dönemde yerli diziler ve farklı program türleri ile öne çıkar. TRT, bu rekabete yeni yatırımlar ve büyük projelerle karşılık verir (Cankaya, 2003, s. 273). Ayrıca televizyon yayıncılığında meydana gelen bu yenilikleri düzenlemek amacıyla Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) oluşturulmuştur. Kurul, radyo ve televizyon yayınlarının şartlarını ve ilkelerini belirleme, taraf olunan uluslararası anlaşmalara uygunluğunu denetleme yetkisine sahiptir. Başlangıçta eğitim amaçlı kullanılması amaçlanan televizyon, ilerleyen yıllarda içeriğini tiyatro, klasik müzik, Türk sanat ve halk müziği konserleri, sağlık, çocuk ve kültürel programlara yer verecek şekilde genişletmiştir. Günümüzde geniş kitlelere ulaşan televizyonun işlevleri ise eğitim ve kültür düzeylerinin yükseltilme, haber ve bilgi edinme, hoşça vakit geçirme,

eğlendirme ve dinlendirmedir. Kamu ve özel TV kanallarında yer alan programlar ise eğitim, kültür, haber programları olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Hedef kitlesine göre çocuklara, gençlere, ailelere yaşlı ve emeklilere, iş ve meslek kesimine göre, özel izleyici kitlesine göre de programlar şekillenmektedir (Mete, 1999, s. 36-37).

1960’larda yayın hayatına başlayan televizyon kendinden önceki sözlü ve yazılı-basılı kültür bağlamından beslenerek içerik üretmeye başlamıştır. Bu içeriklerde yerel ve gelenek kültürü imgeleri de çeşitli amaçları gerçekleştirmek için kullanılmıştır. Televizyon içerikleri üreten aktörler, yazılı-basılı kültür bağlamında, radyoda, sinemada olduğu gibi yöneticiler ve aydınlardır. Birçok kitle iletişim aracında olduğu gibi televizyon da siyasetten bağımsız olmamıştır. Dördüncü güç olarak kabul edilen medya siyasi aktörler tarafından kullanılmıştır.

TRT, 1963’te yayın yılına başlarken, yayında gerek örgün eğitim gerekse yaygın eğitim programlarına ağırlık verileceğini ayrıca köylünün yaşam seviyesini yükseltici yayınlar hazırlayacağını belirtmiştir. Böylece televizyon, tiyatro ve sinemanın gidemediği, gazete, dergi, kitabın ulaşamadığı halka ulaşacak ve halkın kültürlenmesini sağlayacaktır. Özel televizyon yayıncılığının başlaması ile birlikte çok sesli bir döneme giren televizyonda haber programı, yarışma programı, eğlence programı, açık oturum ve tartışma programı, belgeseller, diziler, çocuk programları, magazin programları olmak üzere birçok program yapılmıştır. Her ne kadar çok fazla program türü olsa da Türk televizyon yayıncılığında diziler ön plandadır. Diziler aynı zamanda “yumuşak güç” olarak tanımlanan kamu diplomasisi alanında önemli bir yere sahiptir. Türk dizileri tarihi kurgular, çağdaş dramalar, komedi dramaları, melodramlar, aksiyon dramaları, romantik dramalar gibi farklı türlerde üretilmektedir. Diziler iyi ve kötü karşıtlığı üzerinden anlatılan hikâyelere sahiptir. Diziler, reklamlar, magazin, talk-reality Showların yanında birçok belgesel programı da yayınlanmıştır. Televizyon, yazılı ve sözlü edebiyat ürünlerini çeşitli programlar aracılığıyla kullanmış ve kullanmaya da devam etmektedir.

Yerel ve gelenek kültürü yine bu dönemde de farklı bir sosyal yapı olarak kentlinin karşısında konumlandırılarak imgeleşmiş, bu imgeler kimi zaman dram kimi zaman komedi türünde işlenmiştir. Başlangıçta roman, radyo gibi halkı eğitmek amacıyla ortaya çıkmış olan televizyon günümüzde kültür endüstrisi araçlarından biri haline gelmiş ve yüksek kâr/rejting elde edebilmek için program içerikleri üretmeye odaklanmıştır. Bu doğrultuda özgünlük ve farklılık kaynağı olarak kabul edilen yerel ve gelenek kültürü imgeleri kullanmıştır. Televizyonda kullanılan yerel ve gelenek kültürü imgelerinin büyük bir kısmı roman, radyo ve sinema bağlamlarındaki imgelere benzerlik göstermektedir. Bu kısımda diğer bağlamlardan farklılık gösteren imgelere yer verilecektir.

Yerel ve gelenek kültürü imgeleri medya araçları tarafından çeşitli amaçlar için kullanılmaktadır. Özellikle reklamcılık alanında pazarlanan ürünün yerel tarafından tanıtılmasına özen gösterilmiştir. Böylece pazarlanan ürün yeni olsa bile yerelin gündelik hayatının bir parçası olduğu gösterilerek ürünün doğallığı vurgulanmıştır. Lay's reklamları bu durumun örneklerinden birisidir. Türk kültürünün dışında bir yiyecek türü olan Lay's kültürel unsurlar kullanılarak, tüketiciyle bağ kurması amaçlanmıştır (Yıldırım, 2019). Başlangıçta reklamcılıkta tanıtılan ürünler ön planda olurken günümüzde duygusal bağlar kurması öncelikli hale gelmeye başlamıştır. Bu amacın gerçekleştirilmesi için de yerel ve gelenek kültürü imgeleri kullanılmıştır. Televizyon yerel ve gelenek kültürü imgelerini kullandığı gibi yerel ile ilgili yeni imgeler de yaratmaktadır. Bunlardan birisi de ağalık imgesidir. Sinemanın Züğürt Ağa, Kibar Feyzo gibi filmlerle yok etmek, ortadan kaldırmak için uğraştığı ağalığı televizyonda Asmalı Konak, Sıla gibi dizilerle tekrar yaratılmıştır. Dizilerde ağalık ve ağa ile ilgili görüşlerin yumuşaması, ılımlı bir çizgiye gelmesi sağlanmıştır (Serarslan, 2007, s. 26).

Reklamlarda kullanılan imgeler genellikle izleyicinin içinde bulunduğu zamanla örtüşmez. Çünkü anlıktır, durmadan yenilenir hatta tekrar eder. İnsanların içinde yaşadığı zamana bağlı olarak geçip giden zamandan bahsetmektedir (Güneş, 2019, s. 56). Reklamlar, modern dünyanın algılarını popüler kültüre yansıtması bakımından önemlidir. Yerel ve gelenek kültürü geçmişten günümüze medyada

saflığı, temizliği ve doğallığı ile ön plana çıkmıştır. Fakat “içim yoğurt” gibi bazı reklamlarda yerel ve gelenek kültürü, saflık ve doğallıkla ilişkilendirdiği söylemlerinin parodisi yapılarak altı oyulmuştur. Yani bu reklamlarda halk kültürü parodileştirilerek ve ters-yüz edilerek medya tarafından yeniden üretilmiştir (Kebeli, 2006, s. 63). Ayrıca reklamlarda Türk Bayrağı, Türk aile babası, Türk kahvesi, fincanı ve falı, türküler, Ramazan ayı, kayınvalide-kayınpeder, iftar sofrası, Ramazan pidesi vb. imgeler de kullanılmaktadır.

Yerel ve gelenek kültürü imgelerinden biri olan âşıklar da televizyon içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. 1970’li yıllardan itibaren televizyonlarda âşıklar için çeşitli programlar düzenlenmiştir. 1971, Ozanların Sazından, Ozanlarımız; 1976, Âşıkların Dünyasından Halk Hikâyeleri, 1990’lı yıllar Ozanın Kopuzundan vb. Genel olarak medya özelde televizyon yerelin temsilcisi gibi görülse de yayınlar incelendiğinde yeni formatlara eskinin yerleştirilmeye çalışıldığı fark edilmiştir. Kültürel bellekte var olan unsurlarla hedef kitleye hitap etmek ve sonuç olarak daha fazla izlenebilmek televizyonun asıl amacıdır (Fidan, 2018, s.149-156).

Kendinden önceki kültür bağlamlarından beslenen televizyonda da “yoksulluk ve yoksunluk kültürü” (Günay, 2017) yerel üzerinden işlenmiştir. Yerel az ile yetinen, fedakâr bireyler olarak karşımıza çıkarken paranın ve zenginliğin insanı olumsuz olarak etkilediği ayrıca paranın olduğu yerde aile, huzur, mutluluk gibi değerlerin olmadığı vurgulanmıştır.

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 kadar bir sistem oluştururlar (Adorno, 2011, s.109). Tüketici gereksinimlerinden hareket eden kültür endüstrisi bu gereksinimleri denetim altına alınabilir ayrıca yeniden üretebilir. Televizyon gelenek kültürden etkilenecek içerik ürettiği gibi ürettiği içerikler de gelenek kültürünü de etkilemektedir.

5. BÖLÜM

SANAL-DİJİTAL KÜLTÜR BAĞLAMINDA YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ İMGELERİ

5.1. 2000-2020 DÖNEMİ VE SANAL-DİJİTAL KÜLTÜR

Günümüzde kullanım alanı genişleyen bilgisayar, *çok sayıda aritmetiksel veya mantıksal işlemlerden oluşan bir işi, önceden verilmiş bir programa göre yapıp sonuçlandıran elektronik araç, elektronik beyin* olarak tanımlanmaktadır. 1897’de Joseph Thomson’un elektron keşfinden sonra ilk elektronik dijital bilgisayar “Atanasoff-Berry” John Vincent Atanasoff ve Clifford Berry tarafından 1939’da tasarlanmıştır. 1960’lı yıllar ise “soğuk savaş” olarak adlandırılan yıllardır. Bu dönemde Ruslar’ın uzay araştırmalarındaki ilerlemeleri Amerikalıları tedirgin etmekteydi. ABD 1962’de Savunma Bakanlığına bağlı olarak ARPA’yı (Advanced Reserch Project Agency) kurdu. 1965’te “network’un” müjdecisi WAN (Wide Area Network) geldi. 1969’da ABD’nin savaş araştırmacılarının toplandığı ARPA, ARPANET’i kurdu. Kurulum amacı ise üniversite ve diğer kurumlardan bu projeye katılan araştırmacıların bilgileri hızlı paylaşmasıdır. ARPANET 1971’de yirmi üç kullanıcıya ulaştı. 1972’de Ray Tomlinson iki bilgisayar arasında mektup gönderecek ilk programı yazdı. 1981’de ise Berkeley’den Eric Allman, “send mail” programını geliştirdi. 1992’de 1 milyon sınırını aşan kullanıcı sayısı 2000 itibariyle 300 milyonu aşmıştır (Emiroğlu, 2011, s. 67).

Türkiye’ye “elektronik beyin” adıyla haberleri gelen robot ve uzay çağı, ilk kez 1960 Eylül’ünde Karayolları Genel Müdürlüğü’nde IBM 650 kullanımıyla bu dünyaya ait bilgilere dönüştü. 1964’te İTÜ Bilgisayar Merkezi kuruldu, Ziraat Bankası ve 1967’de ODTÜ bilgisayar kullanımına başladı. Özel sektör 1985’ten itibaren PC (personel computer) kullanımına başlamıştı. 6 Mart 1990’da Karel Elektronik AŞ yüzde 70’i Türkiye’de üretilen malzemeye bilgisayar yaptı.

Üretilen Türkçe yazılım programının 1990 üretim hedefi 10 bindi. İnternet 1993 Nisan'ında ODTÜ kanalıyla Türkiye'de mümkün olmuştur (Emiroğlu, 2011).

Bilgisayarın gelişimi ile paralel olarak ortaya çıkan internet de her dönem yeni özellikleriyle kendisini güncellemiştir. Böylece kullanıcılarına farklı, özgün deneyim imkanları sunmuştur. 1989 yılında HTML (Hyper Text Markup Language) etiket dilinin ortaya çıkması ile birlikte ilk öğrenme ağı olarak Web 1.0 ortaya çıkmıştır. İnsanların iletişim kurabileceği ortak bir bilgi alanı yaratmak amacıyla 1898'da Tim Burnes-Lee tarafından öne sürülen Web 1.0 salt okunur bir yapıdaydı. Kullanıcıları pasif bir konumda olan Web 1.0 içeriklere herhangi bir ekleme ya da çıkarma yapma yetkisine sahip değildi. Http, HTML ve URL bağlantılarına sahip olan Web 1.0 sadece bilgiyi öğrenmeye odaklı bir ağıdı (Ersöz, 2020; Aghaei vd. 2012). Daha sonra ise etkileşim ve iletişim ağı olarak Web 2.0 ortaya çıkmıştır. Web 2.0 ise ilk defa Dale Dougherty tarafından MediaLive ile yapılan konferansta kullanılmıştır. 2000-2009 yılları arasında ortaya çıkan Web 2.0 ile kullanıcı merkezli ve işbirlikçi bir ortam oluşturulmaktadır (Ersöz, 2020, s. 60). Bu dönemde Bloglar, Twitter, Facebook, YouTube, Wiki gibi internet sayfaları ortaya çıkmıştır. Web 1.0'ın aksine Web 2.0 kullanıcıların geri bildirim sağlamasına imkân tanınmış böylece sosyal ağlar aracılığıyla ciddi bir bilgi akışı yaşanmıştır. Bu dönemde akıllı telefonların piyasaya sürülmesi ile birlikte internet kullanıcıları fotoğraflar, dosyalar, müzikler, videolar gibi farklı içeriklerde paylaşımlar yapma imkânı bulmuştur.

Üçüncü nesil Web olarak tanımlanan Web 3.0 ise 2010 yılından günümüze kadar olan süreci ifade etmektedir. Web 3.0 aynı zamanda semantik Web olarak da bilinmektedir. Anlamsal ağın temel amacı Web'i sadece insanlar tarafından değil makineler tarafından okunabilir hale getirmeyi amaçlamaktadır. İnternet kullanıcılarının Web üzerinden arama yaptıkları davranışlar, onların tercihlerine göre sıralanıp, özelleştirilecek böylece küresel bir veri ağı ortaya çıkacaktır. Web 3.0 ile veri ambarında kullanıcıların yaptıkları aramalar bulunmaktadır. Bu veriler birçok kurum tarafından müşteri memnuniyetini arttırmak, beklentileri karşılamak amacıyla incelenmektedir. (Ersöz, 2020; Aghaei vd. 2012). Web 3.0'da yapay zekâ mantığı ile büyük verilerin

yapılmasına başlanmıştır. Gelişmekte olan Web 4.0 ile ilgili halihazırda bir tanımlama mevcut değildir. Simbiyotik Web olarak bilinen Web 4.0, 2011 yılında ilk kez Almanya’da ortaya çıkan Endüstri 4.0 kavramı ile ilişkilendirilmektedir. Daha verimli üretimler yapılması ve yapılan bu üretimin özelleştirilmesi amacıyla Web 4.0 ile zihin kontrollü ara yüzler gibi daha güçlü ara yüzler oluşturmak mümkün olacaktır. Nesnelerin interneti olarak tanımlanan Web 4.0’ın insan ve makine zekasının bir arada olduğu ortak bir alan haline gelmesi beklenmektedir. (Ersöz, 2020; Aghaei vd. 2012). Ersöz’e göre (2020) gelmesi beklenen Web 4.0 aracılığıyla yeni nesil teknolojilerinin güncellenmesi ve ultra akıllı robotların, makinaların geliştirilmesi ayrıca insanlara has özellik olan duygusallık ile duygusal düşünmeyi başaran makineleri getirmesi hiç de uzak görünmemektedir. Yapay zekâ işletim sistemlerinin ve Bulut bilişim teknolojilerinin devreye girdiği Web 4.0’ın günümüzdeki örnekleri ise Cortana (Android), Siri (Iphone), Google Docs, YouOs, DesktopTwo uygulamalarıdır.

Başlangıçta bilgisayar ve internet bilim adamları arasındaki iletişimi kolaylaştırmak için kullanılmaktaydı. Zaman içerisinde ise etki alanı genişleyen çok yönlü bir icat haline gelmiştir. İnternetin yapmaya imkân vereceği şeyler tam olarak sınırsızdır. Bu saf esneklik, doğal olarak, internetin neye dönüşeceği dair acayip tahminler üretme noktasında bir yarışa sevk etmekteydi. Bize şöyle söyleniyor: İnternetin bilgiyi bağlama ve bilgiyi ulaşma konusundaki yeni yöntemi sayesinde internet iktisadi refah konusunda yeni bir çağ açacak, tam da aradığımız bilgiyi bize sunacak motorların gelişimini sağlayıp yaygın eğitimin sorunlarını çözüp bizi aktüel gerçeklikle temas ettirecek, gerçek hayatta sahip olduğumuz kimliklerden çok daha esnek kimliklere sahip olmamızı sağlayan sanal dünyaları keşfetmemizi sağlayacak ve böylece yaşamımıza yeni anlam boyutları katacaktır (Dreyfus, 2016, s. 14).

Bilgisayar ve internet teknolojilerinde yaşanan ilerlemeler gündelik yaşam üzerinde de önemli bir değişikliğe sahip olmuştur. Akıllı cihazların, kablosuz ağ ve mobil teknolojilerin yaygınlaşması ile birlikte tüketici kavramı yerini “dijital tüketiciye” bırakmıştır. Günlük hayattaki kullanıcı deneyimleri geri planda kalırken sosyal ağların kullanımının yaygınlaşması ile birlikte internet üzerindeki

deneyim bilgisi yaygınlaşmıştır. Bu durum pazarlama faaliyetlerine de yansımıştır. Dokuma tezgahından siber sitelere uzanan Endüstri Devrimleri pazarlama alanının da yapısını değiştirmiştir. Ürün odaklı pazarlama anlayışından sanal odaklı pazarlama anlayışına geçiş süreci aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 2: Pazarlama 4.0 Kavramına Kadar Olan Pazarlama Evrimi (Akt, Tarabasız 2013, s. 130).

	Pazarlama 1.0	Pazarlama 2.0	Pazarlama 3.0	Pazarlama 4.0
Amaç	Ürün Satmak	Müşteriyi memnun etmek	Dünyayı daha iyi bir yer yapmak	Bugünden geleceği yaratmak
İmkân Tanıyan Güç	Sanayi devrimi	Bilgi teknolojisi	Yeni dalga teknolojisi	Sibernetik devrim ve Web 4.0
Anahtar Pazarlama Kavramı	Ürün geliştirme	Farklılaştırma	Değer	Müşteriye göre üretim ve tam zamanında üretim
Diğer Önergeleri	İşlevsel	İşlevsel ve duygusal	İşlevsel, duygusal ve ruhsal	İşlevsel, duygusal, ruhsal ve kendi kendine yaratıcılık
Müşterilerle Olan Etkileşim	Birden fazla işlem	Birebir ilişki	Çoktan çoğa iş birliği	Çoktan çoğa beraber yaratma ve iş birliği

Bu bağlamda pazarlama 1.0, ürün; pazarlama 2.0, müşteri; pazarlama 3.0, değer; pazarlama 4.0, sanal pazarlama odaklı olarak tanımlanmıştır. Teknoloji alanındaki gelişmeler üretim tesisleri, pazarlar ve tüketici davranışları gibi önemli pazarlama faktörleri üzerinde etki göstermektedir. Bu etkinin getirdiği

değişim ve dönüşümler pazarlama stratejilerinin de değişiklik göstermesini sağlamıştır. Sosyal ağlar sayesinde, kullanıcı deneyimleri günümüzde giderek önemini artırmaktadır. İnternet aracılığıyla ürünlerde karşılaştırma yapılmakta ve o ürünü satın alan diğer müşterilerin deneyim bilgilerine ulaşılmaktadır (Büyükkalaycı, 2019, s. 465). Sadece kullandığı ürünü değil aynı zamanda markayı da değerlendirme yetkisine sahip olan yeni nesil dijital tüketiciyi memnun etmek zorlaşmaktadır. Yeni nesil müşteriler sadece temel ihtiyaçlarını, isteklerini ve kaygılarını tatmin edecek ürünleri aramamaktadırlar. Pazarlama 3.0'da tanımlananlar gibi yaratıcılıklarını ve değerlerini de tatmin etmelidirler ama en önemlisi, aynı zamanda ürünün bir parçası olmaları, diğer bir deyişle ürünlere katılabilmeleri, ürünlerle etkileşimde bulunabilmeleri gerekir (Ertuğrul ve Deniz, 2028, s. 162).

Endüstri devrimlerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan internet, ilk ortaya çıktığı tarihten itibaren gelişerek/değişerek ilerlemektedir. Web 2.0'ın getirdiği olanaklar medya ailesine, küreselliği, ulaşılabilirliği kitlelerle etkileşerek yarattığı farkındalık ve bilişsel etkinliği açısından ön plana çıkan ve çağın medyası olarak nitelendirilmiş (Ercek, 2019, s. 30). İnternet radyo ve televizyonun aksine çift yönlü bir iletişim kurulmasını sağlamıştır. Bu çift yönlü iletişimin kurulmaya başladığı yıllar 2000'li yılların başına tekabül ettiği için çalışmamızda da başlangıç tarihi seçilmiştir. Bu dönem aynı zamanda kültürün ekonomik ve endüstriyel boyutunun tartışılmaya başlandığı dönemdir. Sanayi devrimlerinin bir sonucu olarak sosyo-ekonomik yaşam şartları değişmiş ve bu değişim yeni endüstriyel alanların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Kültürel öğeler geleneksel bağlamları dışında sağlık, iletişim, eğlence, turizm, mimari, sinema, televizyon başta olmak üzere birçok alanda kullanılmıştır ve kullanılmaya devam edilmektedir. Kültür ekonomisi adı verilen bu alan aracılığıyla kültür özerk ekonomik bir alan haline gelmiştir. Kültür ekonomisi ve endüstrisi yüksek kârların elde edildiği ve çok yönlü olumlu sonuçlar doğuran moda yatırım alanları olarak kabul edilmekte, istihdam ve millî gelir içindeki payı hızla büyümektedir. Bu sektörlerin ortak noktası ise “yaratıcılık” temelinde var olmaları ve gelişmeleridir. Yaratıcılık ise belirli bir belleğe, birikime dayanarak ortaya çıkmaktadır. Yaratıcılık farklı ve özgün olmak demektedir. Kültürel bellek

de yaratıcılık için gerekli olan verileri, altyapıyı içerir. (Özdemir, 2012, s. 106-107). Başlangıçta geçmişi ait, geçmişi temsil eden gelenek kültürü bu dönemde dinamik bir olgu, geleceğin tasarlanmasında bir araç olarak kabul edilmiş ve özellikle sanal-dijital kültür bağlamı içerisinde kullanılmıştır.

Sanal-dijital kültür bağlamında yapılan folklor çalışmaları “digital folklor, e-folklore, sanal folklor, ağ folkloru, netlore, internetlore, internet folkloru, netrografi” gibi terimlerle adlandırılmaktadırlar. Netlore terimi, yüz yüze iletilmeyen, sözlü olmayan ve kuşaktan kuşağa aktarılmayan (De Vos, 2018) folklor olarak tanımlanmaktadır. Netrografi ise “net ve etnografi” sözcüklerinin birleşiminden doğan ilk olarak pazarlamacılar tarafından kullanılan bir terimdir. Sanal netnografi olarak tanımlanan bu kavram bilgisayar aracılı sosyal etkileşim yoluyla oluşturulan toplulukların ve kültürlerin çalışmasına uyum sağlayan bir dizi çevrimiçi araştırma yöntemini ifade etmektedir (Bowler, 2018, s. 26).

Kendinden önceki sözlü ve yazılı kültür ortamından beslenen sanal bağlam yeni bir kültür ve yaşam alanı haline gelip bilimsel çalışmaların konusu olmuştur. “Doğal olarak, önceki kültür bağlamları gibi sanal kültür de insanlığın var olan ve yaşayan kültürel birikiminden yararlanılarak oluşturulmuştur. Her kültürel bağlam gibi sanal kültürde de alıntılanan ya da aktarılan kültürel birikim çeşitli değişikliklere uğramıştır. Kültür, iletişimdir ya da iletişim kültürüdür” kabulü de hatırlandığında, her yeni iletişim türü, biçimi, sistemi, teknolojisi, aracı devraldığı birikimi kendi sistemine uygun, kendine özgü hale getirmekte, diğer bir deyişle dönüştürmektedir (Özdemir, 2017, s. 271). Günümüzde sanal-dijital kültür ortamı herhangi bir sınırlama getirmeden yaşayan geleneksel ve kültürel mirasın sergilendiği, aktarıldığı, tanıtıldığı bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylece geleneksel yapıda kuşaktan kuşağa aktarılan kültürel bellek dijital belleğe dönüşmeye başlamıştır. Kültürün bu dönüşümü ile yeni endüstri alanları yaratılmış ve yaygınlaşmıştır.

Sanal-dijital kültür ortamında insanların benliklerini tanımlayan unsurlar da dahil olmak üzere önem attıkları hemen her şeyi dijitalleştirmelerinin ve gündelik hayatta gerçekleştirilmeye alıştırılmış neredeyse tüm kültürel etkinliklerin benzer işlevlerle fakat farklı biçimlerde sana ortamın sunduğu ortak tekno-sosyal

yaşam bağlamlarının yeniden üretilmesinin ve icra edilmesinin önünü açmaktadır (Gülüm, 2018, s. 128). Folklor ürünleri yeni bağlamlarla işlenerek yaşamaya devam etmektedirler. Sanal-dijital kültür bağlamında daha erişilebilir, sınırsız, değişebilen ve güncellenebilen metin kavramları ortaya çıkmıştır (Özdemir, 2019, s. 21). Sosyal paylaşım ağları, video paylaşım ağları, blog siteleri, bilgi paylaşım ağları bu metinlerin sunulduğu yerlerden bazılarıdır. Geleneksel metinler, sözlü, yazılı ve sınırlı olmasına karşın sanal ortamdaki metinler resim, animasyon ve grafiklerle birlikte sunulmaktadır. Sözel, görsel, işitsel sunum şekline sahip olan bu metinlerin anlaşılabilirliği ve yaygınlaşması artmaktadır.

Gülüm'e göre (2018) folklor, eyleyicilerinin zihinde taşınan, belirli bir mekânsal organizasyon özelinde, çoğunlukla tanımlı bir sosyalite çerçevesinde, icat edilen çeşitli iletişimsel stratejiler aracılığıyla ve tekrarlanabilen, varyantlaşabilen kültürel pratikler dolayımında icra edilen müşterek gelenek bilgisidir. Bu tanıma göre sanal ortamın mekânsallık, sosyalite, etkileşimsellik, geleneksellik, icracılık parametrelerine sahip olduğu ve sanal etkileşim ortamlarında kullanıcılar tarafından meydana getirilen toplulukların folklorik grupların tüm niteliklerini üzerinde taşıdıkları kabul edilmiştir.

Dinamik yapıya sahip olan sanal-dijital kültür bağlamı üretilen ya da aktarılan folklor ürünlerini değiştirme, güncelleme ya da tamamen ortadan kaldırma imkanına sahiptir. Sanal-dijital kültür bağlamı bizi aktüel gerçeklikle temas ettirecek, gerçek hayatta sahip olduğumuz kimliklerden çok daha esnek kimliklere sahip olmamızı sağlayan sanal dünyaları keşfetmemizi sağlayacak ve böylece yaşamımıza yeni anlam boyutları katacaktır (Dreyfus, 2016, s. 14). Sanılanın aksine insan burada edilgen değil aktif bir yapıdadır. Sanal-dijital kültür bağlamını geliştiren, kültür ürünlerini aktaran ve bu aktarımdan etkilenen yine insandır.

Amaç ne olursa olsun insanın sanal-dijital kültür ortamındaki etkisi arttıkça folklor ürünleri ile internet arasındaki bağ da artmaktadır. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de folklorun yerelden evrensele ulaşması, sanallaşması söz konusudur. Bağlamı değişen ürüne çağa uygun yeni bir anlam yüklenirken,

diğer taraftan eski döneme ait yapı ve tema saklanarak yeni çağa/kuşağa aktarılmaktadır. Folklor ürünü, sanal dünyada güncellenirken içinde yaratıldığı imgesel mekâna ait yeni terimlerle zenginleştirilmektedir (Bars, 2018, s. 164).

Folklor ürünleri yeni teknolojiler ile birlikte değişen yaşam biçimine uyum sağlayarak varlığını sürdürmüşlerdir. Dan-Ben Amos, folklorik bir hareket için hem gösteri ve anlatmayı yapanlar hem de seyirci aynı halde ve aynı referans grubunun parçası olması (2006, s. 35) gerektiğini savunur. İnternet herhangi bir toplanma yeri gibi normal, gayri resmî, günlük, sosyal etkileşimin gerçekleştiği bir yer haline gelmiştir. Bu tür bir etkileşimin meydana geldiği yer tıpkı diğer yerler gibidir ve folklor burada ortaya çıkar (Mcneill, 2018, s. 117). Sanal-dijital kültür ortamında insan, radyo ve televizyonun aksine yüz yüze iletişim kurma, sözlü geleneği aktarma/yayma imkânı bulmuştur. İnternet aracılığıyla insanlar birbirinden bağımsız olarak farklı gruplara üye olmaktadır. Böylece var olan folklor ürünleri sanal-dijital ortama aktarıldığı gibi yeni toplumsal yapılar, ifade biçimleri, gelenekler de oluşmaktadır.

İletişim teknolojilerindeki yenilik ve gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan sosyal ağlar (Social Network Sites-SNS) günümüzde yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Sosyal medya olarak adlandırılan bu ağlar sanal ortamda kadın erkek ayrımı olmaksızın birbirinden farklı yaş gruplarında insanları bir araya getirmektedir. Gündelik yaşamın vazgeçilmezi haline gelen sosyal medya bireyin kimliğinin görünür hale geldiği bir alandır. Ayrıca insanlar bu sitelere hoşça vakit geçirme, sosyalleşme, bilgi edinme, haber alma/verme gibi çeşitli amaçlar için dahil olmaktadır. Çeşitlilik, çokseslilik ideasındaki postmodernizm, kendisini modernizmden ve dogmalardan ayırarak konumlandırırken, ortaya koyduğu argümanlardan birisi olan çokseslilik argümanı, karşılığını bugün sosyal ağlarda çeşitli temsiller ile bulmaktadır (Yegen ve Kırık, 2020, s. 229). Böylece bireyler sahip olduğu gerçek kimlikleri ile sosyal ağlar aracılığıyla oluşturdukları kimliklerini sanal kültür ortamında yansıtmaktadır.

Sanal-dijital kültür ortamı zaman ve mekân kavramlarına da farklı boyutlar eklemiştir. Telefonla birlikte büyük ölçüde değişen mekân kavramı internet ile

birlikte ortadan kalkmıştır. İnsanlar internet sayesinde dünyanın neresinde olursa olsun istediği zaman, istediği yere sanal ortamdan seyahat ederek, orayla ilgili bilgi edinme ve orayı gezip görme şansını yakalamaktadır (Baki, 2014, s. 9). Aynı zamanda bilgi yayılımı da hızlı ve kolaydır. Normal şartlarda bir araya gelemeyen insanlar sanal mekanlarda bir araya gelerek mesajlaşma ve sohbet odalarında iletişimlerini sürdürmektedirler. Bu “uzaktan varoluş” ya da “sanal varoluş” internet kullanıcılarının bilgisayar ekranlarında kendilerine sanal bir varlık kazandırma isteği ile kendilerini yansıtan resim ya da simgelerle bedenselleşirler. Sözlü iletişimin ayrılmaz parçası haline gelen jest ve mimikler, yazılı iletişimde betimlemelerle okuyucun gözünde canlandırılmaya çalışılırken internetle kurulan iletişimle birlikte de kendini görünür kılmamanın yolunu bulmuştur (Gürçayır, 2009, s. 112). Kültürden kültüre farklılık gösterse de grafik, sembol ve ikon kullanılarak iletişimi etkili hale getirmeye çalışılmaktadırlar.

İnternet kullanıcısı gönderen-alan-üreten-tüketen, yazan-okuyandır. Bu nitelikleriyle internet kendisine en yakın dönemin dahi geleneklerini dönüştürür, ayrı bir kültür yaratır. Yeni geleneklerin en önemli yaratım mekânlarından biri haline gelen sanal dünya ile folklor ayrılmaz bir şekilde iç içedir (Bars, 2018, s. 73). Kitle aracılı iletişim teknolojileri geleneksel bağlamları güçlendirirken, katılımcı medya ise yerel bağlaman üzerinden başkılığını ifade edebileceği yeni güçlü kanallar sunmaktadır (Howard, 2018, s. 132).

Günümüzde internet, gündelik yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir. İnsan ürünü olan kültür de bu doğrultuda internette yeni ifade imkanları bulmuştur. Sözün teknolojikleşmesi (Ong, 2010) olarak kabul edilen sanal-dijital kültür ortamının gelenekleri çağına uygun bir biçimde işlenmesinde önemli bir dinamik olduğu görülmektedir (Özdemir, 2019, s. 21). 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. Bu bakımdan geleneklerimiz yok oluyor, endişesi taşıyorsak doğru bir yaklaşım olmadığı inancındayım. (Yıldırım, 1989b, s.7). Gelenek gelenekleşme sürecinde deneme-yanılma

yoluyla oluştuğunu dikkate alınmamaktadır. Geleneğin temeli alan bu kurallar, deneyimlerden elde edilen damıtılmış bilgileri içermektedir ve bu kurallar sürekli değişmekte ve temele yenileri eklenmektedir (Özdemir, 2015, s. 189-190). Sanal, aktif, sürekli güncellenen kültür belleğine sahip olan internet aracılığıyla insanlığın belleği sanallaşarak ağlar ağında korunmakta, paylaşılmakta ve geliştirilmektedir. Bütün bu gelişmeler yerelin belleğini ve kültürel imgelerini ötekilerle kolaylıkla paylaşabilmesini olanaklı hale getirmiştir. İnternet, yerelin daha yerinde bir ifadeyle yerelin kendini keşfini beraberinde getirmiştir (Özdemir, 2012, s.118).

Doğal kültür imgeleri herhangi bir işleme tabi tutulmadan, yaratıcı bir yoruma dönüştürülmeden ham haliyle kullanılmaktadır. Çağdaş imgeler ise modern yorumlarla ortaya konulmakta ve çağrışım, iletişim açısından güçlendirilerek sunulmaktadır. Kültürel imge yaratım sürecinde sadece gerçeklerden değil aynı zamanda efsaneler, mitler, menkıbeler, destanlar, hikayeler, masallar yeni ve etkili imge yaratılması için uygun kaynaklar (Özdemir, 2012, s.115) olarak kabul edilmektedir. İnsana hayal kurdurabilen, çağrışım yaptırılabilen imgeler daha başarılı olarak kabul edilmiştir. Bu bağlamda çağrışımı, yaratıcılığı arttırmak için yerel ve gelenek kültürü imgeleri özellikle tercih edilmektedir.

Sanal-dijital kültür bağlamında kullanılan yerel ve gelenek kültürüne ait imgeler başlangıçta kendinden önceki kültür bağamlarının aktarımı şeklinde gerçekleşmiştir. İnternetin ve sosyal medyanın yaygınlaşması ile birlikte yerelin bizzat kendisi sanal-dijital kültür ortamında var olmuş ve gelenek kültürünü aktarmaya başlamıştır. Doğanın ve geleneksel yaşam tarzının moda olduğu 21. asrın başından itibaren gelenek artık sandıklarda değil sanal sitelerde saklanmaktadır. Çünkü yerelin sandığı (belleği) internette çoktan açılmıştır (Özdemir, 2012, s.118). Folklor sanallaşırken sanal ortam da folklorlaşmıştır. Yeni iletişim araçları folkloru da yeni ifade imkanları sunmuştur.

5.2. SANAL VE DİJİTAL KÜLTÜRDE YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ İMGELERİ

Mekânlar inşaları, insanlar da mekanları yaratmaktadır (Özdemir, 2012, s. 35) sözünden hareketle internet ve sosyal paylaşım siteleri insanları, insanlar da sosyal paylaşım sitelerindeki içerikleri şekillendirmektedir. Kendi anlam ve işlevini üreten internet ve sosyal paylaşım siteleri işlevselliği ön plana çıkarmışlardır. Yerel ve gelenek kültürü imgelerinin oluşturulduğu, yaygınlaştırıldığı internet kendi başına bir kültürel alan haline gelmiştir. Burada üretilen ve aynı zamanda tüketilen kültür, önemli bir ekonomik kaynak olarak ortaya çıkmıştır. Sanal-dijital kültür bağlamındaki imgeler hayal gücü ve yaratıcılık temelinde ortaya çıkmış ve yayılmıştır. İmgeler, giderek yalnızca bireylerin kişisel tarihlerini değil, insanların kendi arşivlerindeki enformasyonlarla sürdürdükleri ilişkileri kaydetmenin de ana aracı olacaklardır. Bu anlamda daha önceki analog imgeler tarihsel değişim ile imge, kimlik, bilgi ve enformasyonun bir süreklilik dâhilinde nasıl dolaşıma girmiş olduklarının işaretleri olacaktır (Burnett, 2007, s. 122). Bu bağlamda sanal-dijital kültü bağlamındaki imgeleri sürekli değişim geçiren ve inşa edilmiş bir ortamın parçası olarak düşünmek mümkündür.

Sanal-dijital kültür bağlamındaki yerel ve gelenek kültürü imgeleri içerik ve işlev analizi yapılarak incelenmiştir. Bu kısımda öncelikle içerik ve imge türleri açıklanıp devamında içerik ve imge alanları açıklanmıştır.

5.2.1. İçerik ve İmge Türleri

Bu kısımda yerel ve gelenek kültürüne ait imgeler görsel, işitsel ve görsel-işitsel olarak ele alınıp örneklendirilecektir.

5.2.1.1 Görsel İçerik ve İmgeler

Yerel ve gelenek kültürü ile ilgili bu kısımda ele alacağımız görsel içerikler yazı ve fotoğrafların yer aldığı içeriklerdir.

5.2.1.1.1 İnternet Tabanlı Sözlüklerde Yerel ve Gelenek Kültürü

Sanal ortamda yerel ve gelenek kültürü imgesinin tanımlandığı ve yaygınlaştırıldığı sitelerden birisi de “sözlük” siteleridir. Ekşi Sözlük, İnci Sözlük ve Uludağ Sözlük bu sayfalardan en popüler olanıdır. Çalışma dahilinde bu sözlüklerin tercih edilmesinde site kullanıcılarının etkileşimde bulunması, sitelerin popülerliği ve geniş kitlelere ulaşabilmesi etkili olmuştur.

Yerel ve gelenek kültürü imgesinin oluşmasına etki eden araçlar Ekşi, İnci ve Uludağ Sözlük siteleridir.

Ekşi Sözlük, Sedat Kapanoğlu tarafından 1999 yılında “sourtimes.org” adlı sitenin bir parçası olarak kurulmuştur. “Kutsal bilgi kaynağı” olduğunu vurgulayan Sözlük, 2017 yılında hem İOS hem de Android için mobil uygulamasını yayınlamıştır. Sözlük’te düşüncelerini yazan kişilere “yazar” yeni üyelere ise “çaylak” denilmektedir. Yazarların yazdığı yazılar, modaratörler ya da “gammaz” adı verilen kişiler tarafından denetlenmektedir ve uygunsuz yazılar silinmektedir. Sözlük’te yazar veya gammaz olabilmek için birtakım aşamalardan geçilmesi gerekmektedir. Kendi içerisinde bir sisteme sahip olan Ekşi Sözlük’te yazarların bilimsel veya tarafsız olma gibi bir zorunluluğu yoktur. Bu durumun sonucu olarak yazılan yazılar hakkında birbirinden farklı dönemlerde hukuki yaptırımlarla karşı karşıya kalınmıştır. Her ne kadar olumsuz bir intiba uyandırsa da Sözlük’ün etkileşim alanının güçlü olması birçok kuruma yardım bağıışı da toplanmasını kolaylaştırmıştır (URL 8).

İnternet tabanlı bir diğer sözlük ise “İnci Sözlük”tür. 19 Aralık 2009 tarihinde Serkan İnci ve İsmail Alpen tarafından kurulan ve başlangıçta “sözlükspot” ismiyle ortaya çıkan İnci Sözlük, 1 Aralık 2014 tarihinde “incisözlük.com.tr” adını almıştır. İnci Sözlük’ün Ekşi Sözlük’ten farklı olarak 3 önemli kuralı vardır: dini, siyasi tartışmalara girilmemesi ve üçüncü kişilere hakaret edilmemesidir (URL 9).

Uludağ Sözlük ise ele alınan bir diğer sözlük sitesidir. 2005 yılında “zall” takma ismini kullanan İsmail Alpen tarafından kurulmuştur. Sözlük’ün sloganı ise “Ulu’lardan Ulu Bir Sözlük”tür (URL 10).

Bu Sözlüklerin genel özellikleri ise şöyledir: Sözlükler oldukça geniş bir kullanıcı ve okuyucu kitlesine sahiptir. Sözlük yazarlarının bilimsel ve tarafsız olma gibi bir zorunlulukları olmamasının sonucu olarak içeriklerde kişisel düşüncelerin bazen argo bazen de müstehcen bir dil kullanılarak aktarılması söz konusudur. Ekşi Sözlük başta olmak üzere diğer sözlüklerin etki alanı oldukça geniştir. Bu durumun yardım kampanyası düzenleme, bağış toplama gibi olumlu etkileri olmakla birlikte linç girişimi ya da yanlış bilginin yayılması/kabulü gibi olumsuz sonuçları da olmaktadır.

Sözlük sitelerinin aktörleri hem siteleri yaratan hem de bu sitede yaratılan algıdan etkilenen insanlardır. Kullanıcı profili genellikle gizlilik esasına dayanılarak takma ad ile oluşturulmaktadır. Dolayısıyla kullanıcıların yaş, meslek vs. bilgileri bilinmemektedir. Fakat yapılan yorumlar analiz edildiğinde genellikle kent merkezli kültür ortamında yetişen ve bu ortamdan etkilenen genç kuşağın ağırlıkta olduğu tespit edilmiştir. Yerel kimliğini ve imgesini tanımlayan bu genç kuşak medya organları tarafından kullanılan klişelerden hareket etmektedirler.

Sözlüklerde “köylü, köy, yerel ve gelenek” kelimeleri kullanılarak arama yapılmıştır. Yorumlarda yerel kelimesine çok az yer verilmiş ve küreselleşmenin karşıtı olarak savunulan olumlu bir kavram olarak karşımıza çıkmıştır. Köylü kelimesi ise olumlu ve olumsuz birçok vasma sahip olarak tanımlanmıştır. Öncelikle köylü kelimesini tanımlayan yorumlara yer verilecektir.

- köyde yaşayan veya köyde doğmuş olan (İnci Sözlük URL 53)
- kötü adam kelimesi fransızcada köyde yaşayan kişi kelimesinden türetilmiş (İnci Sözlük URL 54)
- dünyanın geleceğinde varolmayan topluluk. gelişmiş ülkelerde çoktan tarih oldu. gelişmekte olan ve gelişmemiş ülkelerde de hızla yok oluyor. (Ekşi Sözlük URL 55)

Köyde yaşayan ve gelişmişliği üzerinden değerlendirilen yerel imgesinin ve kimliğinin Sanal-dijital kültür bağlamında şekillenmesinde yazılı-basılı ve elektronik kültür bağamlarının önemli bir etkisi söz konusudur. Bu kültür bağamlarından yöneticiler, düşünürler, şairler ve yazarlar kaynak gösterilerek

yapılan yorumlar destelenmekte ve haklılığı ispat edilmektedir. Olumlu vasıfları vurgulamak istendiğinde Mustafa Kemal Atatürk'ün "Köylü milletin efendisidir!" sözü, Nazım Hikmet'in "Tür Köylüsü" adlı şiiri kullanılmaktadır. Olumsuz vasıflarında kullanılan kaynaklar ise şöyledir:

- Yakup Kadri Karaosmanoğlu ve Sabahattin Ali'nin eserlerinden etkilenecek köylülerin medeniyetsiz, ahlaksız ve gelişmemiş olduğu vurgulanmış.
- Melvana'nın Mesnevi adlı eserinden bir paragraf alıntı gösterilerek köye gitmenin insanı ahmak bir hale getireceği, Peygamber'in de tavsiye ettiği gibi köye gitmemek gerektiği yazıldığı belirtilmiş,
- Bir diğer şiir ise Şükrü Erbaş'a ait olan "Köylüleri Niçin Öldürmeliyiz?" adlı eserdir. Bu şiirde köylülerin değişimi kabul etmediği, ağır kanlı, aptal, kaba, kurnaz oldukları, eşlerini dövdükleri, giyinmeyi bilmedikleri, gazete okumadıkları vd. nedenlerle öldürülmeleri gerektiğini söylenmiş,

Köylü kelimesinin olumlu ve olumsuz özelliklerinden farklı olarak kelimenin başlı başına bir hakaret anlamına geldiği yorumlarda yazılmıştır. Sözlüklerde bulunan "küfür etkisi yaratan ama küfür olmayan kelimeler" başlığı altında köylü kelimesi bulunmaktadır.

- sen sus köylü! (İnci Sözlük URL 56)
- bataкта ilk elden as çıkanlara söylenen söz (Ekşi Sözlük URL 57)
- yurdumuzda bir hakaret "ona bakma sen ya, o köylü." iğrencisiniz (Ekşi Sözlük URL 58)
- dedesi dağda koyun gütmüş insanların hakaret olarak kullandıkları kelime. tarımdan ve hayvancılıktan yeteri kadar para kazanamamış dedesi gelmiş istanbul'a oturmuş iş bulmuş çalışmış ama hanım kızımız, beyefendimiz sanarsınız dampierre şatosunun yirmi sekizinci kuşak mirasçılarımı gibi havalara giriyor. insan bu görmemişler karşısında neler yapacağını şaşıyor. (Ekşi Sözlük URL 59).
- tikky şahısların onlara göre güzel giyinmeyenlere taktığı isim... (Ekşi Sözlük URL 60)

Yukarıdaki yorumlardan hareketle “köylü” kelimesi kent merkezinde yaşayan insanların arasında olumsuz bir davranışta bulunan kişilere karşı kullanılan, hakaret anlamına gelen bir kelime olarak yaygın bir şekilde kullanıldığı tespit edilmiştir. Kent ortamında ahlaki ve toplumsal kurallara uymayan insanlar için kullanıldığı gibi modern olmayan gelenekçi insanlar için de kullanılmaktadır. Ayrıca köylü kavramının tanımlanması ile ilgili bir karışıklık söz konusudur. Şehir hayatındaki kurallara uymayan insanlara köylü denildiği gibi olumsuz kişilik özelliklerine sahip insanlara da köylü denilmektedir.

Sözlük yazarlarına göre köylülerin potansiyeli doğrultusunda şehirde yapabileceği işler belirlenmiştir. Köylüden şehirde sadece *kapıcı* ve *amele* olur. Zira matematik, fizik gibi meslekler soyut düşünmeyi gerektiren mesleklerdir. Köylü soyut düşünmeden yoksundur.

Köylüye ait bir diğer vasıf ise eğitimsiz olmalarıdır. Derlenen yorumlar çerçevesinde köylünün eğitimsiz olmasında kendinden ve dışarıdan kaynaklanan birçok sebebi bulunmaktadır. Eğitim almamasının/alamamasının sebepleri ve eğitimsizliğin sonuçları ise aşağıdadır:

- Köylünün eğitimsiz kalmasının sebebi eski ve yeni iktidarlardır.
- Köy Enstitüleri başarılı olsaydı köylünün eğitim eksikliği giderilecekti.
- Eğitim almamasının sonucu olarak dini duyguları her zaman çeşitli siyasi gruplar tarafından sömürülmüştür.
- Köylünün bir yandan doğal, samimi, içten olduğu savunulurken diğer yandan varlığı birçok olumsuzluk taşıdığı gerekçesiyle adeta yok olması istenmiştir. Bu ikilemi *köylünün ekmeğini severiz, yumurtasını, balını, peynirini, etini sütünü severiz, ama köylüyü sevmeyiz; biraz fazla acayip değil miyiz?* (Uludağ Sözlük URL 61) yorumu ile ortaya koymaktadır.

Sözlükler, köylü ile ilgili birçok yorum yapılırken konunun asıl muhatabı olan köylülerin cevap hakkını kullanamadığı daha doğru bir ifadeyle var olmayı tercih etmediği bir platformdur. Köyde doğup şehre göç eden ya da köyde hayatını sürdüren yaklaşık olarak 50 yaş üstü insanların tercih etmediği sitelerden biridir.

Yorumlardaki kullanıcı adlarına dikkat edildiğinde Y kuşağının çoğunlukla da Z kuşağının sözlük sitelerini kullandığı görülmektedir.

Sözlükler özelinde sanal-dijital kültür bağlamında yerel imgesi ve kimliği olumlu ve olumsuz vasıflara sahip olan bir kavram olarak şekillenmiştir. Bu imgelerin şekillenmesinde yazılı-basılı ve elektronik kültür bağamları etkilidir. Önceki kültür bağamlarında var olan imgeler sanal-dijital kültür ortamına aktarılmış ve yaşamaya devam etmektedir. Bu dönemde diğer kültür ortamından farklı olarak köylü kelimesi bir hakaret, argo olarak imgeleşmiştir. Sürekli isteyen asla tatmin olmayan, soyguncu, tek başarısı ve övünç kaynağı çocuk yapmak olan, yeni şeylere direnen, salakça hareket eden, özel üniversitede burslu okuyan, ufak meseleler için büyük kavgalar yaratan, kişisel bakımdan yoksun, elektriği, suyu kaçak kullanan, ikiyüzlü, ahlaksız kişiler olarak tanımlanan köylü, kent merkezli üretim çıktısı olan sanal-dijital kültür ortamında ahlaki ve toplumsal kurallara uymayan herkes için kullanılan bir kelime haline gelmiş ve bu şekilde imgeleşmiştir.

5.2.1.1.2 Pullar ve Kartpostallar

İmge yaratma aracı olarak internet tabanlı alışveriş siteleri kullanılmaktadır. Pttavm.com, sahibinden.com, cimri.com, n11.com bu sitelerden bazılarıdır. Hedef kitlesi ise koleksiyonerler başta olmak üzere nostaljik duygu ile geçmişle bağ kurup depolayan insanlardır.

Yerel ve gelenek kültürü imgesinin yer aldığı araçlar posta pulu ve kartpostallardır. Akıllı telefonların, sosyal paylaşım sitelerinin yaygınlaşması ile birlikte mektup gönderimi azalmıştır. Buna rağmen internet tabanlı alışveriş sitelerinde pul ve kartpostal satışı devam etmektedir. *Lévi Strauss'a "küçültülmüş örnekçeler" olarak tanımladığı pul zarfların üzerinde yer alan bir hizmet bedeli olarak hayat bulmuş, daha*



Görsel: URL 11

sonra farklı tema ve görsel uygulamalarla zenginleşen bir iletişim ve tasarım hâline gelmiş bu anlamda koleksiyonu yapılan değerli bir kâğıt olarak günümüze ulaşmıştır (Tarlakazan, 2018, s. 712). Bir başka deyişle, posta pulu bir toplumun kültürel kimliğini, imge evrenini en özlü bir biçimde yansıtan toplumsal bir iletişim işlevi üstlenir (Aktulum, 2013, s. 152). Ulus kimliğinin öne çıkarıldığı ayrıca politik, kültürel, turistik bilgilerin bulunduğu pullar önemli bir görsel kaynaktır.



Görsel: URL 12

Posta pulu göstergebilimsel anlamda belli işlevlerle donatılmış bir göstergeler dizgesidir ve kendine özgü içsel işleyişi vardır. Dilsel bir göstergeden ayrı olarak, posta pulu öncelikle bir görsel göstergedir, çünkü halk kültürüne gönderme yapan bir içerik görselleştirilerek bildiri aktarılır (Aktulum, 2013, s. 150). Sanal ortamda satışa sunulan pullar aracılığıyla yerelin gündelik hayatta sahip olduğu birçok unsur görselleşmiştir.



Görsel: URL 13

Yerel ve gelenek kültürüne ait imgeler nostaljik imge olarak karşımıza çıkmaktadır. Kendisinin ya da ait olduğu toplumun geçmişine özlem duyan insanların satın almayı tercih ettiği posta pullarında ve kartpostallarda yerel ve gelenek kültürüne ait birçok görsel imge yer almaktadır. Yapılan incelemelerde alışveriş sitelerindeki pullarda halay çeken kadın ve erkek gruplarının yanında Dede Korkut, Yunus Emre, Nasreddin Hoca, Hacı Bektaş Veli gibi Türk kültürünün önemli şahsiyetleri yer almaktadır.



Görsel: URL 14

Kartpostallarda ise yandaki görselde aktarıldığı gibi yerelin gündelik hayatı yer almaktadır. Yufka ekmek yapan ve derede çamaşır yıkayan kadınlar, köy değirmeninde çalışan köylüler, köy evleri, köy çocukları, gündelik hayatta geleneksel kıyafetleriyle kadın ve erkekler kartpostallardaki diğer görsellerdir.

5.2.1.2 İşitsel İçerik ve İmgeler

Yerel ve gelenek kültürü ile ilgili işitsel içerik ve imgeler örneklemini olarak radyo tercih edilmiştir. Elektronik kültür bağlamında ayrıntılı olarak anlatılan radyonun, bu kısımda 1990'lı yıllardan sonrası değerlendirilecektir.

1990'lı yıllardan sonra radyonun özelleşmesi, devlet kontrolünden çıkması ile radyoda çokseslilik dönemi başlamıştır. Bu dönemde yerel de kurdukları radyo kanalları aracılığıyla kendini ifade etmeye başlamıştır. Fakat yerel ve gelenek kültürü ile ilgili çalışmaların genellikle Cumhuriyet'in ilk yıllarındaki radyo anlayışı, bu dönemde kullanılan gelenek kültürü öğelerini ve radyonun kültür üzerine etkisi bağlamında sınırlı kaldığı tespit edilmiştir. *Radyo Piyaselerinde Halk Bilimsel Unsurlar (2022)* ve *Behçet Necatigil'in Radyo Oyunlarında Halk Kültürü Unsurlarının Kullanımı (2022)* adlı tezler bulunmakla birlikte yerel radyo kanalları ve bu kanalların bölgesel ve ulusal olarak gelenek kültürüne etkisi ile ilgili değerlendirmelere rastlanmamıştır. Dünyadaki küreselleşme ile birlikte yerel ve gelenek kültürünün ön plana çıkması radyo yayıncılığını da etkilemiştir. Yerel radyoların öncüsü olan korsan radyolar, insanların zorla içine sığdırılmaya çalışıldıkları ortak kimliklere karşı bir direnç olarak karşımıza çıkmaktadır. Benzer şekilde topluluk radyoları da kimlik mücadelesinin bir parçasını oluşturmaktadır (Bölükbaşı, 2016, s. 44). Yerel radyolar ile ilgili birçok sınıflandırma mevcuttur. Kuruoğlu (2006) parasal kaynakları bakımından yerel radyoları üçe ayırmaktadır: ulusal-yerel radyolar, bağımsız yerel radyolar ve topluluk radyoları.

Yerel radyo kanalları genelde medya ve iletişim, radyo, televizyon, sinema disiplinleri tarafından incelenmiştir. *Yerel Medya Bağlamında Samsun Radyoları (2022)* adlı tezde yayıncılıkta ve genel olarak yerel radyolar kendilerine özgü

tarzlar geliştirdiğini fakat eğitimi ve düzenli personelinin olmaması, teknik ve ekonomik eksiklikler yayıncılığı olumsuz yönde etkilediği belirtilmiştir. *Yerel Radyoculuğun  ıkmazları (Eskişehir Yerel Radyoları)* adlı çalışmada yukarıdaki sorunlardan farklı olarak yerel radyocuların Türkçeyi doğru bir şekille kullanmadığı eleştirilmiştir. *Sivas'taki Yerel Radyo ve Televizyonların Ekonomi Politik Bağlamda İncelenmesi* (2023) adlı tezde yerel radyonun Sivas kültürünü barındıran programlar ve içerikler üreterek toplumun kültürel yapısını olumlu yönde etkilemekle birlikte büyük bir ekonomik sorunla mücadele ettiklerini belirtmektedir. Yerel radyoların, genellikle aynı duygu, düşünce, inanç, kültür ekseninde insanların bir araya toplandığı, bu grupların (azınlık da olsa) fikirlerini burada  zg r biçimde ifade edebileceklerini düşündükleri, onları çeşitli etkinliklerde buluşturmaya çalışan, kendi kültürlerini yaşatmalarına olanak tanıyan bir platform olarak görüldüğü saptanmıştır (Bölükbaşı, 2016, s.155). Yerel radyolar, halkın sesi olma işlevini büyük bir sorumluluk bilinci ile gerçekleştirirler. Yerele ait öğeleri, meseleleri gündeme getiren yerel radyolar, halkı bilin lendirmektedirler.

5.2.1.3 Görsel ve İşitsel İçerik ve İmgeler

Teknolojik gelişmelere paralel olarak içerikler görsel ve işitsel olarak hazırlanmaktadır. Özellikle sosyal medya araçlarının yaygınlaşması görsel-işitsel teknolojinin gelişmesini kolaylaştırmıştır. Yerel ve gelenek kültürü ile ilgili görsel-işitsel içerikler ayrıntılı olarak içerik ve imge alanları başlığı altında ele alınmıştır.

5.2.2. İçerik ve İmge Alanları

Bu bölümde içeriklerdeki imgeleşen unsurlar ele alınıp imge alanları açıklanacaktır.

5.2.2.1. Yaşam Tarzı ile İlgili İçerikler ve İmgeler

Sanal-dijital kültür bağlamında yerel gündelik hayatı, doğallığı ve sadeliği ile ön plana çıkmış ve imgeleşmiştir. Bu durumun bir sonucu olarak yerelin gündelik hayatı tatil seçeneği ya da yaşam tarzı haline gelmiştir. Yerelin gündelik hayatı sürdürülebilir kalkınma alanı olarak kabul edilmiş ve turizm için önemli bir alanı haline gelmiştir. Günümüzde turizm sektörünün temelini kültür turizmi oluşturmaktadır. Kitle turizminin karşısında yer alan kültür turizmi yerel ve gelenek kültürüne ait imgeleri araç olarak kullanmaktadır. Yerelin gündelik hayatı doğal, ekolojik tatil, yavaş kentler bağlamında turizm kaynağı olarak yer almıştır. Bu bağlamlar ve örnekleri yaşam tarzı olarak ele alınıp incelenmiştir.

Günümüzde deniz, kum ve güneş üçlemesinden olan klasik tatil anlayışı yerine doğa merkezli tatiller ön plana çıkmıştır. Doğa merkezli tatillerin ön plana çıkmasında birçok sebep etkili olmuştur. Bu sebeplerden bazıları ise modernizmin ve kentleşmenin getirdiği olumsuzluktan kurtulma isteğidir. Dünya’da ve Türkiye’de yaygınlaşan “ekolojik tatil”, başlangıçta “çiftlik turizmi” olarak ortaya çıkmıştır. Ekolojik tatil ya da çiftlik turizm olarak bilinen kırsal turizmin yaygınlaşmasındaki en önemli faktörlerden biri ekonomiktir. Slavič ve Schmitz’e göre (2013) doğduran tarımdan elde edilen gelirin azalmasıyla birlikte AB Tarım Politikası çerçevesinde çözüm yolları aranmıştır. Çiftlik turizmi, kırsal alandaki insanların geleneksel çiftlik kültüründen, yaşam biçimlerinden kopmadan var olan doğal ve kültürel potansiyellerini kullanarak sürdürülebilir turizmi gerçekleştirebilmesi için geliştirmiştir. Gelişmiş ülkelerde “Yeni Köylülük” olarak tanımlanan bu süreçte eski ve ihmal edilmiş kaynaklar geçmişin, şimdinin ve geleceğin sürekliliğini vurgulayarak keşfedilmiştir.

Kırsal alanının doğal ve kültürel yapısı korunarak sürdürülebilir ekonomik alan haline gelen çiftlik turizminin unsurlarını Busby ve Rendle (2000) aşağıda sıralamıştır.

Geziler (Kalıcı)	Gezi (Etkinlikler)	Erişim (Kırsal)
Çiftlik Ziyaretçi	Çiftlik Açık Günler	Stile/kapı Bakımı

Merkezleri • Kendi kendine rehberli çiftlik parkurları • Çiftlik Müzeleri • Koruma Alanları • Ülke Parkları	• Rehberli Yürüyüşler • Eğitim Ziyaretleri • Gösteriler	• Patikalar/Köprüler/Yollar
Faaliyetler	Konaklama	Kolaylıklar
• Binicilik • Balık Tutma • Tekne Gezintisi	• Yatak ve Kahvaltı • Kendin Pişir Kendin Ye • Kamp ve Karavan	• Restoranlar • Kafeler/Kremalı Çaylar • Çiftlik Dükkanları/Yol kenarındaki tezgahlar • Kendin Seç

Ekolojik çiftlikler, yaban hayatına dayalı aktivitelerin, hizmet ve imkânların olduğu ekolojik ortamın mimari yapıların ve geleneksel kültürün korunduğu yerlerdir (Selvi ve Demirer, 2012, s. 189). Şehir hayatının yoğunluğundan/olumsuzluklarından sıyrılarak köy hayatını yaşamak, doğa ile baş başa kalmak yöresel mutfakları deneyimlemek için tercih edilmektedir. Korkmaz ve Tolunay'a göre doğaya dayalı, doğayla bütünleşmiş turizm olarak ifade edilebilen "ekoturizm etkinliklerinin" olduğu ve kalabalık kentlerde, çeşitli çevre sorunları ile birlikte yaşayan genellikle hizmet sektöründe çalışan insanların ya da bulunduğu mekânda nitelik değişimine gereksinim duymaları farklı bir turizm arayışlarına yönelmesine sebep olmuştur (Korkmaz ve Tolunay, 2002, s. 429). Kırsal turizmde konaklama için genellikle köy ve çiftlik

evleri, yayla evi, dağ evi, kırsal yöre otel ve motelleri, kırsal pansiyonlar ve kiralık odalar, kırsal tatil köyleri, kırsal ikinci evler, çadır ve karavanda, akraba ve tanıdık yanındaki mekânlar tercih edilmektedir. Roberts ve Hall (2001, s. 2) kırsal alanda yapılacak turizm ve eğlence faaliyetlerini sınıflandırmıştır. *Geziler*: Yürüyüş (patikalar, form yollarını, doğal parklar), at binme, fayton gezileri, motorlu geziler (yol binişi, arazi araçları, sürücülük), küçük kasaba ve köy turları, macera tatilleri ve çöl tatilleri, bisiklet binme, eşek binme, çim kaynağı. *Kültürel aktiviteler*: arkeoloji, restore edilmiş siteler, kırsal miras çalışları, yerel endüstri, tarım ve el sanatları işletmeleri, müzeler, el sanatları kursları, sanatsal dil bilim çalıştayları, folklor grupları, kültür gastronomi ve diğer gezi yolları. *Su ile ilişkili aktiviteler*: balık tutma, yüzme, ırmak ve kanal turizmi (yüzen evler, sınırlı botlar, filikalar), kano ve rafting, rüzgar sörfü, sürat teknesi yarışı, yelken su dünyası aktiviteleri. *Sağlıkla ilişkili aktiviteler*: sağlık kursları, ilk yardım kursları, kaplıca ve sağlık tesisleri. *Hava ile ilişkili aktiviteler*: hafif uçak, hava sporu ve küçük hafif uçak, sıcak hava balonları. *Pasif aktiviteler*: kırsal ortamda dinlenme tatilleri, açık hava ortamlarında ekolojik çalışmalar, fotoğrafçılık, kuş gözlemciliği, manzara seyretme. *Spor aktiviteleri*: yer altı mağaracılığı, dağcılık, hedef bulma, tenis, golf, kayak, atıcılık. *Özellikli olaylar*: kırsal spor festivalleri, tarımsal gösteriler. *İşle ilgili aktiviteler*: küçük ölçekli kongre ve toplantılar, özendirici kısa turizm gezileri.

Yavaş şehir kavramı ise modernizmin getirdiği hızlı yaşam anlayışına karşıt olarak geliştirilmiş bir kavramdır. Yavaş şehir hareketi yerel değerleri koruyan, yaşam kalitesini arttırmayı hedefleyen, sürdürülebilir kentsel gelişim modelini benimseyen ve yerel yönetimler tarafından desteklenen uluslararası bir organizasyondur (Coşar, 2019, s.41). Başlangıçta yerelin gündelik hayatındaki yavaşlık sinema, roman gibi türlerde eleştirilirken günümüzde bireyin kendini ait ve mutlu hissettiği bir kavrama dönüşmüştür. Artık kent merkezli tatiller, sürdürülebilir ekonomik kalkınma politikaları yerini yerel ve gelenek kültürüne bırakmaya başlamıştır.

Yerel ve gelenek kültürünün imgeleşmesinde birçok aktör etkili olmuştur. Fakat örneklem olarak ekolojik tatil-Tatuta ve yavaş şehir-Cittaslow ele alınmıştır.

Kırsal/ekolojik turizm son zamanlar dünyada ve Türkiye’de gelişmeye başlamıştır. ABD’de Ithaca, Hindistan’da Govardhan, İskoçya’da Findhorn, Almanya’da Sieben Linden, İzlan’da Solheimar, Dünyada kurulan ekoköylerden birkaçıdır. Bu gelişimi sağlamak yerel ve uluslararası iletişimi arttırmak amacıyla birçok dernek kurulmuştur. İtalya’da “Agri Tour”, Almanya’da “Bauernhofurlaub” ve İsviçre’de “Bo Po Lantgard”, Türkiye’de ise Tatuta’dır (Tarım, Turizm, Takas).

WorldWide Opportunities on Organic Farms Türkiye’nin amacı (WWOOF Türkiye yani TaTuTa) güven ve takasa dayalı kültürel ve eğitsel deneyimleri teşvik ederek, sürdürülebilir bir küresel toplum inşa etmek için gönüllüler ile ekolojik üreticileri birbirine bağlamaktır. Bu yönüyle TaTuTa dünya çapında bir hareketin parçasıdır (URL 15). Tatuta (Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi, Tecrübe Takası) olarak tanımlanan proje 2004 Şubat tarihinde başlayıp günümüzde de devam etmektedir. Bu projenin ana amacı Türkiye’deki ekolojik tarım ile geçinen çiftçi ailelerine mali, gönüllü işgücü ve/veya bilgi desteği sağlayarak ekolojik tarımı teşvik etmek ve sürdürülebilirliğini sağlamaktır (URL 16). 1993-2002 tarihinde kırsalla oluşturulan bağlar ve tüketicide ekolojik yaşam bilinci geliştirilmeye başlandıktan sonra 2003 yılında TaTuTa projesi GEF SGP fonuyla geliştirilip 2004-2006 yılları arasında alt yapısı kurulmuştur. Çiftliklerin yurt dışındaki tanıtımını Buğday’ın Türkiye örgütü ve tam üyesi olduğu ECEAT (European Center for Eco-Agro Tourism / Avrupa Ekolojik Tarım Turizmi Merkezi) ve WWOOF (Willing Workers on Organic Farms/Ekolojik Çiftliklerde Gönüllü İşçiler) ile iş birliği yapılmaktadır. TaTuTa çiftlikleri ve ziyaretçiler/gönüllüler arasındaki eşleşmenin ve rezervasyonun yapılması için 2007 yılında yapılan anlaşma ile Gençtur’a aktarılmıştır. TaTuTa, 2003 yılında 25 çiftlikle başladığı projesinde bugün 80’den fazla çiftlikle devam etmektedir. WWOOF ve TaTuTa dünyanın her yerinden insana yerel kültürü tanıtmayı doğa dostu tarımsal üretimi yerinde deneyerek pestisitlere değil yoğun emeğe dayalı ekolojik üretim hareketine destek olarak ekolojik yaşam deneyimi yaşama, öğrenme ve paylaşma fırsatı sağlamaktır. Tatuta, gönüllü bilgi ve tecrübe tabakası ve tarım turizmi olmak üzere iki temel amacı vardır. Gönüllü bilgi ve tecrübe aşamasında ekolojik tarım ile geçinen çiftçi ve işletmeleri bu konuda

bilgi sahibi kişilerle bir araya getirip tecrübe ve bilgi değiş tokuşu sağlamaktadır. Ekolojik üretimin teknik, pazarlama, sosyal, çevresel boyutlarında bilgi/ilgi sahibi kişiler bu ziyaretlerde bilgi, deneyim ve/veya işgüçlerini paylaşıırken, onların yiyecek, içecek ve barınma ihtiyaçları çiftlik tarafından karşılanmaktadır. Ayrıca, gönüllüler hem sosyal bir kaynaşmaya hem de yereldeki gerçek deneyime dayalı bilgiye ulaşabilmesi mümkündür. (URL 17).

Yavaş şehir hareketi ise 1980'li yıllarda İtalya'da ortaya çıkan yavaş yemek hareketinin bir felsefe haline gelmesi ve hayatın diğer alanlarına yansması sonucu ortaya çıkmıştır. 1999 yılında ortaya çıkan Cittaslow ise yaşamın yaşamaktan zevk alınacak bir hızda yaşanması gerektiğini savunmaktadır. 28 ülkede 182 üyeye sahip olan Cittaslow hareketi, insanların birbiriyle iletişim kurabilecekleri, sosyalleşebilecekleri, kendine yeten, sürdürülebilir, el sanatlarına, doğasına, gelenek ve göreneklerine sahip çıkan ama aynı zamanda alt yapı sorunları olmayan, yenilenebilir enerji kaynakları kullanan, teknolojinin kolaylıklarından yararlanan kentlerin gerçekçi bir alternatif olacağı hedefiyle yola çıkmıştır (URL18). Sürdürülebilir turizm ilkeleriyle örtüşen yavaş şehir anlayışı ile bölgenin dokusunu, karakteristik özelliğini koruyarak yerel halkın gündelik yaşamını belirli konfor içerisinde sürdürebilmesi amaçlanmaktadır.

Latif Yalçiner Çiftliği: Erzincan'da Apçağa ile Kemaliye köyü arasında bulunan çiftlik katılımcılarına konaklama için birçok seçenek sunmaktadır. Meyve bahçesinin bulunduğu iki ev, kemaliyenin içinde sadece yazın misafirlerini ağırlayabileceği üçüncü bir ev bulunmaktadır.



Görsel: URL 19



Görsel: URL 20

Marmariç ekolojik çiftliği İzmir'in Bayındır ilçesinin Dernekli köyünde kurulmuştur. Bu çiftlikte ekolojik tarım yöntemlerinin yanı sıra alternatif enerji tipleri uygulanmaktadır.

Havası Köyde Kaya Tırmanışı, Beş yıldızlı ekolojik otellerden biri olan Havasu Köyü'nde çadırda, karavanda ya da ağaç evlerde konaklama imkanı bulunmaktadır. Ayrıca orman yürüyüşü yapma ve bisiklet sürme, kaya tırmanışı, dalış, paraşüt, balık avı gibi pek çok spor aktivitesi yapmak mümkündür.

Dedetepe Ekolojik Yaşam Çiftliği'nde Kuş Gözleme, Dedetepe Ekolojik Yaşam Çiftliği'nde yayla çadırları bulunan kamp alanında konaklama imkanı sunmaktadır. Kamp alanı bisiklet ve yürüyüş parkurları, kültür turları, kuş ve kelebek gözlem noktaları, mantar-endemik bitki toplama ve zeytin üretim eğitimleri katılımcılara sunulan etkinliklerden birkaçıdır. Ali Kışlak Orman Çiftliği (Fethiye), Fatma-Cevdet Türk Çiftliği (Bodrum), Harba Farm Çiftliği (Bodrum), İbrahim Orhan Çiftliği (Datça), Knidia Çiftliği (Datça), Üç Palmiye Çiftliği (Seydikemer), Sardunya Pansiyon Çiftliği (Datça), Pastoral Vadi Çiftliği (Fethiye), Yonca Lodge Çiftliği (Fethiye), Refikler Çiftliği (Fethiye), Tangala Çiftliği (Seydikemer), Olive Farm Çiftliği (Datça) diğer ekolojik çiftliklerdendir (Bayram ve Bakırcı, 2012). Yavaş yaşam, insan hayatını daha anlamlı hale getirmek için yerel ve gelenek kültürüne odaklanmaktadır.

2009 tarihinde İzmir'in Seferihisar ilçesinin yavaş şehir unvanına sahip olması ile birlikte Türkiye'de yavaş şehir ile (Cittaslow) ile tanışmıştır. Türkiye'de Akyaka (Muğla), Gökçeada (Çanakkale), Halfeti (Şanlıurfa), Perşembe (Ordu), Seferihisar (İzmir), Şavşat (Artvin), Taraklı (Sakarya), Uzundere (Erzurum), Vize (Kırklareli), Yalvaç (Isparta), Gerze (Sinop), Göynük (Bolu), Eğridir (Isparta) ve Mudurdu (Bolu) olmak üzere halihazırda on beş yavaş şehir bulunmaktadır.

Bu kısma ayrıca yayla tatillerinin de eklenmesi mümkündür. Yaylalar, hayvancılıkla uğraşan yerel halkın yaz aylarında konakladığı yerlerdir. Son

zamanlarda sürdürülebilir turizm faaliyetlerinde tercih edilen konaklama yerlerinden birisidir. Doğal güzellikleri, serin olmasıyla tercih edilen yaylalar arasında Karadeniz ve Akdeniz yaylaları ön plana çıkmaktadır. Bu kısımda Artvin’de bulunan Ayder Yaylası ve Çorum’daki Abdullah Yaylası hakkında bilgi verilecektir. Her iki yayla da katılımcılarına doğal, kültürel birçok etkinlik sunmaktadır. Konaklama bölümü ve gününbirlikçiler için piknik alanı bulunmaktadır.

Yerelin yaşam tarzının imgeleşmesinde ve bu imgenin yaygınlaşmasında bireylerin ve kullandıkları sosyal medyanın da önemli bir etkisi olmuştur. Özellikle YouTube’da bireysel olarak açılan kanallarda yerelin gündelik hayatını ve bu hayatın içerisindeki gelenek kültürü tanıtılmış ve aktarılmıştır. Bu tanıtım ve aktarım sürecinde aktör olarak yerelin bizzat kendisi ve postmodern yerel olarak tanımlanabilecek yerel hayata göç ederek uyum sağlamaya çalışan kişiler vardır.

Yerel ve gelenek kültürü ile ilgili yapılan birçok çalışmanın kent merkezli, kentli bakış açısıyla gerçekleştirildiği, yerelin tüm süreç boyunca edilgen bir konumda olduğu gözlemlenmiştir. Yerelin kendini, gelenek kültürünü doğal bağlamı içerisinde tüm dünyaya duyurması sanal-dijital kültür ortamı aracılığıyla gerçekleşmiştir. Sanal-dijital kültür ortamında yerel hayatın doğal akışı içerisinde kendini, geleneğini aktarmakta ve tanıtmaktadır. Bu tanıtım ve aktarım sürecinde YouTube kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Bu kanallardan birisi *Köy Hayatı Sevenler*’dir (URL 62). Bu kanalın sahibi Mehmet Kızılca’dır. 142 B aboneye sahip olan Kızılca Instagram, Facebook, Tiktok gibi diğer sosyal paylaşım sitelerini de kullanarak kendini tanıtmaktadır. Köy hayatını göstermeyi, yaşatmayı amaçlayan Kızılca’nın hedef kitlesi kanalın adından da anlaşılacağı gibi köy hayatını seven insanlardır. *Köy Hayatı Sevenler* YouTube kanalının içerikleri Mehmet Kızılca tarafından çekilip, kanala yüklenmektedir. Kızılca evlidir ve annesi ile birlikte yaşamaktadır. Kanalın giriş sayfasında annesinin, eşinin, çocuğunun ve kendinin görselleri köydeki gündelik hayatı temsil eden imgelerle bir arada verilmiştir. Kanal içerikleri incelendiğinde Mehmet Kızılca ve ailesinin gündelik yaşamını herhangi bir kurgu olmadan doğal akışında

yansıttığı tespit edilmiştir. Kızılca daha çok annesinin gündelik hayatta yaptığı köy ve ev işlerini görüntüleyerek videolarını hazırlamaktadır.

Bir diğeri ise *Hacerin Köy Hayatı* (URL 63) kanalı 8.8 B aboneye sahip olan Hacer Ergin'e aittir. Ergin kanalında köydeki yaşamını anlatmaktadır. Takipçilerinden beğeni ve yorum talep eden Ergin aynı zamanda kanalında küfür, hakaret ve buna benzer girişimlere asla izin verilmeyeceğini belirtmektedir. *Hacerin Köy Hayatı* kanalında Hacer Ergin tarafından çekilen video kayıtlar kullanılmaktadır. Hayatın doğal akışı içerisinde çekilen videolar olduğu haliyle yayınlanmaktadır. Ergin, kendisinin ve çevresinin gündelik hayatını anlatmaktadır.

Orhun Topkaya (URL 64) kanalı ise 572 B aboneye sahiptir. Topkaya köyde hayvancılık ve tarla işleriyle ilgilenmektedir. Kanalında yayınladığı bu videolarda özellikle hayvancılıkla ilgili önemli bilgileri aktarmaktadır. Orhun Topkaya kanalında hayvancılık ve hayvancılıkla alakalı içerikler hazırlamaktadır.

Gülün Ev Hayatı (URL 65) kanalının 475 B abonesi vardır. Aksaraylı, 4 çocuk annesi olan Gül, hayatına dair her şeyi takipçileri ile paylaşmayı amaçlamaktadır. Gündelik hayatını anlatan Gül, daha çok mutfakta geleneksel yemeklerin tarifini paylaşmaktadır. Aşure tarifi videosunda olduğu gibi bazen yemek ve tatlılar aile üyeleri ya da komşularıyla birlikte doğal akışı içinde yapılmaktadır. *Köyde Yaşam* (URL 66) kanalı ise Süleyman Emre Zeytin'e aittir. Köy hayatına dair her şeyi paylaşacağını belirten Zeytin, 12,7 B aboneye sahiptir. Ailesi ile birlikte köyde yaşayan Zeytin, gündelik hayatını paylaşmaktadır. Ayrıca eşi ile birlikte yemek videoları çekmektedir.

Postmodern yerel ise ekonomik, siyasal ve kültürel etkilerin sonucunda kentten yerele göç etmiş kişilerden oluşmaktadır. Türkiye'nin 1950'li yıllarda tanıştığı iç göç, 1980 sonrasında daha da hızlanarak göç alan ve veren merkezlerde ekonomik, sosyal, kültürel, siyasal değişimlere ve sorunlara yol açmıştır. 2000'li yıllara kadar kırsal alandan kentsel alanlara doğru seyir gösteren göç akımı kentsel bölgelerde yoğun nüfus baskısı, çarpık kentleşme, gecekondulaşma, işsizlik, yoksulluk, yabancılaşıma, kültür çatışması gibi ekonomik sosyal problemlere sebep olmuştur (İslamoğlu, 2014, s. 69). Bu problemler artarak devam etmiş ve kentlerin başlangıçta var olan çekiciliğini olumsuz olarak

etkileyeme başlamıştır. Kentin bu olumsuz imajının yanında 2000’li yıllardan itibaren teknolojinin yaygınlaşması, ulaşım şartlarındaki değişimler, tarımda modernleşme ve makineleşmeye gidilmesi gibi sebepler nüfusun kentten köye doğru göç etmesine sebep olmuştur. “Yeni köylüler”, “postmodern yerel” olarak adlandırılan bu insan grubunu Van der Ploge’e (2009) üçe ayırmaktadır. Köylü üreticiler, girişimci üreticiler ve geniş ölçekli üreticiler. Ploge ayrıca alanda tarımın sanayileşmesi, eski köylülerin ve köylülük dışı tarım üreticilerinin kendilerini koruma güdüsüyle adeta defansa çekilerek bağımsız bir şekilde geçimlik üretime çekilmesine (yeni köylüleşme) sebep olmuştur. Köylülük zor koşullar altında kendini koruyup yeniden üretmesini sağlamakla birlikte kendinde yeterli kaynaklarının var olması ve bunların kendi denetiminde olması, doğa ile ahenk içinde hareket edebilmesi, pazardan soyutlanarak bağımsız olabilme mücadelesini sürdürebilme kapasitesine sahiptir (Aydın, 2016, s. 53). Modernizm ve modernizm sonrası ortaya çıkan değişimler de kentten köye göçü etkilemiştir. Modernizme yönelik eleştiriler, çevrecilik, sürdürülebilir tarım gibi gelişmelerin ortaya çıktığı postmodern dönemde yerel ve gelenek ön plana çıkmıştır (Demir, 2001). Bir yandan tüketim ekonomisinin ve toplumun hızlandığı ve zirveye ulaştığı diğer yandan yerelin kenti tam olarak ele geçirdiği dönem, postmodern yerelliğin de başlangıcı olarak kabul edilebilir (Özdemir, 2022, s. 7). Erken dönem çevrecilik akımının da etkisiyle “yavaş yemek, sakin şehir, yavaş turizm, yeşil ekonomi ve yavaş moda” gibi hareketler kentli yaşamda doğmuş ve yereli kapsayacak şekilde yaygınlaşmıştır. Kentteki bu hareketlerin öncülerinin (aktivistlerin) ilk postmodern yereller olduğu söylenebilir (Özdemir, 2022, s. 11). Postmodern yereller, doğal, ilaçsız tarım, doğa ile iç içe yaşam sloganlarıyla kentteki beyaz yakalı hayatlarını bırakıp köye göç etmişlerdir. Bu göç sürecinin öncesini, sonrasını kendilerine ait olan YouTube kanallarında paylaşmaktadırlar. Böylece YouTube kanalları üzerinden gelir kazanmakla birlikte aynı zamanda köye göç etmek isteyenlere rehberlik etmektedirler. Postmodern yerellerin tecrübelerini anlattığı kanalları aşağıda sıralanmıştır.

Şehirden Köye Göç YouTube kanalı (URL 67). 137 B aboneye sahip olan bu kanal Kaan ve Gizem’e aittir. Çocukları ve evcil hayvanları ile köyde yaşayan

aile günlük hayatını bu kanalda paylaşmaktadır. Hedef kitlesi ise şehirden köye göç etmek isteyen ve köy hayatını, köyde yaşamı merak eden insanlardır. *Şehirden Köye Göç* kanalında şehir hayatından çeşitli sebepler sonucunda ayrılıp köyde yaşamaya, köy hayatına uyum sağlamaya, köyde yapabilecekleri iş seçeneklerini bulmaya çalışan bir ailenin hayatı yer almaktadır. Bu aile bir süre önce şehirde bulunan evlerini satıp elde ettikleri para ile Muğla'da ev almayı planlamışlar. Başlangıçta evlerini satmak yerine 600-700 TL'ye kiraya verip bu parayla da köyde geçinmenin mümkün olacağını düşünmüşler fakat köye yerleştiklerinde bu parayla köyde yaşamın mümkün olmadığını fark etmişlerdir. Gizem, köyde ilk sene kiraladıkları zeytin ağaçlarının ve bahçelerinde bulunan incir ağaçlarının ürünlerini satarak geçimlerini sağladıklarını söylemektedir. Aile köye yerleşip küçük çaplı tarım ve hayvancılık yapmaya başlamış ve ek bir gelir kaynağı olması bakımından Kaan borsa ile ilgilenmiştir. Ayrıca kendi evlerinden ayrı olarak yaptıkları misafir evini bölgeye gelen turistlere kiralamaktadırlar. Yerli ve yabancı turistleri ağırlayan aile çiftlik turizmi yapma amacıyla oldukları için özellikle at ve kuzu beslemektedir.

Tolga Yalçın'a (URL 68) ait olan kanal da hayat hikayeleri yer almaktadır. Aradığı tek şeyin huzur olduğunu belirten Yalçın huzur kaynağı olarak müziği, dansı, tiyatroyu, sinemayı, ekstrem sporları, hayvanları, motorlu taşıtları, fotoğrafı, köy hayatını ve toprağı, seyahatı, kitapları vb. görmektedir. Amacının izleyicilere hiçbir şeyin geç olmadığını ispatlamak olduğunu söyleyen Yalçın, izleyici kitlesine hayatı yaşamayı istekleri ertelememeyi teşvik etmeye çalışmaktadır. Ayrıca kendi de köye göç eden Yalçın, ekolojik tarım hakkında farkındalık yaratmaya çalıştığını vurgulamaktadır. Tolga Yalçın'ın kanalından çalışmamız dahilinde şehirden köye göç ederek burada yaşayan insanların hikayelerinin anlatıldığı videolara yer verilmiştir. Bu kısımda Yalçın'ın kanalında yer alan kentten köye göç ailelerden birkaçı ele alınmıştır.

Tolga Yalçın ailesiyle birlikte İstanbul'da yaşamaktaydı. İstanbul'da yaşarken arayış içinde olduğunu, eşinin ailesinin köydeki evine gittiğinde tarımla, köy işleri ile uğraştığında daha mutlu, huzurlu hissettiğini söyleyen Yalçın Muğla/Ortaca'ya göç etmiştir. Buraya göç edenlerin hikayelerini çeken Yalçın, ekolojik tarım ve hayvancılıkla uğraşmakta ve bunu kanalında yayınlamaktadır.

Köylü ile etkileşimde bulunulması, köylüden kadim bilginin alınması gerektiğini vurgulamaktadır.

İstanbul'da yaşayan bir diğer çift Tuğba ve Koray'dır. Koray, köye yerleşmeden önce makine mühendisi olarak çalışmaktaydı. Göç etme sebeplerinin başında İstanbul'daki deprem korkusu, insanlardan uzaklaşmak, yoğun iş temposu ve bu tempodan dolayı kendilerine, çocuklarına zaman ayıramaması, gıda güvenilirliği etkili olmuştur. Çiftin ailesi de Egeli olduğu için Muğla Ortaca'ya göç etmişlerdir. Göç bölgesinin seçiminde merkeze ulaşılabilirlik ön plandadır. Köyde canlı tavuk ve yumurta, nar ekşisi, pestil, pastırma, döner satışı yaparak geçinmektedirler. Ayrıca kendi evlerinin yanında misafirler için 3+1 klimalı bir evleri bulunmaktadır.

Özlem ve Erkan ise Bursa'dan köye göç etmişlerdir. Çift, Bursa'da özel sektör çalışanıydı. Salgının da etkisiyle ortaya çıkan yasaklar ve şehir hayatının yoruculuğu, özgürleşme isteği göç etme sebepleri arasındadır. Havaalanına, denize yakın olması nedeniyle Muğla/Ortaca'ya yerleşmişlerdir. Özlem köye göç ettikten sonra daha önceden hayalini kurduğu pastacılık eğitimine başladığını, kendini geliştirip bir marka yaratmak istediğini söylemektedir. Erkan ise butik bir reklam ajansında dijital pazarlama hizmeti vermektedir. Oteller, restoranlar dijital pazarlamayı talep etmektedirler. Aile kendilerinin tüketeceği, sevdiklerine hediye edecekleri kadar tarımla uğraşmaktadırlar.

Gül ve Ulvi ise Ankara'daki şehir hayatını bırakıp Muğla, Ortaca'ya taşınmışlardır. Çiftin en büyük hayalinin köye yerleşmek ve bir çiftlik kurmak. Ulvi, veteriner hekimdir. Ortaca'da bu işe sürdürmektedir. Ortaca'yı seçmelerinde en önemli etken kızlarının okuluna, piyano kursuna yakınlığı ayrıca ulaşım kolaylığı ve denize yakınlığıdır. Sabit bir geliri olan aile küçük adımlarla, yavaş yavaş risksiz ilerlemektedirler. Köylü ile iletişim halinde olmaları da işlerini kolaylaştırmaktadır. Diğer ailelerden farklı olan bu aile ilk önce köye yerleşip sonrasında ilçede yaşamaya karar vermişlerdir. Başlangıçta hayvancılık ile uğraşan aile tatil yapmak, kendilerine zaman ayırmak istedikleri için sonrasında tamamen arıcılıkla uğraşmaya başlamışlardır. Arıcılık ilçede yaşamalarını, tatil yapmalarını kolaylaştırmıştır.

SLOTmedia adlı YouTube kanalı ise *Şehirden Uzakta* (URL 69) adıyla 2 bölüm olarak kentten köye göç eden insanların hayatını anlatmaktadır. Farklı içerikleri de sahip olan kanal belgesel türünde videolar hazırlamaktadır. *Şehirden Uzakta'nın* birinci bölümünün başlığı "*Rotasız Baran*" ikinci bölümün ise "*Şehirden Uzakta Plazadan Köye*"dir. Rotasız Baran, ailesinden sahip olduğu her şeyden uzakta yaşama isteğiyle yola çıktığını belirtmektedir. Sadece şehirden uzakta bir yaşam sürdüğü için bu bölüm çalışmamıza dahil edilmemektedir. *Şehirden Uzakta Plazadan Köye* adlı bölümde ise kent hayatının insanı zincirlediğini bu sebeple özgürleşmek isteyen çiftin yaşamını anlatmaktadır. *Şehirden Uzakta Plazadan Köye* bölümünde kendini beyaz yakalı olarak nitelendiren Mustafa Yılmaz'ın hikayesi anlatılmaktadır. Şehrin çok zararlı olduğunu farkındalık arttıkça şehirden uzaklaşmanın gerekli olduğunu belirtmektedir. Yeşilin, doğanın, sosyal güvenliğinin olmaması, iş hayatının yoruculuğu gibi nedenler şehirden uzaklaşmasına sebep olmuştur. Muğla Dalaman'a göç eden aile detaylı bir planlamanın sonucu göç etmişlerdir. Hayvancılık ve tarımla ilgilenmişlerdir. Yılmaz, organik, ilaçsız narenciye satışları ile temiz gıda hareketine dahil olmuştur. Kendine ait sosyal medya hesapları ve "Ekonomist Çoban" YouTube kanalı ile satışlarını sağlamaktadır. Ayrıca YouTube kanalından kazandığı parayla da ampüte hayvan barınağını açıp masraflarını karşılamaktadır.

Yerel, alternatif, sürdürülebilir bir ekonomik unsur olarak kabul edilmektedir. Kent hayatının, modernizmin, küreselleşmenin getirdiği hızdan esaret hissinden kurtulma, özgürleşme mekânıdır. Yerelin yaşayış tarzı geçmişten günümüze nostaljik bakış açısıyla değerlendirilmiş ve değerlendirilmeye devam etmektedir. Yerel ve yerele ait olan ne varsa doğal, değerli, önemli kabul edilmiş ve yaşayış tarzı her zaman kent ile kıyaslanmıştır. Kentte var olan karmaşanın, hızın, trafiğin, gürültünün, deprem tehlikesinin, mesai zorunluluğunun, pahalılığın yerel hayatta olmadığını aksine yerel hayatın insanı özgürleştirdiği kabul edilmektedir. Kültür endüstrisi araçları da yerelin yaşayış tarzını romantik, nostaljik bakış açısıyla ele almış ve kaliteli, sakin, huzurlu, doğal, yavaş bir hayat tarzı olarak imgeleştirmiştir.

5.2.2.2. Mizah ile İlgili İçerikler ve İmgeler

Yaşamın gerçekliğini yansıtan mizah, sosyal, siyasi, kültürel, cinsel ve ekonomik baskı altında bulunan; yenilgi, çöküş, parçalanma gibi fiziki anlamda güç kaybeden insan ve toplumların başvurduğu en etkili gizli silahtır (Eker, 2014, s.29). Eleştirel ve toplumsal aklın ürünü olan mizahın açık ve gizli işlevleri bulunmaktadır. Keyif vermesi, eğlendirmesi, eleştiri ve hoşgörü sağlaması açık işleviyken; başkaldırı, protesto ve tahrip etme, zarar ve yarar verme, sosyalleşme, hayata tutunma, fiziksel iyileştirme, gerilimi azaltma, başarılı savunma mekanizması olma, sorunlarla başa çıkma, savunma ve saldırı, toplumsal tarihin kod ve mesajlarını taşıma, dikkat çekme ve itiraz gizli işlevleridir (Eker, 2014, s. 29). Kültürün ürünü olan mizah toplumların gündelik hayatının ve insan ilişkilerinin algılanış şeklini yansıtmaktadır.

Yerel ve gelenek kültürü ise geçmişten günümüze mizah alanında kullanılan önemli imgelerden birisidir. Yerelin sahip olduğu pek çok unsur mizah ögesi olarak kullanılmıştır ve kullanılmaya devam etmektedir. Yerelin sahip olduğu ağız özellikleri ile konuşması, hal ve hareketleri, giyim ve yaşayış tarzı, birbirleriyle ya da kentli ile olan çatışması kullanılan unsurlardan bazılarıdır.

Sanal-dijital kültür ortamı başlangıçta yazılı-basılı ve elektronik kültür bağlamının ürünlerin aktarılmasıyla oluşmaya başlamıştır. İnternetin ve sosyal medyanın yaygınlaşması ile yerel kendini aracısı olmadan ifade etmiş ve kendisi ile ilgili mizahın şekillenmesinde aktör olarak yer almıştır. Sanal ortamda yerelin bizzat kendini ve kentli gelenek kültürünün mizah unsuru olarak kullanmaya devam etmektedir. Çalışmamız dahilinde

Bu aktörlerden ilki Mutlu Karaduman'a ait olan "görünmezkaza" adlı hesaptır. Karaduman, Amasya'nın Göynücek kasabasına bağlı bir köyde ailesi ile birlikte yaşamaktadır ve hesabında farklı temalarda birçok içerik paylaşmaktadır. Bunlardan birisi de "annemle kavram kargaşamız" adı altında hazırladığı videolardır. Karaduman her ne kadar köyde doğmuş ve yaşamışsa da eğitim hayatını devam ettirmek için bir süre İstanbul'da yaşamış ve sonrasında iş hayatında çalışmıştır. Korona salgınında ailesinin yanına dönen ve artık köyde

yaşamaya karar veren Karaduman köy ve kent hayatının zıtlıklarını anne-çocuk ilişkisi üzerinden göstermektedir. Gelenek kültürü ile yetişmiş daha önce köyden dışarı çıkmamış anne ile kent kültürünü deneyimlemiş çocuğun gündelik hayatı yaşayış farklılıklarını annesinin kıyafetlerini giyerek kendisi canlandırmaktadır.

Bir diğer hesap ise Mert Sarıç'a aittir. Konyalı bir ailenin çocuğu olan Sarıç, videolarında kadınlar ağırlıkta olmakla birlikte birçok karakteri canlandırmaktadır. Bunlardan birisi de eşarp takıp modern tesettür elbiseleri giyerek canlandığı "Kıymet Abla" karakteridir. Kıymet Abla, yöresel ağız ile konuşarak annelik, eşlik görevlerini yapmaktadır. Anadolu kadını gibi cefakar olan Kıymet Abla aynı zamanda eli maşalı bir annedir. Özellikle anne videolarında kendisini ve kentli anneyi karşılaştırarak, bu karşıtlığı mizahi olarak işlemiştir.

Ramazan Bayram'da "niceramboo" kullanıcı adıyla oluşturduğu hesapta diğer hesaplara benzer içerikler üretmektedir. Eşarp takıp modern tesettür kıyafetlerini giyerek geleneksel kadını canlandırmaktadır. Bu kadınlar anne, hala, teyze, kayınvalide yeni gelin olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yukarıdaki üç hesapta da gelenek aktörü kadın genellikle anne tiplmesi ile canlandırılmıştır. Anne, eşarplı ve geleneksel kıyafetler giyen bir kadındır. Yöresel ağız ile konuşan bu anneler konuşmalarında mani, türkü, atasözü, beddua, dua gibi sözlü kültür unsurlarını kullanmışlardır. Cefakâr bir Anadolu kadını olan anne, her zaman az ile yetinen, kocasından ve kocasının ailesinden memnun olmayan, erkek çocuğunu kayıran, kız çocuğuna eziyet çektiren bir kadın olarak imgeleşmiştir. Bu imge ise kadın kılığına giren erkekler tarafından kullanılmış ve sosyal medyada yaygınlaşmıştır.

Eleştirel aklın ürünü olan mizah toplumun gerçekte ne düşünüp hissettiğini gayri ciddi bir tavırla ortaya koymaktadır. Mizah kültürün ve yaşamın dinamosu ve özüdür. Mizah, yaşamdaki yaratıcılığın, özgünlüğün ve zenginliğin temel kaynağıdır. Mizahla yaşam gözden geçirilir ve yenilenir. Bu nedenle toplumsal cinsiyet alanındaki kalıplaşma ve değişmelerin çözülmesinde mizah ürünleri temel araçlar olarak değerlendirilir (Özdemir, 2012, s. 378). Kalıplar ve farklılıklar arasındaki çelişkiyi işleyen mizah yerelin konuşmasını geçmişten

günümüze yazılı-basılı kaynaklarda ve elektronik araçlarda kullanılmıştır. Başlangıçta küçümsenici bir tarzda ele alındıktan yöresel konuşmalar bir süre sonra mizah unsuru haline gelmiştir. Romanlarda, radyo, televizyon ve sinemada yerel kentli bakış açısıyla konuşturulmuştur. Özellikle radyonun yaygınlaşmaya başladığı ilk dönemlerde temsillerle/karşılıklı konuşma şeklindeki oyunlarda yerelin konuşması çoğunlukla ‘Öğretmen ve Veli/Hakkı Dayı’ şeklinde geçen diyaloglarla canlandırılmıştır. Bu diyaloglarda yerel “beyim, kız emme ..” gibi sözcükler kullanılarak seslendirilmiştir. Yerel ise bu konuşmanın yanlış olduğunu, kendilerinin böyle konuşmadıklarını ve doğru şekilde tanıtılması gerektiği isteyerek mektup yazmışlardır. Yine Karadeniz’i anlatan filmlerde “haçan” ifadesinin kullanılması da Karadenizlilerin eleştirdiği bir konudur (Köse, 2019, s. 51-52). Sanal-dijital kültür bağlamında ise Instagram özelinde yerel ağız özellikleri ile mizah unsuru haline gelmiştir. Erkeklerin canlandığı Anadolu kadını/annesi yaygın bir sosyal medyada yaygın bir imgeye dönüşmüştür. Bu durum aynı zamanda toplumsal cinsiyet rolleri ile mizah arasındaki ilişkiyi de göstermektedir. Egemen eril bakış açısı, eril argo ve müstehcenlik sözlü kültür bağlamındaki yerleşik cinsiyet belleğinden dolayı da olsa basılı kültür bağlamında yaşatıldığını göstermektedir (Özdemir, 2017, s. 390). Sanal-dijital ortamdaki mizah unsurların diğer dönemlerden en önemli farkı yerelin bizzat aktör olarak yer almasıdır. Zira yazılı-basılı ve elektronik kültürü bağlamında yerel, kentli bakış açısıyla mizah unsuru hâline gelmekteydi. Bu unsurlar kimi zaman gerçeklikten uzak, kişisel yaratımlardı. Fakat günümüzde sosyal medyada yerel, kendi gerçekliğini mizahi unsur olarak kullanmakta ve bunlar önceki kültür bağlamında yapılanlardan farklılık göstermektedir.

5.2.2.3. Geleneksel Bilgi ile İlgili İmgeler

Gelenek kültürü geleneksel deneyimlerin ürünü bilgiler belleğidir. Geleneksel bilgi belleği insanoğlunun birbiriyle ve doğayla etkileşimleri sonucunda yaratılmış, aktarılmış ve zenginleştirilerek yaşatılmaya devam etmektedir. Dolayısıyla geleneksel bilgi ve deneyimler belleği olan gelenek kültürü

etkileşimlerin ürünü ve bütünüdür (Özdemir, 2018, s. 2). İşlevini koruduğu sürece varlığını sürdüren geleneksel bilgi günümüzde sanal-dijital ortamda daha geniş kitlelere ulaşmaktadır.

Geleneksel bilgiyi TikTok uygulamasına taşıyan aktörler ise doğrudan tanıttığı ürünün satışını yapan ya da sadece bilgilendirme amacıyla gönderiler paylaşan kişilerdir. Bunlardan biri olan “kizilcik_in_sofrası” adlı sayfada birbirinden farklı konularda gönderiler paylaşmaktadır. Bunlardan birisi de geleneksel bilgi ile ilgilidir. Örneğin dut kurusu ile ilgili bir video hazırlamıştır. Bu videoda dut kurusunun kaynar suda bekletildikten sonra içilmesi durumunda vücuttaki iltihabı enfeksiyonu söküp attığını söylemektedir. Videoya gelen yorumlarda ise bu bilginin doğruluğu çeşitli kullanıcılar tarafından onaylandığı tespit edilmiştir. Ayrıca yine bu yorumlarda insanlar kendilerinin ya da yakınlarının sahip olduğu hastalıkları anlatıp tedavi önerileri istemişlerdir. Birçok insan da hastalığın türüne göre kendi tecrübelerinden yola çıkarak önerilerde bulunmuşlardır.

Bir diğer hesap ise “necmiyeninmuftagi” adlı kullanıcıya aittir. Yine bu hesapta da birbirinden farklı birçok içerik paylaşılmaktadır. Geleneksel bilginin yer aldığı bir videoda ise çocuğu olmayan bir kadının belirli bir süre soğan suyu içmesiyle hamile kaldığı yazılmıştır. Video aynı zamanda soğan suyunun nasıl yapıldığını da göstermektedir. Bu gönderiye bazı kullanıcılar soğan suyunun faydasını gördüğünü yazarken bazıları da soğan suyunun sadece iltihap için faydalı olduğunu daha ciddi problemi olan insanlar için faydalı olmayacağını yazmıştır.

“nurayerkan0” ise dizlerinde sıvı kaybı olan, eklem ağrıları çekenler için bir bilgi paylaşmıştır. Kasaptan alınan bir kilo kuyruk yağı kaynaya kadar ocakta pişirilir. Su eklenmeden kızartılır. Parçalar iyice yağını saldıktan ve kızarmaya başladıktan sonra yağ süzülür. Bu yağ bir gece dolapta bekletildikten sonra ağrıyan yere sürüp streçlenerek kullanılır. Kullanıcı yorumlarında yağın daha birçok şeye faydalı olduğunu ayrıca yemeklerde de kullanılması gerektiği belirtilmiştir.

“happy_mom_63_34” hesabında ise kınanın faydaları hakkında bilgi verildikten sonra kınanın saçta nasıl sürüldüğünü gösteren bir video yer almaktadır. Bu videonun yorumlarında ise faydasını görenlerden ziyade saçma bulan ve saçına zarar verdiğini söyleyen insanlar ise daha fazladır.

Yerel, geleneksel bilgi kaynağıdır. Geleneksel bilgi ise günümüzde doğal ve sağlık kaynağı olarak imgeleşmiştir. Korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması gerekmektedir.

5.2.2.4. Geleneksel Ürün İle İlgili İmgeler

Kentleşme kavramı ve kentleşme tarihî tüm dünyanın aksine Türkiye’de daha kısa bir zaman içerisinde gerçekleşmiştir. Bu zamanın azlığı yerelden kente göçen insanların kültürel olarak uyumunu zorlaştırmıştır. Zira Türkiye’nin kentleşme sürecinde ekonomik nedenler öncelikli olduğu için fiziksel olarak kentleşme hızlanmış, kültürel dönüşüme fırsat vermemiştir. Bu durum kentte yerel ve kentli çatışmasının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Kentte varlığını sürdürmek isteyen yerel, sosyal aidiyet, kendini bulma, sosyal statü gibi nedenlerle tetiklenen ve değişen ihtiyaçların neticesinde eskiyle ve eskiyle birlikte geleneksel olandan uzaklaşma yoluna gitmiştir. Çünkü kentte yaşayacak olsa da geleneksele dair olan bilgi onun köylülüğünün ayak izleri anlamına gelmektedir. Bu nedenle kentle birlikte yenileşmek eskiye dair olanları da unutmak gerekiyordu (Altunbasak, 2023, s. 27). Böylece gelenek kültürü geleneksel bilgi kente uyum kapsamında geri plana atıldı. Yerli hayvan ırkları, yerli bitki tohumları, yerli yemekler, yerli giyimler, yerli sanatlar, yerli kilimler, yerli bakır kaplar, yerli mimari...hasılıkelam yerli, geleneksel veya eski ne varsa “yeni” ile hızlı bir şekilde yok bahasına hatta üste verilerek değiştirilmiştir. Geleneksel ürün ve üretimler değersizleşmiştir (Oğuz, 2019, s.12). Yerel bir yandan kente diğer yandan kentli tüketim kültürüne uyum sağlamaya çalışmaktadır. Kentte ise nüfus artışına paralel olarak artan ihtiyaçları karşılamak için endüstriyel üretimler artmıştır. Küreselleşmenin sonuçlarından biri olarak gıda tüketim yapısı tektipleşmiş, çeşitlilik azalmaya başlamıştır. Bu durumun bir sonucu olarak yöresel ve geleneksel ürünler geri planda kalmıştır. Firmalar hızlı tüketim talebini karşılamak adına çeşitli çalışmalar yapmıştır. Fakat 1996’da yaşanan deli dana krizi ve devamında ortaya çıkan dioksinli tavuklar ve transgenik ürünlerle devam eden gıda krizi beslenme sisteminde ve alışkanlığında değişikliklere neden olmuştur (Tekelioğlu, 2015, s.22). Bu

değişiklikler sağlıklı yaşam trendi ile birleşince endüstrileşmiş tarım ve gıda modeline duyulan güveni sorgulamayı getirmiş, sıklığı artan yerel ve küresel boyuttaki gıda krizleri, ekonomik dalgalanmalar da bunu desteklemiştir. Tüm bunlar tat, kültürel ve sosyal aidiyet, sağlık ve çevre gibi kavramlarla birlikte anılan geleneksel ürünlerin tüketimine yönelimi dolayısıyla da bu ürünlerin piyasasındaki gelişimini hızlandırmıştır (Onurlubaş ve Taşdan, 2017, s. 116). Geleneksel bilgi ile üretilen ürünlerin “yerli”, “ev yapımı”, “köy üretimi” gibi sloganlarla tanıtılması geniş kitlelere yayılmasını olumlu olarak etkilemiştir.

Geleneksel bilgi ile ilgili yapılan birçok değerlendirmede genellikle “halk bilgisi” başlığı altında ele alındığı görülmektedir. Bu çalışmalardan birisi de Sedat Veysi Örnek’e aittir. Halkbilimi kadro denemesinde halk bilgisini “halk hekimliği-halk baytarlığı, halk botanigi-halk zoolojisi, halk meteorolojisi-halk takvimi ve halk hukuku” başlıkları altında ele almıştır (Örnek, 2000, s. 25). UNESCO ise somut olmayan kültürel miras sözleşmesinde geleneksel bilgiyi “doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar” olarak kabul edilmektedir. Halk hekimliği, halk tarım ve hayvancılığı, halk mutfağı, halk mimarisi, halk ekonomisi, halk taşımacılığı, halk haberleşme teknikleri, halk baytarlığı ve zoolojisi, halk biyolojisi ve botanigi, halk matematiği, halk takvimi ve meteorolojisi konuları da geleneksel bilgiye dâhil edilmektedir (Oğuz, 2013). WIPO, geleneksel bilgiyi “gelenek bağlamında nesilden nesile miras olarak alınıp aktarılan yerli ve yerel toplumların geleneksel yaşam tarzlarının bir parçası olan bilgi, beceri, teknik bilgi (know how), uygulamalar ve inavasyon” olarak tanımlamaktadır (URL 20). Gelenekler dolayısıyla gelenekler bütünü olan gelenek kültürü geleneksel deneyimlerin ürünü bilgiler belleğidir. Geleneksel bilgi belleği insanoğlunun birbiriyle ve doğayla etkileşimleri sonucunda yaratılmış, aktarılmış ve zenginleştirilerek yaşatılmaya devam etmektedir. Dolayısıyla geleneksel bilgi ve deneyimler belleği olan gelenek kültürü etkileşimler ürünü ve bütünüdür (Özdemir, 2018, s. 2). Başlangıçta kocakarı ilaçları olarak tanımlanan ve gündelik hayattan uzaklaştırılan geleneksel bilgi ve ürünler günümüzde alternatif ve tamamlayıcı tıbbın temel bilgi kaynaklarına dönüşmektedir.

Geleneksel ürünlerin kendine ait özellikleri bulunmaktadır. Kent hayatında var olan hava kirliliği, yeşil alan azlığı, binaların fazla olması geleneksel ürünlerin üretilmesini olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca doğal olanın yerel hayatta olduğu vurgusu ile geleneksel ürünlerin üretimi ve satışını kentten yerele yönlendirmiştir.

Nesilden nesile aktarılan geleneksel bilgi ile üretilen bu ürünlerin son yıllarda üretimi ve tüketimi artmıştır. Başlangıçta küresel ya da ulusal şirketler aracılığıyla satışa sunulan bu ürünler internetin ve sosyal medyanın yaygınlaşması ile birlikte doğrudan üreticisi olan yerel tarafından pazarlanmaya başlanmıştır. Yerel, geleneğin bilgisi ile ürettiği, yetiştirdiği, hazırladığı bu ürünlerinin reklamını kendisi doğal bağlamı içerisinde yaparak satışa sunmaktadır. Yerel günümüzde geleneksel bilginin hem üreticisi hem de pazarlamacısı haline gelmiştir.

Geleneksel ürünlerini Facebook'ta satışa sunan aktörler genellikle yerel işletmeler ya da doğrudan üreticinin kendisidir. Bu kısımda geleneksel ürünlerden örneklem olarak salça, zeytinyağı ve üzüm yaprağı seçilmiştir. Bu ürünler Facebook sayfasında gruplar kurularak ya da yerel işletmelerin profillerinde satılmaktadır. Salça ve zeytinyağı örneğinde yerel işletmeler ön plana çıkarken üzüm yaprağı ve üzüm satışında gruplar mevcuttur. Bu sayfalarda ürün ile ilgili reklam ve açıklama yapılırken doğallığı, kendi üretimleri olduğu, geleneksel bilgi ile üretildiği, uzun bir süredir bu işi başarıyla sürdürdükleri vurgulanmaktadır. Ayrıca ürünün yeni mahsul olduğu ve kısa bir süre sonra tükeneceği bu yüzden hızlı bir şekilde sipariş edilmesi gerektiği açıklanmaktadır. Ürünlerin tanıtıldığı bu sayfalarda yorumlarda genellikle ürünlerin beğenildiği ve doğal olduğu, günümüz dünyasında sağlıklı kalabilmek için bu ürünlere ihtiyaç duyulduğu kimi zamanda bu ürünlerle ilgili kendi belleğinde var olan bilgileri, anıları aktararak önemini, değerini vurgulamaktadırlar.

Sanal dijital kültür bağlamında geleneksel bilginin oluşumu, tanıtımı, aktarımı yerel ve kentli etkileşimi sonucu oluşmaktadır. Başlangıçta geleneksel bilgi belleğinin yerele ait olduğu görüşü sanal-sanal dijital kültür bağlamında

geçerliliğini yitirmiştir. Geleneksel bilgi belleği sanal-dijital kültür ortamı hâline gelmiştir. Kent merkezli kültürle yetişen bireyler, geleneksel bilginin öneminin farkında olarak bu bilginin korunması, kayıt altına alınması ve geleceğe aktarılması amacıyla birçok çalışma yapılmıştır.

Yöresel ürünler, sağlıklı ve doğal yaşamın kaynağı olarak imgeleşmiştir. Yöresel ürünler aynı zamanda organik gıda olarak kabul edilmektedir.

5.2.2.5. Geleneksel Müzik ve Dans ile İlgili İmgeler

Geleneksel müzik ve dans ile ilgili imgeler sanal-dijital ortamda birçok bağlam içerisinde yer almaktadır. Geleneksel müzik ve dansın yer aldığı uygulamalarda aktör kimi zaman bireysel olarak ilgili kişiler ve organizasyon grubu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal medyanın araç olarak kullanıldığı günümüzde birçok hesap geleneksel müzik ve dans ile ilgili paylaşımlar yapmaktadır. Bunlardan biri olan Terekeme Beyler (URL 22) herkese açık sayfasında “Toylarımız Kültürümüz, Karabey (Karabet) oyunu, Aşıkşenlik Suhara” başlıkları altında düğün salonunda Karabey oyunu oynayan bir grubu paylaşmıştır. Bu video birçok kişi tarafından paylaşılmış ve beğenilmiştir.

Geleneksel ve müziğin unsurlarından biri olan zeybek popüler kültür içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle son yıllarda damat ve gelinlerin düğünlerinde giriş dansı olarak kullandıkları danslardan birisidir. Bazen bir ekip ile bazen de sadece gelin ve damadın yer aldığı zeybek oyunu bu hâliyle kentli gelenek kültürü unsurlarından biri olduğunu söylemek mümkündür. “Çakal çökerten zeybeği, sevdiğinin gözlerine aşkla bakarak zeybek oynamak” (URL 23) başlıkları ile düğündeki zeybek videoları paylaşılmaktadır. Kafkas ve Karadeniz oyunları da geleneksel oyunlarımız olmakla birlikte düğünlerde Zeybek oyunu kadar tercih edilmemektedir.

Diğer uygulamaların aksine geleneksel dans ve müzik geçmişin olumlu bir değeri olarak imgeleşmiş ve kültür endüstrisi araçlarının etkisiyle kentli gelenek kültürü unsurlarından biri hâline gelmiştir.

5.2.2.6. Gelenek, Görenek ve İnanişlarla İlgili İmgeler

Gelenek, görenek ve inanişlar toplumlara ait olan değerleri, toplumsal kimlikleri yansıtmaları bakımından önemli bir kaynak olarak kabul edilmektedir. Geçmiş ile bugün arasında bağ kurmayı sağlayan inanişlar aynı zamanda sosyal değerleri ve normları somutlaştıran ortak bir dizi düzenlemeye ilişkin sosyal farkındalığı artırdıkları için bireyler arasında dayanışma ve etkileşimi teşvik etmede çok önemli bir rol oynamaktadırlar. Bu bağlamda halk inançları sosyal bütünleşmeyi ve topluluk içinde kolektif kimlik ve bağlılık duygusunu teşvik eder (Hallaç ve Kotan, 2023, s. 152). Gelenek, görenek ve halk inanışlarının kuşaktan kuşağa aktarılmasında başta insan olmak üzere birçok araç kullanılmaktadır. Bu araçlardan bazıları da hikâye, masal, atasözü vb. sözlü anlatım türleridir. Günümüzde ise sosyal medyada bireysel kullanıcılar aracılığıyla bu aktarım geniş kitlelere ulaşmaktadır. Böylece yaşayan kültürde var olan gelenek kültürüne ait unsurlar zamana, mekâna, hayat tarzına bağlı olarak kendini değiştirmiş, yeniyeye ayak uydurarak varlığını sürdürmüştür.

Gelenek, görenek ve inanişlarla ilgili imgelerin oluşmasında medya ve bireysel kullanıcılar aktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Gelenek, görenek ve inanişların sanal-dijital kültür bağlamında imgeleşmesinde sosyal-medya araçları etkili olmuştur. Zira günümüzde sosyal medya araçları gelenek kültüründen beslenmekle birlikte aynı zamanda gelenek hâline getirdiği uygulamalar da mevcuttur. Böylece kentli gelenek kültürünün oluşmasını sağlamıştır.

Gelenek, görenek ve inanişlar ile ilgili örneklerin genellikle geçiş dönemlerinde (doğum-düğün-ölü) yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Bunlardan ilki kız istemeye ya

da gelin almaya gidiş töreninde karışımıza çıkmaktadır. Gelenek kültüründe kimi zaman atlı ve bayraklarla gidilen kız isteme ya da gelin alma töreni günümüzde kent kültürünün de etkisiyle değişim göstermiştir. Damat adayı ve ailesi gelin evine giderken yolda meşaleler yakarak ilerlemektedir. Gelin evinden kayda alınan bu görüntüler sosyal medyada “kız istemeye meşaleler ile gitmek, istemeye böyle gidilir” başlıkları yazarak sosyal medyada paylaşım yapmaktadırlar (URL 24). Videoların genel olarak izlenme sayısı oldukça yüksektir. Videolara yapılan yorumlar ise farklılık göstermektedir. Kimisi bu videoları çok beğendiğini yazıyla ya da emojilerle belirtirken kimisi de bunun çok saçma, gereksiz olduğunu bu tarz bir törenle evlenen çiftlerin çok uzun ömürlü olmadıklarını, boşanmaya en yakın çiftler olduklarını belirtmektedirler.

Bir diğeri ise gelenek kültüründe var olan çeyiz göstermedir. Gelenek içerisinde daha önce belirlenen bir günde gelin çeyizini gelen konuklara gösterir. Bir odaya konulan çeyiz eşyalarını görmeye gelen davetliler de para ya da çeyiz eşyası vererek katkıda bulunur. Konuklara ikram yapılarak gerçekleştirilen çeyiz gösterme töreninde aynı zamanda evlilik öncesi geline ve ailesine destek olmak amaçlanmaktadır. Günümüzde ise gelinler çeyizlerini isme özel baskı ile yapılmış karton kutulara koyarak, kurdele ya da çeşitli aksesuarlarla süsleyerek göstermektedir (URL 25). Genellikle gösterilen çeyizler bir oda dolusu kutulardan ve diğer eşyalardan oluşmaktadır. Bu tarz videoların altına yapılan yorumlarda ise beğenenlerin, iyi dileklerini sunanların yanında evlilik için eşyadan önce huzurun önemli olduğunu özellikle genç kızların eşyaya önem vermemesi gerektiği yazılmıştır. Ayrıca bunun gelenek olmadığını gösteriş amacıyla yapıldığı yazılan diğer yorumlardan bazılarıdır.

Gündelik hayatın içerisinde var olan gelenek, görenek ve inanışları sanal-dijital kültür ortamında görmek mümkündür. Bu uygulamaları kimi kullanıcılar genellikle video yaparak sosyal medyada paylaşmaktadır. Mesela “yolculuğa çıkanın arkasından su dökeriz. Peki bu geleneğimiz nereden geliyor?” başlığı ile (URL 26) sayfa sahibi bu inanışın temellerinin Şamanizm’e dayandığını çeşitli görseller kullanarak anlatmaktadır. Bunun gibi inanışların birçoğunun kökeninin

Şamanizm olduğunu belirten, görseller kullanarak detaylandıran sayfalar da mevcuttur.

Bir diğer uygulama ise gelinin başına elma atmadır. “Sizce İstanbul’un göbeğinde kafama elma atmışlar mıdır?” açıklamasıyla paylaşılan videoda gelin evin girişinde beklerken damat balkondan gelinin kafasına önce elma atıp sonrasında çerez dökmektedir. Damat emayı atarken gelinin yanında iki kişi, gelinin başının üstüne bayrak açıp beklemektedirler (URL 27). Bu video birçok kişi tarafından görülmüş ve yorum yapılmıştır. Bazı yorumlarda bu geleneğin mantıksız olduğu hele Türk bayrağı üzerine atılmasının kabul edilmeyeceği yazılmış. Bazı yorumlarda ise bu geleneğin asıl yerinin Erzurum, Erzincan, Elazığ olduğu ve eğer elma kafaya denk gelirse damadın, denk gelmezse gelinin sözünün geçeceği belirtilmiştir.

Gelenek, görenek ve inanışlarla ilgili içeriklerden hareketle gelenek kültürünü kimi zaman farklılık, özgünlük kaynağı olarak imgeleşirken kimi zaman da kültürel bellekte var oluş sebebi anlaşılmadığı için geçmişin gereksiz kalıntıları olarak imgeleşmiştir.

5.2.2.7. Geleneksel Kutlama, Şenlik ve Eğlencelerle İlgili İmgeler

Bir şehre ait genelde maddi kültür unsurlarının farklı bir şehirde sergilenmesi ile oluşan il tanıtım günleri son yıllarda yapılan önemli etkinliklerden birisidir. Özellikle Ankara’da düzenlenen il tanıtım günlerini İsa Cotur, kendi internet sitesinde takipçisi arttıkça da YouTube kanalında yayınlamaya başlamıştır. Böylece tanıtım günlerine gelemeyenlerin de izlemesine imkân sağlamıştır. Cotur, Ankara fuar ve festivallerine katkılarından dolayı sosyal medya ödülü almıştır.

Gelenek kültürünün imgeleşmesindeki araçlardan birisi de il tanıtım günleri organizasyonlarıdır. Bu organizasyonlarda tanıtılacak kenti temsil eden afişler hazırlanmaktadır. Hazırlanan afişlerde kent imgesi haline gelen maddi kültür unsurlarına yer verilmektedir. Aşağıdaki Ankara AKM il tanıtım günlerine ait

afişler bulunmaktadır. Afişlerde her kentin gelenek kültürünün görselleştiği görülmektedir. Bu bağlamda kültürü kültür ekonomisi ve endüstrisi aracılığıyla yerelin, ulusalın, yöresel ve ulusal zenginliğin, özgünlüğün, hazinenin, belleğin küresel taşınmasını da olanaklı hale getirdiği bir gerçektir (Özdemir, 2009, s. 84).



Görsel: URL 27

İl tanıtım günleri aracılığıyla kent imgesi gösterilmektedir. Kent imgesi il tanıtım günleri aracılığıyla hem şekillenmekte hem de tanıtılmaktadır. Lynch'a göre (2018) kent imgesinin oluşmasına etki eden yapı, kimlik ve anlam olmak üzere üç bileşen vardır. Çevre ve insan etkileşimi, kişilerin çevre deneyimleri, değerlendirmeleri göz önüne alınarak kent imgesi oluşmaktadır. Her ne kadar kişisel imge olarak algılsa da kent genelinde toplumsal imge bulunmaktadır. Toplumsal imgeler, kişisel imgelerin de gelişimine yön veren ortak ihtiyaçlar, geçmiş gibi ortak noktaları barındırmaktadır.

5.2.2.8. El Sanatları ile İlgili İmgeler

Yerel ve gelenek kültürü ile ilgili el sanatlarına ait imgelerde folklorik bebekler örneklem olarak tercih edilmiştir. Çocuğun tüm gelişim basamaklarında yer alan oyun, etkin bir öğrenme süreci sunmaktadır. Çocuk oyunlarındaki dil, inanç, gelenek ve görenekler, ezgiler, değerler, tutum ve davranış biçimleri gibi unsurlar, oyunlara ulusal kimlik kazandırır. Sözlü kültür geleneğinin önemli bir parçası olan çocuk oyunları, içinde yaratıldıkları ve icra edildikleri sosyo-kültürel ortamın aynası durumundadır. Kadınlar ve yaşlılarla birlikte geleneğin en önemli taşıyıcıları çocuklardır (Özdemir, 2006, s.17). Huizinga ise (2018) oyunu başlayan ve belli bir anda biten, kendisini sona götüren bir cezbedici aktivite olarak tanımlamaktadır. Tezcan, konuya sosyolojik açıdan yaklaşır: Çocuk oyunla toplumsallaşır. Oyunla topluma uyum sağlamaya başlar. Böylece çocuk toplumsal tutum, davranış örnekleri, değerler sistemi, amaçları ve toplumsal rolleri öğrenir (Tezcan, 2017, s. 53). Çocuklar oyunlara özgü birtakım kurallarla oynarlar. Kurallara riayet etme disiplin alışkanlığını pekiştirir. Toplumsal yaşamda kurallara ve yasalara uyma, itaat etme becerisi küçük yaşlarda kazanılmış olur. Oyun ortamında ortaya çıkabilecek uyuşmazlıklar yine çocuklar arasında çözülmektedir. Problem çözme ve tartışarak demokratik yollarla sonuca ulaşma becerisi edinilir. Oyun sürecinin baş aktörü olan oyuncağın tarihi insanlık tarihi kadar eskidir. Başlangıçta tahtadan, kilden, kemikten yapılan oyuncaklar sonrasında kumaşlarla giydirilmiştir. Kültürel, ekonomik ve toplumsal koşulların yansıması olarak kabul edilen oyuncağın, iki farklı evrede geliştiği kabul edilmektedir. İlk evrede oyuncak eğlendirmek, oyalamak ve eğitmek amacıyla kullanılmıştır. İkinci evrede ise oyuncak araştırma, inceleme nesnesi olur ve kuşaktan kuşağa aktarılan tarihsel malzemenin bir bölümünü oluşturur (Onur, 2010, s.46). Bu bağlamda oyun ve oyuncak bireysel ve toplumsal belleğin bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır.

Folklorik oyuncak bebeklerin üretimi, tanıtımı ve satışında birçok aktör bulunmaktadır. Bunlardan ilki Millî Eğitim Bakanlığı tarafından yürütülen Mesleki Teknik Eğitimin Güçlendirilmesi Projesi'dir. MEGEP, Türkiye'de mesleki ve teknik eğitimi güçlendirmek amacıyla oluşturulmuş bir projedir. Millî Eğitim

Bakanlığı (MEB) ve Avrupa Birliği (AB) ile geliştirilmiş olan MEGEP sanayileşme ile birlikte endüstrileşen dünyanın ihtiyaç duyduğu kalifiye eleman ihtiyacını karşılamayı amaçlamıştır. Bunu yaparken de değişen çağa ve bu çağın ihtiyaçlarına uygun bir sistem hazırlamışlardır. Yüz yüze yapılan bu kurslar çalışmamızda aktör olarak kabul edilmiştir. Zira kurs programlarında her bebeğin yapım aşamasını gösteren bir kitapçık hazırlanmıştır. Bu kitapçık sanal ortamda ücretsiz bir şekilde kullanıma açılmıştır. MEGEP tarafından yürütülen kurslar bebeklerin tanıtımını ve üretimini arttırmış böylece kurs aracılığıyla bebek yapmayı öğrenen kişilerin sanal ortamda satışını yapmasını sağlamıştır. Ayrıca folklorik bebekler, bireysel olarak açılan çeşitli internet sayfalarında ya da daha geniş kitlelere ulaşan alışveriş sitelerinde satışa sunulmaktadır.

b) Araçlar: Kitre bebek, MEGEP tarafından ülkemizin tanıtılmasında folklorik



Görsel: URL 30

kültürün aktarılmasında etkin bir rol oynayan sanat kolu olarak kabul edilmektedir (MEGEP, 2009). Yayınladığı kitre bebek yapımı modülüyle bebeğin yapım aşamalarını detaylı olarak anlatmaktadır. MEGEP dışında kitre bebeğinin ticari amaçlı tanıtımı ve satışı sanal ortamda



Görsel: URL 46

gerçekleşmektedir. Instagram uygulamasında *kitre_bebek* kullanıcı adı altında tanıtılmakta ve “istanbulsanatcilarcarsisi.com, pttavm.com ciceksepeti.com, toptans.net” gibi internet sayfalarında satılmaktadır. Ayrıca kitre bebek yapım tekniği ile Türk kadın tipinin karakteristik özelliklerine uygun modeller üretilmiş bu modellerden biri “Geleneksel Türkiye Bebeği Elif” olarak marka tescili yapılmıştır (Sakin, 2016, s.188-



Görsel: URL 31

189).

Bir diğer folklorik bebek ise Kayseri Yeşilhisar Soğanlı'ya ait bez bebedir. Soğanlı bez bebeğinin Soğanlı köyünde yaşlı bir ninenin torunu için en içten duygularıyla yaptığı, sevgisini ve içtenliğini dökerek hazırladığı ağaç ve kumaş atıkları ile oluşturulan bebedir (MEGEP, 2011, s.1). Soğanlı bebekleri bez_bebeklerrr, soganlıbezbebekler kullanıcı adıyla Instagram'da "n11.com, pttavm.com, ciceksepeti.com" gibi internet sitelerinde hediyelik ürün olarak satılmaktadır.

Görsel: URL 32



Damal bebeği ise 1996 yılında Japonya'da el emeği kategorisinde yapılan bir yarışmada dünya birincisi olmuştur. Fidan Atmaca tarafından yapılmaya başlanan bu bebekler günümüzde yöre halkının geçip kaynağı haline gelmiştir.

(MEGEP, 2012). Damal bebekleri Instagram'da *tarihidamalbebekleri* ve *damal bebekleri* kullanıcı adlı kişisel sayfalarda ayrıca trendyol.com, cengizbeysut.com, acarsut.com.tr internet sitelerinde satışa sunulmuştur. Ayrıca folklorik bebek olarak Adıyaman Besi bebeği, Muğla Çomakdağ Bez Bebekleri, Bursa Keles bebeği, Kars Kağızman bebeği, Kastamonu Azdavay bebeği, Rize'nin Fadime bebeği, Muğla bebekleri, Şırnak İdil Berivan bebekleri, Kastamonu'nun Şenpazar ilçesinde üretilen Şen Bebekler, Kastamonu Pınarbaşı ilçesi bebekleri, Emirdağ Sayalı bebekleri, Burdur İbecik bebekleri, Kayseri Develi ilçesinin Zile bebekleri gibi bebekleri örnek verilmesi mümkündür (Sakin, 2016, s.198).

Yukarıda gelenekten gelen bebek örneklerinin tanıtımı ve satışı aktarılmıştır. "benceoyuncaklar" Instagram sayfası ise gelenekten beslendiği gibi aynı zamanda Türk mitolojisinde önemli kabul edilen karakterlerin bebek halini yapmaktadır. Dede Korkut, Ayaz Ata, Şaman örneklerinin yanında yöresel kıyafette kadın ve erkek bebekler yapmaktadır. Yapılan bu bebeklerin kullanım alanını genişletmek için anahtarlık formunda da satışını gerçekleştirmektedir.

Folklorik bebekler sadece oyunca, turistik anı eşyası ya da ekonomik getirisi olan bir üründen çok daha fazlası olarak değerlendirilebilmektedir. Folklorik bebeklerde bir imaj çizilerek bu imaj üzerinden algı oluşturulmasının birçok örneği mevcuttur (Çetin, 2023, s. 70).



Görsel: URL 32

Folklorik bebekler, yerele ait olan geçmişteki giyim tarzı, aksesuarları kullanılarak üretilmekte ve satışa sunulmaktadır. Bu doğrultuda yerele ait giyim kuşamın kültür endüstrisi araçları tarafından farklılık, özgünlük kaynağı olarak kabul edildiği ve geçmişe ait nostaljik bir imge olarak kullanıldığı söylemek mümkündür.

5.2.2.9. Anonim Halk Edebiyatı ile İlgili İçerikler İmgeler

Anonim halk edebiyatı ürünleri sanal-dijital kültür ortamına birbirinden farklı aktörler tarafından aktarılmakta, canlandırılmaktadır. Bu ürünler kimi zaman televizyon dizilerinde ya da programlarında yer aldığı hâliyle sosyal medyaya aktarılırken kimi zamanda bireysel kullanıcılar tarafından doğal ortam içerisinde çekilerek yayınlanmaktadır.

Mâni ile ilgili içeriklerin aktarılması araç olarak görsel-işitsel sosyal medya araçları kullanılmaktadır.

Anonim halk edebiyatı ürünlerinden biri olan mâni sanal-dijital kütür bağlamında önemli bir yer tutmaktadır. Mâni söyleme, mâni atışması başlıkları altında sosyal medyada çeşitli videolar bulunmaktadır. Özellikle mâni söyleme televizyon programları, dizileri ve bireysel kullanıcılar olmak üzere üç farklı kanaldan gerçekleşmektedir. “Gündüz Gece” (URL 33) gibi belgesel tarzı programlarda sunucular yerel bölgelere giderek oradaki insanlara (genelde yaşlı

teyzelere) yapay bir ortam içerisinde, belirli bir süreye uyma zorunluluğu getirerek mâni ve türkü söyletmektedir. Bu programlarda katılımcılara özellikle yöresel kıyafetleri giydirilmektedir. Doğal bağlamı dışında gerçekleştiği için mâni ve türkü söyleyen kişiler çoğunlukla heyecanlanıp unutmakta ya da olduğu hâliyle söylemekten çekinmektedirler.

Bir diğeri aktör ise televizyon dizileridir. Birbirinden farklı kanallarda ve konularda yayınlanan dizilerde gelenek kültürü de kullanılmaktadır. Özellikle yerelde çekilen dizilerde gelenek kültürünün birçok ögesine yer verilmektedir. Bunlardan birisi de mâni atışmasıdır. “Gönül Dağı” dizisinde mâni atışması iki farklı başlık altında yer almaktadır. Birincisi dizide kardeş olan iki karakterin (Hüseyin ve Muammer) mâni atışması “Kardeşlerin mâni atışması-Gönül Dağı 10. Bölüm” (URL 34) başlığı altında verilmiştir. Bu bölümde iki kardeş kahvehanede çay ısmarlamak isterler kimin ısmarlayacağını mâni atışması belirleyecektir.

Muammer

Bahçalarda pırasa
Toplanır kasa kasa
Senin o ağlakçı çayın
Anca yakışır yasa

Hüseyin

Çilekten yaptım reçel
Kara gün çabuk geçer
Senin suratsız çayın
Sanki boğazdan geçer

Yine aynı dizide gelin almaya gitme sahnesinde kadınlar ellerinde bohçaları ile türkü söyleyerek kız evine giderler. Kız evinin önüne geldiklerinde mâni söylemeye başlarlar (URL 35).

Bahçelerde mum direk

Suyu nerden indirek

Söyle kaynanası

Bu kızı ata bindirek

Hele bi salınsın gelsin

Saçını savursun gelsin

Dokuz düvel çatlamazsa

Boyumu yere sersin

Televizyon dizilerinde ve yayınlanan programlarda anonim halk edebiyatı ürünlerinin olumlu yönleri vurgulanmaktadır. Sosyal medyada kanalında ise bireysel kullanıcılar aktif olarak yer aldığı için kullanılan anonim halk edebiyatı ürünleri bireysel deneyimlerin etkisiyle şekillenmektedir. Özellikle mâni atışması genellikle gelin-kaynana çatışmasıyla karşımıza çıkmaktadır.

Gelin: URL 36:

Bak yüzün ay gibi,

Kaşların keman gibi

Oğlun bana ev aldı

Koskoca saray gibi

Kaynana:

Başı saçahlı gelin

Baston bacahlı gelin

Geldin de adam mı oldun

Çarpıh bacahlı gelin

Gelin:

Portakalın dilimi
 Tut kaynana dilini
 Şimdi oğlun gelirse
 Kırar kambur belini

Mâni atışması ve mâni söyleme geleneği sadece bireysel sosyal medya hesaplarından yapılmamaktadır. Aynı zamanda televizyon yayını olan bazı programlarda bunun örneklerini görmek mümkündür. Bunlardan bazıları “Temizlik Benim İşim” ve “Yemekteyiz” programlarıdır. Bu programlar farklı tarihlerde yayınlanmıştır ve ikisinin ortak özelliği sunucusunun Kadir Ezildi olmasıdır. Ezildi, başlangıçta kendine ait sosyal medya hesaplarından anneannesi gibi aile büyüklerinden öğrendiği mânileri söyleyerek paylaşımlar yapmaktaydı. Program sunucusu olduktan sonra bu paylaşımları daha geniş kitlelere ulaşılmaya başlamıştır. Programda bazen yarışmacılarla söylediği mâniler YouTube’da programın tamamından ayrı olarak başlıklandırılıp yayınlanmaktadır. “Kadir ve Kamile’den Karşılıklı Mâni Atışması- Temizlik Benim İşim 258. Bölüm” videosunda mâni atışması özel olarak verilmiştir (URL 37). Yine bu iki programda da Kadir Ezildi’nin yönlendirmesiyle türkülerin okunduğu, halay çekildiği gözlemlenmiştir.

Kamile

Oy gemici gemici
 Nerden aldın pirinci
 Sevdiğimi sorarsan
 Güzellikte birinci

Sosyal medyadaki mânilerin özellikle gelin-kaynana çatışması üzerinden verildiği tespit edilmiştir. Yine anonim halk edebiyatı ürünlerinden biri olan, kargış, beddua da bu çatışma ekseninde verilmiştir. YouTube’de “Prenses Lina

Tv” adlı bir kanalda anne ve çocuk, gelin kaynana ilişkisini canlandırmaktadır. Burada gelin rolünü anne, kaynana rolünü de başına eşarp takarak, yelek ve şalvar giyerek çocuğu oynamaktadır. Kaynana, elinde bastonuyla geline eziyet çektirmek için erkenden gelinin odasına gider. Odaya giderken ki görüntüde “garaltısı kalhasıca” gibi bedduları söyleyerek kaynananın işinin geline eziyet çektirme, gelininin de aslî görevinin kaynanaya hizmet etmek olduğunu söylemektedir. Gelin-kaynana ilişkisi bu şekilde canlandırıldıktan sonra gelin tarafından örf, adet, gelenek ile ilgili saçma sapan vurgusu yapılmaktadır (URL 38). Özellikle küçük bir çocuk kullanılarak yapılan bu video yoruma kapalı olarak yayınlandığı için gelen değerlendirmelere ulaşamamıştır.

Anonim halk edebiyatı ürünlerinin sanal ortama aktarımında özellikle yerel ait kıyafetlerin giyilerek canlandırması yapıldığı tespit edilmiştir. Beddua özelinde çekilen bir videoda, eşarplı, yelekli bir kadın ile çizgili pijama giyen ve başına namaz takkesi takan bir koca yer almaktadır. Video kurgusunda işi olduğu zaman ondan sürekli kendisine hizmet etmesini isteyen kocasına sinirlenen karsının ettiği beddualarının anında tuttuğu ve kocasına etki ettiği canlandırılmaktadır (URL 39). “Allah yedirmeye, şiş çakıla, ciğerin döküle” kullanılan beddualardan bazılarıdır.

Ninniler ise diğer anonim halk edebiyatı ürünlerinden farklı bir konumdadır. Ninniler sosyal medyada bebek görselleri kullanılarak modern ses stüdyolarında yapılan seslendirmeler kullanılarak yer almaktadır. Ayrıca çocuklar için hazırlanan çizgi filmlerde ve çizgi film kanallarında kullanılan ninniler de yer almaktadır.

Anonim halk edebiyatı ürünlerini televizyonun daha çok C ve D/E grubu olarak tanımladığı alt geliri temsil eden insanlara hitap eden programlarda kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu programlarda gelenek kültürü genellikle nostaljik bir yaklaşımda geçmişten günümüze gelen ve yok olmak üzere olan değerler olarak imgeleşmiştir.

Televizyon ve sosyal medyada anonim halk edebiyatı ürünlerinin kullanılmasının birçok nedeni vardır. Bunlardan en önemlisi daha fazla izleyiciye

sahip olmaktır. Bu doğrultuda sosyal medyada ve televizyonda genellikle gelin-kaynana kutuplaşmasını canlandıracak şekilde anonim halk edebiyatı ürünleri kullanılmaktadır. Bu ürünler kimi zaman geçmişin, kültürün önemli bir temsilcisi olarak görülmekteyken kimi zamanda “saçma sapan, kaba ve gereksiz” olduğu vurgulanmış ve bu şekilde imgeleşmiştir. Anonim halk edebiyatı ürünleri özelinde gelenek kültürünün olumlu ya da olumsuz olarak imgeleşmesinde kullanıcıların önemli bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda sanal-dijital kültür ortamının gelenek kültürünü yok ettiği varsayımının geçerli olmadığını gerçekte kullanıcıların çeşitli amaçlar için bunu gerçekleştirdiğini söylemek mümkündür.

5.2.2.11. Giyim ve Kuşam ile ilgili İçerikler ve İmgeler

Giyim insanın var olduğu ilk andan itibaren öncelikle doğa koşullarından korunmak amacıyla ortaya çıkmış bir olgudur. Giyim-kuşam elbiseyi, saç şekillerini, makyajı, her türlü aksesuarı, başa ve ayağa giysilerin tümü olarak kabul edilmektedir. Geçmişten günümüze çeşitli doğal, toplumsal, etik değerlerin etkisiyle biçimde değişiklikler göstererek bugüne kadar ulaşmıştır.. Bu değişiklikler ait olduğu toplumun folklorik, sosyo-ekonomik yapısı, yaşanan coğrafya, kullanılan malzeme, iklim gibi nedenlerle oluşmuştur (URL 40).

Giyim-kuşamın pek çok işlevi vardır. İnsan bedenini hava ve diğer çevresel etmenlerden koruması, süs olma işlevi ön plana çıkmış olsa da (Tezcan URL 2) aynı zamanda bir gösterge niteliği taşımaktadır. Bir gösterge sistemi olarak giysinin, sözlü gösterge (işaretleme) sistemleriyle (doğal diller) bir diğer benzerliği de çeşitlemelerden meydana getirilmesidir. Bu çeşitlenmeler ise kültürel, bölgesel, sosyal, cinsiyet, işlevsel ve bireysel çeşitlenmelerdir (Enninger, 2022, s. 254-255).

Avrupa'nın sanayileşmesi ve kapitalistleşmesi toplumu yozlaştırdığı gerekçesiyle kaybolan manevi değerleri yeniden üretmek için el sanatlarını ve geleneksel kıyafetleri üreterek diriltme çabası söz konusudur.

Ayrıca küresel ısınmasının getirdiği olumsuz sonuçlar, oluşturduğu çevre bilinci ile organik tarım gelişmiş, sağlıklı yaşama istediği insanları birtakım uygulamalara yönlendirmiştir. Moda dünyası da yerel ve gelenek kültürünü hem özgünlük, farklılık kaynağı hem de Avrupa standartlarında, çevreye zararsız “ekolojik tekstil” malı olarak görmüştür. Doğal liflerden yapılan ürünler, kimyasal maddeler içermeyen ekolojik hammaddeyle üretilmiş bitkilerden elde edilen kumaşlarla organik tasarımların kullanımı son günlerde çoğu modacı tarafından başarıyla uygulanmaktadır (Sözüer ve Yıldız, 2018, s. 186).

Gelenek kültürüne ait giyim ve kuşamın imgeleşmesinde medya araç olarak kullanılmaktadır.

Moda, modernlik çerçevesi içinde değerlendirilmelidir. Modernlik bir kodsadır, moda da onun amblemidir (Baudrillard, 2016, s. 157). Sanat alanında endüstri devrimi ile özdeşleştirilen hız ve eşzamanlılık kavramları, resimde ritim olarak yansıtılırken sosyal alanda da tekstil ve moda tasarımlarında soyut geometrik tasarımların öne çıkmasını sağlayarak tekstil baskı tasarımlarına yeni bir soluk getirmektedir. Geleneksel teknikleri kullanarak, çağdaş yaklaşımla tasarım yapan tasarımcılar bu teknikleri modaya dönem



Görsel:URL 41

dönem yeniden kazandırmışlardır (Sözüer ve Yıldız, 2018, s.187). Bu tasarımcılarından biri Sonia Delaunay, geleneksel kırk pare tekniğini, Elie Saab Osmanlı giyim kuşamına ait motifleri, Alexander Mc Queen geleneksel doğu temalarını, JJ. Valaya Hint kültürü ile Osmanlı kültürünü birleştirip kullanarak gelenek kültürünün çağdaş sanatla buluşması sağlanmıştır (Sözüer ve Yıldız, 2018).

20. yüzyılın işlevsel tasarım olgusunun, geleneksel öğretilerde yer aldığı ve bunun da kadın giysileri üzerinden kullanım işlevselliği göstermektedir. Dönem



Görsel:URL 42



modasının, geleneksel giyim kültüründe kadın giyimi ile tasarım ve işlev bakımından yapısal benzerlikler içerdiğini, bu bağlamda “geometrik kesim”in geleneksel öğretisi ile moda ile ilgili tasarımların kesişme noktası olduğunu ve

giysilere kullanım işlevselliği sağladığını ileri sürmektedir. (Şahin, 2016, s. 380). Bunlardan birisi ise Paul Poiret tarafından Avrupa modasında kullanılan “oryantalist kesimdir. Yerel ile özdeşleştirilen şalvar günümüzde küreselleşmenin de etkisiyle birçok marka tarafından farklılık yaratmak amacıyla kullanılmaktadır. Şalvar artık yerel kimliğinden sıyrılıp rahat, kullanışlı vurgusu yapılarak kentlinin tercih ettiği şık kıyafetlerden birisi haline gelmiştir.

Giyim-kuşam ait olduğu milletin kültürünü, yaşam biçimini, gelenek ve göreneklerini yansıtan maddi kültür unsurlarından birisidir. Cumhuriyet’in ilanından günümüze yerele ait kıyafetler gazete, televizyon aracılığıyla aktarılmıştır. Sümerbank reklamında olduğu gibi yerel ve kentli kadın karşılaştırılmasında etek yerine şalvar, şapka yerine baş örtüsü, çanta yerine tarlada kullandığı araç (kazma ya da tırmık?) gösterilmektedir. Yerel ve kentli kadın ayrımı gündelik hayatta kullanılan maddi kültür unsurları üzerinden görselleştirilmiştir.



Görsel:URL 48

Giyim-kuşamda yerel ve gelenek kültürü imgelerinin ulusaldan çıkıp evrensele



Görsel: URL 43

seslendiği önemli olaylardan birisi de 2002 Dünya Güzellik Yarışması'dır. Bu yarışmada ülkemizi temsil eden Azra Akın, dünya güzeli seçildiği gece Cemil İpekçi'nin tasarımı ve üretimi olan Aydın Nazilli basması, pazen bir elbise ve yine bu kumaştan yapılan bir çizme giymiştir. Akın'ın giydiği elbiseyi ve çizmeyi üç haftada hazırladığını söyleyen İpekçi, çizmenin elbise kadar öne çıktığını ve jürilerden tam puan aldığını belirtmiştir.

Bir diğer örnek ise moda tasarımcısı Özkan Kalakaf'a aittir. Kalafat, Bartın yöresine ait "oyulgama" el işçiliğini yansıtan 30 parçalık kreasyonu olmuştur. El işçiliği kullanılarak hazırlanan elbiseler izleyiciler tarafından büyük bir beğeni ile karşılanmıştır.



Görsel: URL 49

Ankara/Nallıhan'da ise modacı Hamiyet Gürelli, yörede yapılan iğne oylarını dokuma ile birleştirerek bir defile düzenlemiştir. Yurt içi ve yurt dışında birçok kez sergilenen koleksiyonun büyük bir beğeni kazandığını ifade eden Gürelli,ilmek ilmek dokunan Nallıhan iğne oylarının modern tasarımlarda da kullanılabileceği geleneksel ve modern tasarımın birleşmesiyle göz alıcı tasarımların ortaya çıktığını belirtmiştir.

Görsel: URL 50

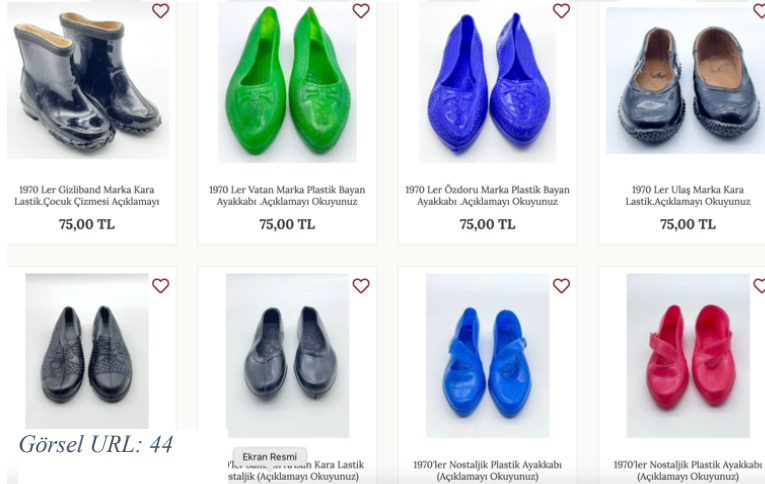


Diyarbakır'da ise tarihi yapılarda bulunan figürler modaya ilham olmuştur. Diyarbakır Olgunlaşma Enstitüsü tarafından yürütülen projede kültür ve inanç değerlerinin üzerinde yer aldığı, kente özgü motifler, sanat tarihçisi, resim öğretmenleri, giyim ve tasarım öğreticileri, dikiş, nakış ustalarının yer



Görsel: URL 51

aldığı özel bir ekip tarafından fotoğraflanmakta sonrasında ise uygun desen tasarlanmaktadır.



Görsel URL: 44

Ekran Resmi
1970'ler Nostaljik Kara Lastik
stajlik (Açıklamayı Okuyunuz)1970'ler Nostaljik Plastik Ayakkabı
(Açıklamayı Okuyunuz)1970'ler Nostaljik Plastik Ayakkabı
(Açıklamayı Okuyunuz)

Modanın kullandığı yerel ve gelenek kültürüne ait bir diğer unsur ise kara lastik ayakkabılarıdır. Su çekmeyen, kaymayan ve engebeli arazide rahatlık sağlayan kara lastik ayakkabılar

başlangıçta yerel ile özdeşleştirilmiştir. Lastik-kauçuk malzemeden yapıldığı ve kışın da kaymadığı için tercih edilen kara lastik günümüzde ise görseiliği daha da çekici hale getirilerek birçok internet sayfasında satışa sunulmaktadır.

Kara lastik ayakkabılar “gokcekoleksiyon.com” gibi koleksiyonerlere ait çeşitli sitelerde nostaljik vurgusu, tarihi değeri ön plana çıkartılarak satılmaktadır. Çeşitli markalar başta olmak üzere birçok yerde satışa sunulan kara lastikler günümüzde çiçekli, geometrik şekiller, puantiyeli desenler kullanılarak “pttavm.com, trendyol.com, tozlu.com” gibi sayfalarda satılmaktadır.

Kara lastik üreticileri popüler ayakkabılarının olduğu piyasada kendi reklamını yaparak varlıklarını sürdürmeye çalışmaktadırlar. “Adisas’ın ezeli rakibi: Laz’idas” (URL 42) sloganıyla piyasadaki pahalı markaların karşısında alternatif bir ayakkabı olduklarını vurgulamaktadırlar. Kara lastik işlevselliği ve görünüşüyle sadece yerelin tercihi değildir. Yerli ve yabancı turistlerin hediyelik eşya olarak aldığı lastikler deniz sezonun açıldığı bölgelerde plaj ayakkabısı olarak tercih edilmektedir.



Görsel: URL 45

Moda için yerel ve gelenek kültürü imgeleri uçsuz bucaksız bir zenginlik kaynağıdır. Farklılık ve özgünlük kaynağı olarak kabul edilen bu imgelerin sanat değeri yüksektir. Kara lastik kültür endüstrisi araçları için nostaljik bir imge iken sanatseverlerin gözünde özellikle kadın kara lastik ayakkabısı tarım toplumundaki yardımlaşmayı, doğa ile olan birlikteliği ve bereketi imgelemektedir.

5.2.3. İçerik ve İmgelerin İşlevleri

Sanal-dijital kültür bağlamında yerel ve gelenek kültürü çeşitli araçlar ve aktörler tarafından imgeleşmiştir. Bu bölümde imgeleşmesindeki kültürel, ekonomik, toplumsal ve siyasi işlev ele alınacaktır.

5.2.3.1 Kültürel İşlev

Yerel ve gelenek kültürü imgelerinin birçok işlevi bulunmaktadır. Bunlardan birisi de kültürelidir. İmgelerin kültürel işlevleri halkbilim çalışmalarında farklı kavramlarla ele alınmış olumlu ve olumsuz olmak üzere birçok değerlendirme yapılmıştır. Gelenek kültürünün kendi doğal bağlamı dışına çıkartılıp

kullanılması ile ilgili yapılan değerlendirmeler ise “folklorizm, fakelore, uygulamalı halkbilimi ve icat edilmiş gelenek” kavramları kullanılarak tanımlanmıştır.

Medya araçları folklor ürünlerini geleneksel bağlamının dışında farklı amaçlar için kullanmaya başlamıştır. Bu durumun bir sonucu olarak folklor ürünlerinin yapısında meydana gelen değişiklikler folklorizm, fakelore, icat edilmiş gelenek/geleneğin icadı şeklinde yeni kavramları ortaya çıkarmıştır. Bu kavramlar halkbilim tarihinde başlangıçta olumsuz olarak değerlendirilirken bağlam merkezli çalışmaların artması, halkın yeniden tanımlanması gibi gelişmeler sonrasında bakış açıları değişmiştir. Bu kısımda öncelikle bu kavramlar ele alınacak devamında sanal-dijital kültür bağlamındaki imgelerin kültür işlevi değerlendirilecektir.

Dünün folklorunun farklı amaçlar için yeniden üretime sokulması olarak tanımlanan folklorizm geçmişi bugün ile uyumlu hale getirmeye çalışmaktadır. Folklorizm kavramının ilk kullanımı 1930’lu yıllara kadar gitmektedir. Fransa’da Albert Marinus tarafından neofolklorisme olarak tanımlanan bu olgu folklor ürünlerini işlevsel ve sosyolojik bir bakış açısıyla incelenmesi gerektiğini belirtmektedir. Rusya’da ise sözlü edebiyat kavramına atıfta bulunmaktadır (Bars, 2021, s. 52). Bugün bilinen haliyle folklorizm 1962’de Hans Moser “Vom Folklorismus in unserer Zeit” ve “Der Folklorismus als Forschungsproblem der Volkskunde” çalışmalarıyla tanıtılmıştır. Ayrıca Moser, folklorizmi üç türe ayırmıştır. Halk kültürünün orijinal yerel bağlamından uzak bir şekilde ortaya koyulması, popüler motiflerin başka bir sosyal sınıf tarafından geliştirilen oyunbaz imitasyonu ve bilinen herhangi bir geleneğin dışında farklı amaçlar ile halkbiliminin icadı ve yaratımı (Newall, 2022, s.80), “İkinci elden aktarım” olarak tanımlanan folklorizmin birçok işlevi olduğu kabul edilmektedir. İcracı, izleyici, girişimci ve organizatörleri kapsayacak şekilde psikolojik yönüne (Newall, 2022) ek olarak ekonomik, estetik, kültür politikaları yönü de (Wolf-Knuts, 2018) eklenmiştir. Geleneğe ait maddi, manevi unsurların doğal bağlamları dışında çeşitli amaçlar kapsamında yeniden kullanıma sokulması söz konusudur. El

sanatlarının, geleneksel değerlerin, halay ve dans gösterileri folklorizm örnekleri olarak kabul edilmektedir.

Folklorizm ve folklor genellikle birbirini tamamlamakta ve örtüşmektedirler. Onları ayırmak her zaman kolay değildir. Bir çağın folklorizminin bir sonraki çağın folkloru olduğunu söylemek doğru ise bu durumda aksi de söz konusudur. Bausinger, süreklilik olarak inandığımız şeyin çoğunlukla tarihin akışında geçmişin kasıtlı bir şekilde uyanışı, bile bile araya eklenen yenilenme olduğunu söylemektedir (Newall, 2022, s. 100).

Folklor ürünlerinin çeşitli amaçlar için geleneksel bağlamı dışında kullanılmasını bazı araştırmacılar bozulmuş folklor olarak değerlendirirken bazı araştırmacılar da folklorun değişen koşullara kendini adapte etme şekli olarak kabul etmektedirler.

Bir diğeri kavram ise “fakelore”dir. Gerçek olmayan, “sahte-folklor” anlamına gelen fakelore kavramı ilk olarak 1950’de Richard M. Dorson tarafından kullanılmıştır. Dorson, Paul Bunyan hikâyelerinin sözlü gelenekte oluşmadığı ve Benjamin A. Botkin’in “Treasury of American Folklore” adlı eserini sözlü geleneğin masa başında düzenlediği iddiasıyla “fake-lore” olarak adlandırmaktadır. Dorson, doğal bağlamı dışında ticari, turizm vb. herhangi bir amaç için masa başında üretilen ürünleri folklorun sahtesi olarak tanımlamaktadır. Folklor, siyaset ve ticaretle iç içe olan fakelore terimini William S. Fox da (2007) kültüre ait olmayan unsurların folklormuşçasına sunumu olarak kabul etmektedir. Fakelore’un halkın bizzat kendisi tarafından üretilmediği, egemen kesimin ekonomik politik çıkarlarına hizmet ettiği gerekçesiyle eleştirilir.

Alan Dundes (2007) Dorson’un doğal bağlamından ayrı masa başında üretilen eserleri fakelore olarak tanımlamasından hareketle folklor tarihinin ilk çalışmalarını eleştirir. James Macperson’ın 1750’taki Ossian şiirlerini, Grimm Kardeşlerin 1812-1815’teki “Çocuk ve Ev Masalları”nı, Elias Lönnrot’un 1835’teki Kalevale destanını orijinal ürünler olmadığını, kağıt üzerinde değişikliklere gidildiği gerekçesiyle fakelore ürünlerinin ilk örnekleri olarak kabul etmektedir.

Ayrıca fakelore ürünleri her zaman ticari, turistik kaygıyla ortaya çıkmaz, milli ve ruhsal ihtiyacı tatmin etmek amacıyla da üretilmektedir.

Tüm bu tanımlardan hareketle halkbilim ile ilgili araştırmalar arttıkça yaklaşım ve tutumun değiştiği ve fakelore de folklorizm gibi folklorun yeni bağlamlarda, farklı amaçlarda yaratılması olarak kabul edildiğini söylemek mümkündür.

İcat edilmiş gelenek/geleneğin icadı terimi Eric Hobsbawm tarafından tartışmaya açılmıştır. Hobsbawm “bu terim gerçekten icat edilmiş, inşa edilmiş ve formel düzlemde kurumsallaşmış gelenekleri olduğu kadar, kolayca izi sürülmeyecek bir şekilde kısa ve belirlenebilir bir zaman diliminde -belki de birkaç yılda- ortaya çıkmış olan ve büyük bir hızla yerleşmiş ‘gelenekleri’ de kapsadığını (2006, s. 2) belirtmektedir. İcat edilmiş gelenek toplum kurumlarınca benimsenen, ritüel veya sembolik bir anlam taşıyan, belli değer veya davranışları aşlamaya çalışan uygulamalardır. Bu uygulamalar “yeni durumlara uyarlanmış, eski durumları akla getiren formlara bürünmüş” geleneklerdir ve yeni gelenekler belli şartlarda yaratılmaktadırlar.

İcat edilmiş gelenek kavramı bir anlamda folklorizm veya fakelore’dur. Burada da toplumsal değişimlere bağlı olarak eski gelenekler üzerine inşa edilen folklorun yeni koşullara uyumlu hale getirilmesi söz konusudur. Folklorizm, fakelore veya icat edilmiş gelenek, egemen güçler tarafından veya masa başında üretimiyle bir değer kazanmamaktadır (Bars, 2018, s. 38).

Teknoloji alanında meydana gelen köklü değişiklikler sonucunda dünya düzeni değişmiş ve bu değişim halkbilimi alanında da yeni/farklı yaklaşımların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu yaklaşımlardan birisi de folklorun işlevsel niteliğini ön plana çıkaran uygulamalı halkbilimidir. Uygulamalı halkbilimi folkloru hayatın bir parçası haline getirip böylece toplum hayatına yön vermeyi hedeflemektedir.

Uygulamalı halkbilimi kavramı ilk kez kavramsallaşmadan önce arşivleme ve açık hava müzeleri ile kendini göstermiştir. “Uygulamalı halkbilimi” kavramının ortaya çıktığı yer olan Amerika’da ise bu alan ile ilgili faaliyetlerin 2. Dünya Savaşı öncesinde ve savaş sonrasını takip eden dönemde yaşanan ekonomik

ve toplumsal sıkıntılarla bağlantılı olarak ortaya çıktığı söylenebilir (Daştan, 2022, s. 349).

Uygulamalı halkbilim alanındaki ilk sistematik girişim Amerika’da, Amerikan Etnoloji Dairesi (AED) tarafından gerçekleştirilmiştir. AED, Amerika’da yaşayan yerlilerin maddi ve manevi kültür unsurlarını derleme faaliyetiyle kayıt altına almıştır. Bu kayıt alma sürecinde o dönem Amerika’da var olan ülke içindeki farklı kültürel kimlikler varlıklarını sürdürmeli mi yoksa asimile mi edilmesi tartışması etkili olmuştur. Kültürel çeşitliliğin koruması gerektiği fikri halkbilimciler ve dernekler tarafından savunulmuştur (Baron, 2022). Uygulamalı halkbiliminin bilimsel literatüre kazandırılması ise ilk olarak 1950 yılında Amerikalı antropolog Ralph L. Beals tarafından “The Editors Page” yazısında ele almıştır. Uygulamalı folklor kavramı edebi-tarihsel, uygulamalı ve işlevsel olmak üzere üç başlık altında değerlendiren Beals’a göre uygulamalı halkbilimi halk mirasının beğenilmesini genişleten ve azınlık grupların değerlerinin beğenilmesini arttıran halk materyallerinin geniş ölçüde yayılmasıdır. Botkin ise uygulamalı halkbilimini 1953’te “halkbiliminin kendisinin ötesinde bazı amaçlar için kullanımı olarak tanımlamıştır (Baron, 2014, s.181). Günümüzde uygulamalı halkbilimi alanı, koruma ve uygulama odaklı halkbilimi yaklaşımları arasında yerini almış ve kullanım alanını genişletmeye başlamıştır (Daştan, 2022, s.354).

UNESCO, 2003 yılında yürürlüğe koyduğu Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM) ile korumayı ve yeniden canlandırmayı amaç edinirken uygulamalı halkbilimi, folklorik ürünlerin sosyal, ekonomik veya teknolojik sorunlara çözüm getirebilmek amacıyla farklı alanlarda çağa ayak uydurabilecek biçimde yeniden hayata geçirilmesini hedeflemektedir (Daştan, 2022, s.348)

Tarihi süreç içerisinde folklor kavramı 1846 yılında ilk kez William John Thoms tarafından kullanılmıştır. Folklorismus kelimesi ise 1962’de ilk kez Hans Moser tarafından Almanya’da kullanılmış örnekleri ise 1930’larda halkbilimcilerin yazılarında görülmüştür. Folklore kavramı bir toplumun üyeleri tarafından doğal ortamında üretilen “gerçek, hakiki” geleneksel uygulamaları, folklorizm ise toplum dışında sonradan ortaya konulan “sahte, yanıltıcı” (fale-lore) ürünleri karşılamak için kullanılmıştır (Bars, 2018, s.30). Geleneksel toplumlarda olduğu

gibi modern toplumlarda da yönlendirici bir etkiye sahip olan halkbiliminin iletişimsel bir süreç olduğu kabul edilmektedir. Dünyada halkbiliminin derlemecilik ve arşivcilik ile geçmişi yeniden kurmaktan ibaret olmadığına ve işlevsel bir sosyal bilim dalı olduğuna yönelik düşünceler daha 20. asrın ikinci yarısından itibaren ortaya konulmaya başlanmıştır (Özdemir, 2001, s. 111).

Geleneğe ait maddi, manevi unsurların doğal bağlamları dışında çeşitli amaçlar kapsamında yeniden kullanıma sokulması söz konusudur. El sanatlarının, geleneksel değerlerin, halay ve dans gösterileri, il tanıtım günleri folklorizm örnekleri olarak kabul edilmektedir.

İl tanıtım günlerinin ziyaretçi kitlesi kente mensup insanlar ve o kenti tanımak isteyen yerli ve yabancı turistler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Tanıtım günleri her ne kadar kültürel bir etkinlik olarak görünse de gerçekte insanlar için kimliklerinin desteklendiği, kendi değerlerinin duygusuna erişmesine yardımcı olduğu (Newall, 2022, s. 89) organizasyonlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Modernizmin ve modern kent hayatının sonuçlarından biri olarak kabul edilen unutkanlık, toplumsal yaşamı yerellikten, insani ölçeklerden ayıran süreçlerle bağlantılıdır. Geçmiş, ritüel, sembol, özel günler vb. aracılığıyla yeniden canlandırılmaktadır. Böylece birey kendini ruhsal olarak ait ve güvende hisseder. Her iki grubun ortak noktası doğal, iyi, köy tazeliği vurgusuyla satışa sunulan ürünleri tercih etmek istemeleridir.

Bir diğer imge ise giyim-kuşam alanında karşımıza çıkmaktadır. Başlangıçta modernliğin teknik gelişme, üretim ve tarihin yol açtığı çizgisel bir zaman anlayışıyla modaya özgü tekrarlardan oluşan döngüsel zaman anlayışını aynı anda ürettiği savunulmaktaydı. Oysa bu apaçık bir çelişkidir, zira modernlik asla radikal bir kopuş anlamına sahip olmamıştır. Zaten gelenekselin, eskinin yeni karşısında üstün olduğu anlamına gelmemektedir. Çünkü gelenek eski ve yeninin ne olduğundan bihaberdir. Eski ve yeniye üreten şey modernliktir, çünkü böylelikle hem neo hem retro hem modern hem de çağdışı olabilmektedir (Baudrillard, 2016, s.157).

Yerele ait olan geçmişteki giyim tarzı, günümüzde minyatürleşerek folklorik bebek olarak karşımıza çıkmaktadır. Folklorik bebekler ait olduğu yörenin giyim

tarzını, o yöredeki geleneksel kumaşlarla ve aslına sadık kalarak yapılmaktadır. Bu bebekler aracılığıyla dünyanın folkloru tekrar üretime sokulmuş ve bugün ile uyumlu hale getirilmeye çalışılmıştır. Geleneksel bağlamı dışında kullanılan bu bebekler kültür endüstrisi tarafından yaratıcılık/özgünlük kaynağı olarak görülen maddi kültür unsurlarından birisidir. MEGEP tarafından açılan kurslarla hem yörenin tanıtımı hem de kursa gelen yöre halkına (özellikle kadınlar) maddi destek sağlanmaktadır. Millî kimliği, geleneksel kültürü temsil eden folklorik bebekler aynı zamanda kültür turizminde bir anı nesnesine dönüşerek kullanılmıştır. Folklorik bebeklerin geleneksel bağlamı dışına çıkarılarak kullanılması kültürü metalaştırdığı gerekçesiyle olumsuz olarak değerlendirilmektedir. Hızlı bir şekilde modernleşen/sanallaşan dünyada geçmişin kendine yer bulabilmesi, yok olmaması için kültür endüstrisi ve medya araçlarına ihtiyacı vardır. Burada önemli olan folklorik bebekler de dahil olmak üzere kültürel unsurların niteliğinin, temsil ettiği değerinin zayıflamasına, kültürel unsurların şeyleşmesini engellemektedir. Bu noktada da görev idarecilere, yöneticilere ve araştırmacılara düşmektedir. Geleneksel belleğe sahip olan yerel ile bir araya gelerek bebek üretiminin hem estetik hem de kültürel yönünü ön plana çıkarmak için çalışmalar yapılmalıdır. Ayrıca yöneticiler ve idareciler tarafından ulusal ve uluslararası pazarda etkili bir tanıtım gerçekleştirmelidir. Böylece kültür turizminde etkili bir araç haline gelen folklorik bebeklerin, geleneksel Türk kültürünün ulusal ve uluslararası alanda tanıtımı, aktarımı sağlanmış olacaktır.

5.2.3.2. Ekonomik İşlev

Yüksek kârların elde edildiği kültür endüstrisi başlangıçta “kitlelerin aldatılışı” olarak değerlendirilse de günümüzde sürdürülebilir ekonomik kalkınma alanı haline gelmiştir. Adorno’ya göre kültür her şeye benzerlik bulaştırır. Filmler, radyo ve dergi bir sistem meydana getirirler. Bu sistem ile taklit olanı mutlak yerine konulmaktadır (2011, s. 47). Adorno (2011) ayrıca televizyon, radyo, sinema gibi medya araçları kültürün metalaşmasını, tektipleşmesine neden olduğunu savunmaktadır. Sanat bir metaya dönüşmüş ve şeyleşmiştir. Kültür endüstrisi ve ekonomisi uzun bir süre bu olumsuz imajından kurtulamamıştır.

Günümüzde toplumların hızlı ve köklü değişimler yaşaması kültür endüstrisi ve ekonomisi alanına olan bakışı da değiştirmiştir. Toplumlar hızla elektronik, sanal ve dijital kültür bağlamlarına geçmiş, yeni kültür bağlamları yeni sistemleri, araçları, ürün ve hizmetlerle aktörleri de beraberinde getirmiştir (Özdemir, 2012, s.12). Böylece bir zamanlar “kitlelerin aldatılışı”, “yaratıcı sektörler”e dönüşmüştür. Kültür farklılık ve özgünlük kaynağı olarak görülmüştür. Kültür; bilim, teknoloji ve ekonomiyle bir araya getiren temel kavram “yaratıcılıktır”. Belirtilen olgular arasındaki çok türlü ve zorunlu etkileşim, çağdaş yaratıların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Hayal etme, karar verme ve çekicilik, bu türden yaratıcılık faaliyetinin temelini oluşturmaktadır (Özdemir, 2012, s.15).

Kültür endüstrisinin yerel ve gelenek kültürü imgeleri kullanmasında birçok faktör etkili olmaktadır. Bunlardan bazıları bu imgelerin tüketicide güven, nostalji gibi duygular oluşturmalarıdır. Böylece ürünlerin satışı süreklilik kazanacaktır.

Kültür endüstrisi bir tarafıyla kültürü şekleştirdiği, tektipleştirdiği noktasında eleştirilse de diğer taraftan yerelin, gelenek kültürünün ulusala ve küresele taşınmasını, tanıtılmasını olanaklı hale getirmiştir. Bu noktada önemli olan kültürel belleği temsil eden yerel ve gelenek kültürünün nasıl imgeleştirdiğidir. Olumlu ya da olumsuz olarak imgeleşmesinde kültür endüstrisi araçlarının değil onları kullanan aktörlerin etkisi bulunmaktadır.

5.2.3.3. Toplumsal İşlev

Yerel ve gelenek kültürü imgelerinin bir diğer işlevi ise toplumsal işlevdir. Bu imgeler toplumların hayatında nostaljik yaklaşımla ele alınmaktadır. Bu kısımda önce nostalji kavramından bahsedilip devamında imge örnekleri verilecektir.

Günümüzde popüler bir kavram olan nostalji kelimesi ile ilgili birçok tanımlama yapılmıştır. Nostalji, Nastos (dönüş) ve algos (acı) kelimelerinin birleşimi ile oluşan ve vatan için amansız özleminden kaynaklanan acı olarak tanımlanmıştır (Mildschut vd. 2008, s. 304). Türk Dil Kurumu’na göre nostalji, geçmişten kalan güzelliklere olan özlem duygusu ve bu duygunun baskın bir duruma gelmesi,

geçmişseverlik, gündedün; değişime karşı duyulan korku sonucu geçmişe sığınma duygusu, geçmişseverlik, dündedün (URL 52) olarak tanımlanmaktadır.

Nostaljinin geçmişten günümüze yapılan diğer tanımlamaları ise şöyledir: (Özhan ve Altuğ, 2017, s. 340)

Davis 1979	“Yaşanmış bir geçmişi olumlu yönde akla getirme”
Belk 1990	“Bir nesne, bir sahne, bir koku veya bir müzik eseri tarafından harekete geçirilebilen hüzünlü bir ruh hali.”
Holbrook ve Schindler 1991	“Bir kişinin gençken (erken erişkinlik döneminde, ergenlik döneminde, çocukluk çağında hatta doğumdan önce) daha yaygın (popüler ya da moda olan nesnelere (insanlar, yerler vb. şeyler) karşı bir tercih (genel beğeni, olumlu tutum ya da olumlu etki).”
Bellelli 1991	“İki yüzü olan bir duygudur. Bir taraftan, sevilen bir nesneye (duyular, yerler...) ulaşılama hissinin başlangıcı olan istek ve eksiklik duygusudur. Öte yandan, kaybolanın hafıza, anı yoluyla bulunabileceği bir hafıza duygusudur.”
Stern 1992	“Bireyin eski bir zaman periyodunun idealleştirilmiş veya ayıklanmış biçimini özlediği duygusal bir durumdur.”
Baker ve Kennedy 1994	“Geçmişten bir deneyim, ürün veya hizmete duygusal ya da acı-tatlı bir özlem.”
Divard ve Robert Demontrond 1997	“Nostalji muhtemelen bir bilişsel aktivite ile ilgili acı-tatlı bir duygusal tepkidir. İç veya dış uyaranlar geçmişinin bir parçası olan ya da olmayan idealleştirilmiş bir geçmişten bir dönem ya da olaya onu aktarma etkisine sahip olduğunda birey tarafından hissedilir.”
Sierra ve Shaun 2007	“Geçmişe bir özlem ya da geçmişle bağlantılı maddi veya maddi olmayan mal ve faaliyetlere bir düşkünlük ve bireylerin bağlandıkları bir dönemden ayrıldıklarını hissettiklerinde yaşanır.”

Hiç var olmamış ya da artık var olmayan bir eve duyulan özlemi anlatan nostalji kavramı başlangıçta sadece psikolojik bir hastalık olarak kabul edilmekteydi. Nostalji kelimesi ilk olarak İsviçreli doktor Johannes Hofer tarafından 1688'de yazdığı tıp tezinde kullanılmıştır. Hofer, nostalji sesin gücünden hareketle kişinin kendi memleketine geri dönme arzusundan kaynaklanan üzgün ruh hali olarak tanımlamaktaydı (Boym, 2021, s. 25). Her ne kadar tehlikeli bir hastalık olsa da nostalji, ölümcül bir hastalık değildi ve tedavisi mümkündü. Sülûkle tedavi, sıcak uyutucu merhemler, afyon ve Alplere dönüş genellikle belirtileri gidermek için yeterliydi. Önerilenler arasında midenin temizlenmesi de vardı ama nostaljinin çaresi olarak hiçbir şey yurda dönüşün yerini tutmazdı (Boym, 2021, s. 27).

17. yüzyılda düzensiz kalp atışları, ağlama nöbetleri, iştahsızlık gibi çeşitli semptomları olan ve doktorlar tarafından incelenen nostalji 18. yüzyılda şair ve filozofların inceleme alanına geçmiştir. 19. yüzyılda ise kaygı, üzüntü ve uykusuzluğu içeren psikiyatrik bir bozukluk olarak kabul edilmiştir. Günümüzde ise günlük hayatın dokusunun bir parçası olarak ele alınan nostalji kültür endüstrisi araçları tarafından kullanılan önemli bir kavramdır.

Çoğu zaman devrimler, savaşlar gibi toplumu derinden etkileyen olaylar sonucunda ortaya çıkan nostalji modern zaman fikrine, tarih ve ilerlemenin zamanına karşı bir isyandır. Nostaljik kişiler tarihi silmek ve özel ya da kolektif bir mitolojiye dönüştürmek, zamanı mekân gibi yeniden ziyaret etmek isterler, insanlığın başına bela olan zamanın geri çevrilmezliğine boyun eğmeyi reddederler (Boym, 2021, s. 16). Geleceğin belirsizliği, şimdinin hızı ve geçiciliğinin bir sonucu olarak birey modern zamanda kendini güvende hissetmemektedir. Bu şartlar altında birey kimlik, aidiyet, süreklilik ve köklülük duygularını hissedeceği nostaljiye sığınmaktadır. Zira nostalji pozitif etki yaratır, benlik saygısını yükseltir, sosyal bağlılığı teşvik eder ve varoluşsal tehdidi hafifletir. Bunu yaparken nostalji, kişinin günlük hayatının iniş ve çıkışlarında başarılı bir şekilde gezinmesine yardımcı olabilir (Mildschut vd. 2008,s. 307).

Modernite, dünyeviliğe köklü ve geleceğe odaklanmış bir sistem olarak daima ilerlemeye odaklanmıştır. Bu süreklilik karşısında birey kendini eksik ve yetersiz hissetmeye başladığı noktada nostaljinin kapılarını aralamaktadır. Zira idealize

edilen / acısı alınan geçmiş olarak tanımlanan nostalji bireye aradığı huzuru/güveni hissettirecektir. Bu bağlamda nostalji şimdi ve gelecek karşısında sığınılacak bir yer olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzde nostalji üretici ve tüketici arasında bir köprü görevi gören pazarlama stratejisi olarak da kullanılmaktadır. Zamanla tüketim kültürünün de malzemesi haline getirilen nostalji kavramı için öyle bir pazarla stratejisi geliştirilmiştir ki müşterilere kaybetmedikleri şeyi özlettirmişlerdir (Demir, 2022, s. 7). Medya adeta nostalji aracılığıyla insanların geçmişe duyduğu özlemi arttırarak, onları tüketime şartlandırmaktadır. Böylece medya insanlara nostaljik yolculuklar yaptırarak, onları tüketime yönlendirmektedir (Aydın, 2019, s. 29).

Günümüzde birçok bilim dalının inceleme konusu haline gelen nostalji, sosyolojide bireyin kimlik geçişini korumak için kullandığı mekanizma; psikolojide acı, keder; felsefede ise zamansal bir uzaklık olarak tanımlanmaktadır. 19. yüzyılın başlarında halkbilimi çalışmaları kamusal bir üslup kazanmasıyla birlikte sözlü anlatım türleri, maddi kültür unsurları başta olmak üzere halka/gelenek kültürüne ait olan birçok öge derlendi, arşivlendi. Böylece ulusun hatırlatıcı işaretleri fiş kataloglarına yerleştirildi. Özlemin ele avuca sığmaz zamansallığı arşiv çekmecelerinde, vitrinlerin biblo raflarında kutulanmış ve tasnif edilmişti. Özel koleksiyonlar insana başka zamanları ve mekanları tahayyül etme ev içinde hayallere ve koltuk nostaljisine dalmayı mümkün kılıyordu (Boym, 2021, s. 43). Romantizm döneminde şekillenen ve kitle kültürü ile eş zamanlı ortaya çıkan nostalji modernleşmenin hızlı temposu içerisinde bireye bağ kurabileceği *acısı alınmış bir geçmiş* sunmaktadır. Modern insan değişimin acımasızlığını keşfetti ve geçmişi bir mülk olarak almayı denedi. 18. yüzyılın sonunda ortaya çıkan romantik akım, Aydınlanmanın rasyonel geleceğe olan güvenini reddedip, sanayileşme sonrası ortadan kaybolan köy hayatı için azap çekip geçmişe olan bu özlemi yüceltti (Cross, 2018, s. 16). Geçmişin bugüne taşınamayacağı anlaşıncaya kadar bunun yerine ritüel, sembol ve imgeler, özel günler, yıldönümü, bayramlar, sanat, kıyafet, takı, mobilya ve eşya aracılığıyla yeniden canlandırma yoluna gidilmiştir. Geçmiş artık dolaplarda, çekmecelerde, müzelerde sergilenmeye başlanmıştır. Geçmişe ait kıyafetler ve

yaşam tarzıyla birey kendini o döneme uyarlamaya çalışır. Böylece ruhsal olarak ait ve güvende hisseder. Nostalji bu doğrultuda geçmişin modası değil yaşam tarzını göstererek geçmiş bugüne taşır.

20. yüzyıla gelindiğinde ise hızlı kapitalizmin stresli dünyasında büyümenin kişisel deneyiminden kaynaklanan geçmişteki eşyalara duyulan özlemin (Cross 2018, s. 19) etkisiyle tüketilen nostalji karşımıza çıkmaktadır. Birey özlemini duyduğu eşyada kimlik, amaç, aidiyet gibi duygular hissetmeye başlamıştır. Nostaljide toplumsal ve ailevi konular, eğilimler ve modern tüketimdeki deneyimsel arayış en önemli şeydir. Tüketilen nostaljiyi farklı kılan şey esasında maddesellik ya da belirli bir zamana ait ürünün kutsanmasından çok hızlı kapitalizmin başlangıcı ve kısa ömürlü eşyalar ile ilgili kişisel anıların ilk kez çocukluk ve gençlikte yaşanmış olmasıdır (Cross, 2018, s. 20).

Modernizmin sonuçlarından biri olarak kabul edilen unutkanlık, toplumsal yaşamı yerellikten, insani ölçeklerden ayıran süreçlerle bağlantılıdır. Sanayi, ulaşım vb. alanlarda yaşanan gelişim/ilerleme ait olmama ve unutkanlık algısının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Medya, yerel ve gelenek kültürüne ait imgeleri nostalji bağlamında kullanmaktadır. Nostaljik imgeler aracılığıyla birey kendini güvende ve ait hissetmektedir. İmgeyle duygusal bir bağ kurması tüketim talebini arttırmaktadır.

“Acısı alınmış geçmiş olarak” tanımlanan nostaljik imgelerin şekillenmesinde kolektif ve bireysel bellek etkili olmuştur. Zira geçmiş ile bellek aracılığıyla bağ kurulur. Bireysel yaşanmışlıkların, anıların, her türlü yaşantı ve bilgilerin, travmaların ve ulusun/toplumun yaşanmışlıklarının, deneyimlerinin depolandığı alan olarak kabul edilen bellek, kimlik kavramını tanımlamada önemli bir yer tutmaktadır. Sosyo-kültürel bir yapı olan bellek çok yönlü ve sürekli bir süreçtir. Geçmiş, şimdi ve gelecek arasında hareket eden bellek işlevseldir. Kültürel bir örüntü içerisinde yapılandırılan bellek bu yönüyle anlatisaldır. Geçmiş ile gelecek arasında bir köprü görevi gören bellek geçmişten gelen birikimin şimdiye ve geleceğe aktarılmasıyla anlam kazanır. Çok boyutlu bir kavram olan bellek Bergson’la birlikte felsefi düşüncede, Freud’la birlikte psikanalitik

düşünce, Proust'la birlikte otobiyografik edebiyatta merkezi meselelerden biri olmaya başlayınca eksiğiyle gediğiyle, bireysel kimlik için de önemli bir kavram olarak belirmeye başlandı. 20. yüzyılın başında psikolojinin araştırma alanı olan bellek yüzyılın sonunda kültürel belleğe kaymıştır (Connerton, 2021, s. 11).

Toplumsal bellek, bireylerin bellekleri gibi münferit olayların değil, aynı olaylara şahitlik eden bireylerin, bir olay veya durum karşısında yaşadıkları anılarının ortak paydada buluşmaları sonucunda oluşur. Bireylerin bellekleri zihinsel bir arşiv gibi düşünülürken, toplumların bellekleri de kültürel bir arşiv gibi düşünülebilir (Atik ve Erdoğan, 2014, s. 2). Geçmişin bilgisine sahip olan bellek toplumların ihtiyaç duyduğu zaman bu bilgileri tekrar hatırlatarak ortaya çıkarır. Böylece bireyler kendilerinin deneyimlemedikleri kültürel bilgileri öğrenerek geçmişe hâkim olur. Güçlü bir belleğin olduğu yerde unutma söz konusu değildir.

Bellek geçmişin bilgisine sahiptir. Toplumların ihtiyaç duyduğu zaman bu bilgileri tekrar hatırlatarak ortaya çıkarır. Böylece bireyler kendilerinin deneyimlemedikleri kültürel bilgileri öğrenerek geçmişe hâkim olur. Güçlü bir belleğin olduğu yerde unutma söz konusu değildir.

Yerel ve gelenek kültürü imgesi de toplumsal bellekte var olan şekliyle sanal-dijital kültür bağlamına aktarılmıştır. Bu aktarım ise diğer kültür bağlamında olduğu gibi gelenek aktörleri olmayan kişiler, kurumlar tarafından gerçekleştirilmiştir. Sözlük sayfaları da bunlardan birisidir. Ayrıca yerel kelimesi küreselleşme karşısında korunması, yaşatılması gereken bir kavram olarak kullanılırken, köylü, halk geçmişten günümüze olumlu ve olumsuz imgeleriyle varlığını günümüzde de devam ettirmektedir.

Yerel ve gelenek kültürünün görselleştiği kartpostallar ve pullar nostaljik imge olarak karşımıza çıkmaktadır. 20. yüzyıla gelindiğinde hızlı kapitalizmin stresli dünyasında büyümenin kişisel deneyiminden kaynaklanan geçmişteki eşyalara duyulan özlemin (Cross, 2018, s.19) etkisiyle tüketilen nostalji karşımıza çıkmaktadır. Birey özlemini duyduğu eşyada kimlik, amaç, aidiyet gibi duygular

hissetmeye başlamıştır. Nostaljide toplumsal ve ailevi konular, eğilimler ve modern tüketimdeki deneyimsel arayış en önemli şeydir.

5.2.3.4. Siyasal İşlev

Gelenek kültürü ve özellikle yerel imgesi yazılı-basılı kültür bağlamında siyasal işlevi ile karşımıza çıkmaktadır. Yerel ve gelenek kültürü Osmanlı Devleti'nin son döneminde devletin içine düştüğü çıkmazdan kurtuluş kaynağı olarak görülmüştür. Tüm dünyada olduğu gibi Osmanlı Devleti'nde de Narodnik, Solidarizm ve Pozitivizm gibi akımlar yerel ve gelenek kültürüne olan yaklaşımı şekillendirmiştir. Özellikle Narodnik ve Solidarizm akımları topyekûn bir kalkınma için halka yani köylüye gidilmesi gerektiğini savunmuşlardır. Bu dönemde yapılan birçok çalışmada aktörler devlet yöneticileri ve aydınlardır. 1858 Tarihli Arazi Kanunu, II. Meşrutiyet'in ilanı Türk Ocakları ve Köycüler Cemiyeti'nin kurulması yerelin kalkındırılması için yapılan önemli çalışmalardan bazılarıdır. Fakat dönemin siyasi koşulları çalışmaların uygulanmasını, çeşitlendirilmesini engellemiştir. Özellikle bu dönemde Osmanlı Devleti'nin sadece vergi almak için hatırladığı, zor şartlar altında yaşayan fakat vatani için canını feda edecek bir yerel karşımıza çıkmaktadır. Siyasi bir işlevi olan yerel bu dönemde köy, köycülük tartışmalarının merkezinde ele alınmıştır. Fakat Osmanlı Devleti'nde Batı'da olduğu gibi bir köy tartışması yoktur. Birçok konuda olduğu gibi köy ve köycülük ile ilgili tartışmalar Batı'dan gelmiştir. Köy ile ilgili tartışmaların bize geç yansımada Osmanlı-Batı ilişkilerinin farklı düzeyde olmasının etki ettiğini söyleyen Ertürk'e göre (1993) bir diğer nedeni Osmanlı İmparatorluğu'nun geleneksel doğu toplumlarından farklı özelliklere sahip bir devlet olmasıdır. Osmanlı'nın temeli geleneksel doğu toplumları gibi tarım değil, siyasettir. Osmanlılık bir dünya siyasetidir. O nedenle siyasi konulardaki kavram ve kuramlarla çok yakından ilgilenmiş olsa bile tarım konusunda köyle ilgili söylenmiş sözlere Osmanlı'da önem verilmemiştir. 19. yüzyıl boyunca Batı'daki köy tartışmaları Osmanlı'da etki yapmamıştır. Çok sınırlı edebiyatçı-yazar çevrenin köye ilgisi de bu çerçevede olmamış, belli bir modeli yaygınlaştırma kaygısı ile sınırlı kalmıştır. Yankı yaratan kuramcı olmaması yanında Balzac,

Zola veya Tolstoy gibi köy temaları işleyerek yankı uyandıran bir edebiyatçı da görülmemiştir. (Ertürk, 1993, s. 20-21). Batı ve Osmanlı birbirleri ile sadece siyasi nedenlerle ilgilenmişlerdir. Bu doğrultuda Batı toplumundaki sorunlardan kaynaklanan tartışmalar yansımamıştır. Fakat köy ve köylünün içinde bulunduğu durum fark edilmiş ve dönemin şartlarının elverdiği ölçüde çalışmalar yapılmıştır. Osmanlı Devleti dönemi içerisinde her ne kadar dünyadaki gibi sistemsal bir şekilde köy ile ilgili tartışmalar olmamakla birlikte yapılan çalışmalarda köy ve köylünün nasıl kalkındırılması gerektiği ele alınmıştır. Dönem içerisinde gerçekleşen siyasi olaylar ve savaşlar alınan kararların uygulanmasını imkân vermemiştir.

Osmanlı Devleti'nde aydın ve bürokratların yerel ile ilk teması genellikle sürgün ya da Devlet tarafından verilen görevler sonucu olmuştur. Yerele ve yerelin sahip olduğu gelenek kültürüne bu dönemde üstten bir bakış, küçümser bir eda ile bakılmış muhalif oldukları düşüncelere karşı da yerel ve gelenek kültürünü öne çıkarmışlardır. Bu dönem yerelin sürgün ile özdeşleştirilmesi, merkezden çevreye tayin olmuş, görevi gereği zorla gönderilmiş, eğitilmiş, İstanbullu bürokratlarının yaratımıdır. Tanzimat ile birlikte merkez iyiden iyiye daralıyor, daralan merkezin çevresine gönderilen memurlar için ise durum uzak diyara atılma, bir sürgün, katlanılan bir zorluk haline geliyordu (Bulut, 2007, s. 92). Merkez için uzak bir ülke olan yerel bu yüzden mecburi sürgünlerin ama aynı zamanda geçiciliğin yeri idi. Osmanlı Devleti'nin itaat ve yerli yerindelik beklediği yerel ve gelenek kültürü 1900'lü yılların başına doğru kurtuluşun anahtarı olarak görülmeye başlanmıştır. Bu durum folklor ürünlerinin ideolojik amaçlar çerçevesinde kullanılmaya başlamasının göstergelerinden birisidir. Folklorun ideolojik kullanımı 19. yy. milliyetçiliğinden kaynaklanmaktadır. Halk şiirinin ve millî şekillerini tanımlayan Herder liderliğinde Avrupa ülkelerindeki bilim adamları; art arda yerel dillerde anlatılan halk masallarında ve halk şarkılarında, folklor terimlerini geliştiren edebiyatta ve milli kahramanlık eylemlerini yücelten tarihte açığa çıkan halkın ruhunu aramışlardır (Dorson, 2011, s. 25). Batı'daki gelişim çizgisine paralel olmasa da Osmanlı Devleti'nde de aydınlar tarafından çalışmalar başlamıştır. Dilin sadeleştirilmesi ve edebi eserlerin halkın anlayabileceği bir dille yazılmasını savunan Şinasi'nin, Durub-ı Emsal-i

Osmaniye adlı eseri halk edebiyatına yönelen kayda değer eserlerden birisidir. Atasözlerinin bir kısmının kaynağını ve kaynak kişisini veren Şinasi, halkbilimi çalışmalarına kaynaklık etmiştir. Arap ve Fars edebiyatının etkisinde olan Divan Edebiyatını eleştiren Namık Kemal ise dilin sorunlarına eğilmiş ve o döneme kadar söylenmemiş bir tarzda vatan konusunu işlemiştir. Şinasi ve Namık Kemal çizgisinde olan Ziya Paşa da 1868 yılında Hürriyet gazetesinde Şiir ve İnşa makalesini yayınlayarak millî lisan ve edebiyat meselelerine değinmiştir. Türk tarihine ve folkloruna yönelen Ahmet Vefik Paşa ise dilde sadelik ve hece veznemi vurgulamasının yanında folklor terimini ilk kez kullanması bakımından önemlidir (Oğuz, 2013). Devam eden süreçte Türkçülük hareketini yaymak, Türk kültürünü yaymak amacıyla çeşitli dernekler kurulmuş, dergiler çıkartılmıştır. Türk Yurdu Mecmuası, Genç Kalemler mecmuası bu dergilerden bazılarıdır. Bu dönem içerisinde aydınlar her ne kadar Ziya Gökalp'ın halka doğru prensibi ile görüşlerini formüle etse de (Çobanoğlu, 2019) siyasi şartlar ve savaşlar neticesinde amaçlanan hedeflere ulaşamamıştır.

1920'lerde yerel ve gelenek kültürü ile ilgili önemli çalışmalar bulunmazken yerelin bizzat kendisi siyasi söylemler içerisinde yer almıştır. Cumhuriyet'in kurulması ile birlikte Anadolu'nun kalbi politik bir merkeze dönüşmüştür. 1930'ların ortalarına doğru "yeniden köye dönüş" hareketinin etkisiyle yerele ilgi artmış yapılan ilk teşebbüsler folklor, etnografi ve kırsal edebiyatla sınıflandırılmıştır. 1940'lı yıllar her ne kadar II. Dünya Savaşı yılları olsa da Köy Enstitüsü gibi kurumlar yerelin çok boyutlu eğitimini gerçekleştirmek için çalışmıştır.

1950'li yıllar aynı zamanda Demokrat Parti'nin iktidara geldiği yıllardır. Demokrat Parti'nin iktidara gelmesinde birçok faktör etkili olmuştur. Bunlardan bazıları köylünün hükümet politikalarına karşı artan hoşnutsuzluğu, 1945'teki Toprak Reformu'na karşı artan muhalefet, Demokrat Parti'nin köylüye yönelik popülist söylemle yaklaşması gibi uygulamalardır. Demokrat Parti modernleşmeye tarımdan başlamıştır. Bu doğrultuda çiftçiye ucuz kredi verilmiş, köyleri, kasaba ve kentlere bağlayan karayolları inşa edilmiş, tarımda makineleşmeye gidilmiştir (Bulut, 2007) 1950'li yıllarda ise sağlık hizmetleri, ulaştırma araçlarının ve yolların yenilenmesi, tarımın makineleşmesi yanında

kırsal bölgelerin kent ile etkileşimi artmış, bu dönemde köyden kente göçler başlamıştır. 27 Mayıs 1960 askerî darbesi ile Demokrat Parti iktidarı sona ermiştir. Siyasallaşmanın üst seviyede olduğu 60'lı yıllar 12 Mart 1971'de müdahale ile kesintiye uğramıştır. 1970'li yıllarda toplumsal huzursuzluğun yanında ekonomik bir bunalım da söz konusudur ve bu bunalım, huzursuzluk 1980 askerî darbesini hazırlamıştır. 1980'lerde aynı zamanda neo-liberal politikalar benimsenmiş, özel girişimler artmış, iç piyasası dünya ekonomisine açılmıştır. Bunun bir sonucu olarak ücretler düşmüş, enflasyon artmıştır. Alt sınıf fakirleşirken büyük girişimciler zenginleşmiştir. Bu durum yerele de yansımıştır. 1980'lerde kent ile yerel arasındaki mesafe kısalmaya, yerel nüfus kentte artmaya başlamıştır. Yerel artık kendini dönüştürdüğü gibi kenti de dönüştürmeye başlamıştır.

Dünya'da köyü ve köylüyü kalkındırmak için çok yönlü birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar ile köylü, köyünde kalarak ve üretimde aktif bir şekilde yer alarak yaşadığı iktisadi zorluğu aşması amaçlanmıştır. Türkiye'de ise tarihsel süreç içerisinde köy ve köylü ile ilgili yapılan çalışmaların çıkış noktası Batı'dakinden farklıdır. Köyün ve köylünün sorunları ile birlikte fark edilmesi ve çözüm arayışlarına gidilmesi bir "modernleşme" projesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Modernizm ise Batı'nın geçirmiş olduğu aydınlanma sürecini yaşamayan toplumlar için bir proje olarak kabul edilmiştir. Türk modernleşmesi yukarıdan-aşağı modernleştirici elit tarafından gerçekleştirilen iradi bir modernleşmedir. (Dağtaş ve Tazegül, 2005, s. 78). Batı'dan ithal edilen modernleşme uygulamaları Avrupa'daki muadilleri gibi işlev görmemişlerdir. Çoğu zaman büyük bir dirençle karşılaşmıştır. Bu bağlamda temelden başlamayan modernleşme çalışmaları bir süre sonra çatışma unsuru olarak karşımıza çıkmıştır. Modernleşme her ne kadar siyasi ve iktisadi sorunlara çözüm arayışları olarak kabul edilse de gündelik hayatı ve bunun bir sonucu olarak kültürü etkilediği unutulmamalıdır. Modernite, dünyeviliğe köklü ve geleceğe odaklanmış bir sistem olarak daima ilerlemeye odaklanmıştır. Bu durum bir süre sonra çatışmaların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Zira geleneksel yapılar modernleşmeye kolayca teslim olmaz, yeni kurumlarla bir arada yaşarlar. Ancak, "gecikmiş" toplumlar geleneksel ve modern yapılar

arasında bir huzursuzluk nöbeti yaşarlar. Yerel olan genellikle yabancı olana karşı kendini savunur (Jusdanis, 1997, s.14). Bu savunmanın bir sonucu olarak başlangıçta amaçlanan yenilikler, kanunlar içselleştirilememiştir. Sarı'ya göre (2014) köye ve köylüye yönelik bu derece ayrıntılı bir kanunun ne kadar uygulandığı öngördüğü görevlerinin ne kadarını yerine getirdiğine ilişkin güvenilir bilgi mevcut değildir. Türlü sebeplerle köylere bırakılan görevler yerine getirilmemiştir. 1929 ekonomik bunalımının sonrasında II. Dünya Savaşı'nın ortaya çıkması kanunun uygulanmasını geciktirmiştir. 1924 Tarihli Köy Kanunu ile bütün sorumluluk köylüye yüklenmiştir fakat köylünün bunu yapacak maddi imkânı ve teknik bilgisi eksiktir.



SONUÇ

İmgeler, duyu organları ile algılanan nesnelerin ya da kavramların bilinçte canlandığı imajlardır. Dolayısıyla imgeler, olguların/kavramların/nesnelerin kültürel bağlamda çeşitli dinamiklerin etkisiyle yeniden üretilerek anlam kazanması sonucu ortaya çıkar. İmgeler ilk üretildikleri bağlamdan zamanla koparak farklı anlamsal bağlamlarda yaşamaya devam ederler. Yerel ve gelenek kültürü imgeleri ise oldukça karmaşık bir araştırma alanıdır. Yerel ve gelenek kültürü ile ilgili imgeler yazılı-basılı kültür ile popüler ve kitle kültürünün farklı alanlarında yoğun olarak değerlendirilmiştir.

İkinci bölüm olan sözlü kültür bağlamında öncelikle sözlü kültür bağlamı açıklanmış ve örneklem olarak geleneğin hem yaratıcısı hem aktarıcısı olan âşıklar seçilmiştir. Yazısız bir kültür olarak tanımlanan sözlü kültürün temel unsuru sözdür. Kalıcılığını sözden alan sözlü kültür, yazılı-basılı kültürde olduğu gibi düzenli bir metinden yoksundur. Toplumsal belleğe dayanan sözlü kültür, anımsamaya, belleğe yardımcı olan ağızdan çıkmaya hazır düşünce biçimlerini kullanmaktadır. Bu bağlamda sözlü edebiyatın çeşitlenmeler edebiyatı olduğu, sayısız çeşitlenmelerle yayıldığını söylemek mümkündür. Ayrıca sözlü kültürde depo insan hafızasıdır. Bu nedenle en uzun görüşülen ve en uzun yaşayan kişi bilginin kaynağı kabul edilmektedir. Kapsamı geniş olan sözlü kültür ürünleri sosyal hayatın ve toplumun sürekliliğini sağlamada önemli bir rol üstlenmişlerdir. Yazılı-basılı kültür unsurlarına nispeten millet hayatında daha geniş bir kabule sahiptir. Sözlü kültür unsurları kendisini yaşatan bir gelenek yaratmaktadır. Yaratılan bu gelenekler aracılığıyla kültürel aktarım gerçekleşmektedir. Bu geleneklerden birisi de âşıklık geleneğidir. Türk kültürünün gen haritasını, Türk kimliğinin sağlıklı şiflerini barından âşıklık geleneği geçmişten günümüze usta çırak ilişkisi içerisinde varlığını sürdürmüştür. Âşıklar geleneksel Türk kültürel belleği ve bu bellekte var olan imgelerden beslenerek eserlerini ortaya koymaktadırlar. Âşıklar bu imgelerin koruyucusu, aktarıcısı ve yaşatıcısı olmakla birlikte aynı zamanda kendileri de imgeleşmeye müsaittirler.

Âşık imgesinin yaratıcı aktörleri araştırmacılar, yöneticiler, medya, halk ve âşıkların kendileridir. Geleneğin yaratıcısı ve aktarıcısı olan âşıklar, diğer âşıklarla, halkla etkileşimde bulunarak geleneği icra ederler. Fakat bu çalışmada aktör olarak sadece araştırmacılar ve âşıklar tarafından oluşturulan imge ele alınmıştır.

Âşık edebiyatı ile ilgili akademisyenler tarafından yapılan ilk çalışmalar ağırlıklı olarak geleneğinin kökeninin hangi kaynaklara dayandığının tespiti üzerine yoğunlaşmıştır. Devam eden çalışmalarda ise âşıklık geleneğinin geleceği tartışılmıştır. Âşıklık imgesinin oluşmasına etki eden aktörlerden bir diğeri ise âşıkların kendileridir. Gelenek aktörleri olarak âşıklar, birçok aşamadan geçerek geleneği icra etmeye başlamaktadırlar. Âşıklara göre âşıklar, temsilcisi olduğu toplumun kimliğini, tarihini, geçmişini, kültürünü bilmesi gerekmektedir. Âşık yaşadığı çağa göre kendisini güncellenmiş çağın sorunlarını eserlerinde işlemişlerdir. Âşık imgesinin oluşmasında etki eden araçlar da kendi içerisinde iki gruba ayrılmaktadır. Araştırmacılar makale, kitap yayınları ve bilimsel toplantıları araç olarak kullanırken geleneğin temsilcisi olarak âşıklar ise eserlerini araç olarak kullanmaktadırlar. Bu eserlerini sosyal paylaşım sitelerinde ya da çeşitli organizasyonlarda icra etmektedirler.

Çeşitli organizasyonlara, toplantılara davet edilen âşıklar romantik-nostaljik bir yaklaşımla geçmişin bir temsilcisi olarak imgeleşmiştir. Bu yaklaşımın da etkisiyle âşıkların ve temsilcisi olan geleneğin modernleşmenin etkisinde zayıfladığı algısı yaygın olarak kabul edildiği için korunması gerekliliği ön plana çıkmış ve bu doğrultuda korunması, bozulmaması için çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Nerede bir Türk varsa orada bir âşık, nerede bir âşık varsa orada bir Türk vardır diyen âşıklar kendilerini kadim Türk kültürel belleğinin koruyucusu, aktarıcısı olarak görmekteler ve bu şekilde imgeleşmektedirler.

Üçüncü bölüm ise yazılı- basıl kültür bağlamını kapsamaktadır. Bu bölümde de önce bağlam açıklanmış devamında imge çözümlemeleri gerçekleşmiştir. Yerel ve gelenek kültürü ile ilgili çalışmalar Cumhuriyet döneminde yaygınlaşmış olsa da Osmanlı Devleti döneminde başlamıştır. Fakat dönemin siyasi, sosyal şartları planlanan çalışmaların hayata geçirilmesini engellemiştir. Tüm dünyada

olduğu gibi Osmanlı Devleti'nde de yerel ve gelenek kültürü ile ilgili çalışmalar "köycülük akımı" etrafında şekillenmiştir. Osmanlı Devleti'nde köycülük akımının ortaya çıkmasında Narodnik, Solidarizm ve Pozitivizm gibi akımlar etkili olmuştur. Bu akımlardan etkilenecek yerel ve gelenek kültürünün imgeleşmesine etki eden aktörler, devlet yöneticileri ve aydınlardır. Kullanılan araçlar ise kanunlar ve yayın organlarıdır. 29 Eylül 1808 Sened-i ittifak, Tanzimat ve Islahat Fermanı gibi kanunlar Osmanlı Devleti'nin halk ile olan ilişkilerinin değişimini gösteren uygulamalardan bazılarıdır. Ayrıca 1858 Tarihli Arazi Kanunu, II. Meşrutiyet'in ilanı, Türk Ocağı derneğinin ve Köycüler Cemiyeti'nin kuruluşu, Meslek-i İc̣timai cemiyetinin kuruluşu ve aynı adla yayın hayatına başlaması yapılan diğer çalışmalardır. Bu dönemde yerel, Osmanlı Devleti'nin unuttuğu, yok saydığı, kalkındırılması gereken, kentin karşısında bulunan ve tüm bunlara rağmen vatanını savunmak için canını feda eden toplumsal sınıf olarak imgeleşmiştir.

Cumhuriyet döneminde de yerel ve gelenek kültürünün imgeleşmesinde dünyadaki "köycülük hareketi" etkili olmuştur. 1750-1830 yılları arasında başlayan Sanayi Devrimi ile sanayi ve hizmet sektörleri önemli hale gelmiştir. Tarım hâkim ekonomik faaliyet olma özelliğini kaybetmiş, köyden kente göçler artmıştır. 19. yüzyılda köylerdeki nüfus artışı durmuş yiyecek ve hammadde yetiştiriciliği azalmıştır. Bu durum 20. yüzyılda Avrupa'yı telaşa düşürmüş çözümü toprak mülkiyet ıslahı, köy mektepleri ve zirai kooperatifler açmakta bulmuşlardır. Köycülük ve benzeri düşünceler ise özellikle 19. yüzyılın sonlarından itibaren gelişmiş kapitalist ülkelerde gözlemlenmeye başlamıştır. Kentleşmeye ve sanayileşmeye doğrudan bir tepki olarak ortaya çıkan köycülük akımının en belirgin özellikleri ve tepkisellikleri yüzlerinin geçmişe dönük olmasıdır. Bu akım kriz dönemi olan 1930'larda tüm dünyaya yayılmıştır. Dünyada köylülük ve köylü sorununa dair çalışmalar, her ne kadar Le Play'in aile monografileri ile başlamış olsa da ilk çalışmalar, 1800'li yılların sonunda öncelikle Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkmış daha sonra Avrupa'da çalışılmıştır. Bu yüzyılda yapılan çalışmalarda, köylülük ya geçici bir olgu ya da var olmayan (yapay) bir sorun olarak görülmüştür. Bu dönemde Amerika, Japonya, Danimarka gibi ülkelerde köyü ve köylüyü kalkındırmak için önemli

girişimlerde bulunmuşlardır. Bu girişimler Cumhuriyet dönemi aydınlarını ve yöneticilerini etkilemiştir.

Cumhuriyetin ilk yıllarında yerel ve gelenek kültürüne duyulan ilginin temelinde Atatürk'ün 1922 yılında bir konuşması sırasında sarf ettiği *“Türkiye'nin sahibi ve efendisi kimdir? Bunun cevabını derhal birlikte verelim: Türkiye'nin gerçek sahibi ve efendisi, hakiki üretici olan köylüdür. O halde, herkesten daha çok refah, saadet ve servete hak kazanan ve layık olan da köylüdür.”* sözü yer almaktadır. Bu dönem “modern bir ulus-devlet” yaratımı amaçlanmıştır. Osmanlı Devleti'nin aksine “sınıfsız, imtiyazsız, kaynaşmış bir kitle” olarak idealize edilen halk kavramı Cumhuriyet döneminde millet kavramı ile bir tutulmuştur. Osmanlı Dönemi'nin taşrası olan Ankara Cumhuriyet'in merkezi olmuştur. Mustafa Kemal Atatürk başta olmak üzere devlet yöneticileri ve aydınlar bu dönemin aktörlerdir. Yöneticiler gerekli reformları yaparken aydınlar ise devlet ve halk arasındaki bağı kurmaktan sorumluydular. Cumhuriyet döneminde köycülük hareketi, köylülerden çok şehirlilerin konuyla ilgili ideolojik tahayyüllerinin kurgularının ve kültürel tasarımlarının bir uzantısı olarak belirlenmiştir. Bu dönemde tarıma dayalı bir kalkınma, ulusalcı, sınıfsız bir toplum, şehir karşıtlığı ve otoriter bir devlet fikrini geliştirmek amacıyla birçok çalışma yapılmıştır. Araç olarak kullanılan bu çalışmalar kanunlar, kongreler, kitaplar, dergiler, köy monografileri ve romanlar başlıkları altında incelenmiştir. Kurumlar kısmında İzmir İktisat Kongresi, 1924 Tarihli Köy Kanunu, Köy Enstitüleri, Halkevleri yer almıştır. Genel olarak yerelin eğitilmesi, tarım ve hayvancılıkta modern tekniklerin öğretilmesi aynı zamanda sanatsal faaliyetlerle bilinçlendirilmesi amacıyla hareket etmişlerdir. Kitaplar kısmında da benzer şekilde tarım ve hayvancılık başta olmak üzere sosyolojik bağlamda değerlendirmeler yapılmıştır. Köyle ilgili yayınlar genel olarak verimin arttırması, üretimin çeşitlendirmesine yönelik olmakla birlikte öğüt-talimat düzeyinde kalmıştır. Ayrıca köylü ile rejim arasında bağ kurdurma, rejimi köylüye tanıtmaya gibi amaçlarla hazırlanan yayınlar da bulunmaktadır. Dergilerde, Türk Yurdu, Halk Bilgisi Haberleri ve Halk bilgisi Mecmuası, Ziraat Vekâleti, Kooperatif ve Karınca, Varlık, Dönüm, Ülkü, Türk Folklor Araştırmaları dergisi dönemin önemli yayın organlarından bazılarıdır. Sosyo-kültürel ve fiziki çevreye dair bilgileri

sistematik bir şekilde tasnif eden monografiler arasında köy monografileri önemli bir yer tutmaktadır. Köy monografiler ile kültürel değerler kayıt altına alınmakla birlikte yaşanan değişimlerin izlenmesini de kolaylaştırmaktadır. Bu doğrultuda geçmişten günümüze birçok köy monografisi çalışması yapılmıştır. Roman ise Osmanlı Devleti'nin eski ihtişamlı günlerine dönebilmek için gerçekleştirdiği modernleşme adımlarının bir sonucu olarak edebiyatımıza girmiştir. İnsanı insanla anlatan türlerden biri olan roman ortaya çıktığı toplumun dinamiklerinden etkilenmektedir. Yaratım sürecinde ele aldığı konuları imgeleştirerek anlatan romanın kullandığı imgelerden birisi de yerel ve gelenek kültürü imgeleridir. Yerel ve gelenek kültürü imgelerini kullanan aktörler romancılarıdır. Dönemin yaygın söylemine uygun olarak köy ve taşra imgesi şeklinde adlandırılmıştır. Bir Gerçek Hikâye ve Bahtiyarlık (Ahmet Mithat Efendi, 1876, 1885), Karabibik (Nabizade Nazım, 1890), Küçük Paşa (Ebubekir Hazım Tepeyran, 1910), Memleket Hikayeleri (Refik Halit Karay, 1919), Vurun Kahpeye (Halide Edip Adivar, 1926), Yeşil Gece (Reşat Nuri Güntekin'in 1928), Yaban (Yakup Kadri Karaosmanoğlu, 1932), Kuyucaklı Yusuf (Sabahattin Ali, 1937), Bizim Köy (Mahmut Makal, 1950), Anayurt Oteli, Demiryolu Hikayeciler, Sevgili Arsız Ölüm, Yeni Hayat, Kayıp Hayaller Kitabı'nın Gölgesizler'i roman örneklerinden bazılarıdır.

Osmanlı Devleti döneminde vatani kurtarmak için çalışan aydınlar Cumhuriyet döneminde özellikle ilk yıllarında yereli kurtarmak için çalışmıştır. Yerelin kurtarılması, eğitilmesi, aydınlatılması gerekmektedir. Aydınlar yerele rağmen yerel için çalışmışlardır. Osmanlı Devleti döneminde cahil, yoksul, eğitimsiz bırakılan, sadece asker ve vergi almak için ihtiyaç duyulan yerel Cumhuriyet'in ilk yıllarında modernleşmesi, eğitilmesi gereken bir kitle olarak imgeleşmiştir. Yerelin modernleşmesinin ve eğitilmesinin önündeki en büyük engel din ve gelenek kültürüdür. Yöneticiler, aydınlar, uzmanlar kitap, dergi ve kanun çalışmaları ile yereli eğitmek, muasır medeniyet seviyesine ulaştırmayı amaçlamıştır. Bunu yaparken bazen ezilmiş, yok sayılmış, hayatta kalma mücadelesi veren, vatansever bir yerel imgesi bazen de başına gelen her şeyi hak eden, cahil, pis, gelişmeye, ilerlemeye kapalı yerel imgesi oluşmuştur. Bu

dönemde yerele ait gelenek kültürü ve geleneksel bilgi ise görmezden gelinmiş, modernizmin karşısında eskiliği ve yetersizliği ile imgeleşmiştir.

Romanlarda ise yerel, kent hayatından sıkılanların bir süreliğine uğradığı (Sergüzeşt, 1888) ya da sürgün edildiği zamanın çok yavaş ilerlediği bir mekandır. Yoksullukları ile öne çıkan yerel (Karabibik, 1890 ve Küçük Paşa, 1910), cahil, fiziksel olarak çirkin, bakımsız, doktor nedir bilmeyen fakat vatanını çok seven kişiler olarak imgeleşmiştir. Osmanlı Devleti dönemindeki roman anlayışından farklı olan Cumhuriyet'in ilk yıllarında karşımıza Hoca tiplmesi çıkar. Yerelin hurafelere inanmasının, doktoru istememesinin, Devletten uzak durmasının tek sebebi Cumhuriyet döneminde medrese zihniyetinin temsilcisi olarak *hoca* kabul edilir. Bu *hocalar* yerelin aydınlanmasına izin vermediği gibi aynı zamanda Millî Mücadele döneminde işgal kuvvetlerinin lehine çalışarak Türk askerine ihanet etmiştir. Vurun Kahpeye romanında olduğu gibi idealist bir öğretmenin yereli aydınlatmasına, modernleştirmesine izin vermemiş, aleyhinde dedikodu çıkartmıştır. Yeşil Gece'de halkın fakir kalmasına, kadın ve çocukların bakımsız kalmasının tek sebebi medrese zihniyeti ve medrese zihniyetli hocalardır. Osmanlı dönemi romancılarından farklı olarak bu dönem romancılarının yerel ile doğrudan teması vardır. Fakat bu teması genelde onları eğitecek olan bir öğretmen karakteri ile sağlamıştır. Osmanlı Devleti ve Cumhuriyet'in ilk yıllarındaki romanlarda yerel henüz sosyal bir varlık değildir. Yerel laik bir eğitimle eğitilmeli, aydın ile arasındaki fark kapatılmalı, ideal Türk vatandaşına dönüştürülmelidir. Tanzimat'ın sürgün yeri Cumhuriyet'in kurtarılması, aydınlatılması gereken mekanına dönüşmüştür. Kentli bakış açısıyla bakan romancıların yereli, yaşayış tarzını, sahip olduklarını küçümsedikleri, onlara tepeden baktıkları tespit edilmiştir. Cumhuriyet'in ilk yıllarında hâkim olan bu anlayış Köy Enstitülü yazarların ortaya çıkmasıyla değişmeye başlamıştır. 1950 yılında yayımlanan Bizim Köy romanı, yereli gerçekçi bir yaklaşımla ele almış ve diğer Köy Enstitülü yazarların öncüsü olmuştur. Yerelin gündelik hayatını gerçekçi bir dille anlatan Enstitülü yazarlar romanlarında siyasi iktidarların köy sorunlarına olan uzaklığını dile getirmişlerdir. 1950'lerden 1970'lere kadar yerel, merkezin karşısında geride

kalmışlığı ile anlatılmıştır. 1973’de yayımlanan Anayurt Otelı ise yerel ve gelenek kültürü, kendi merkezinin dışından seslenmeye başlar.

Dördüncü bölüm ise elektronik kültür bağlamıdır. 1434-1436 yıllarında Kitle iletişimi Guternberg’in matbaayı icadı ile başlamıştır. Sonsuz sayıda tekrar edilebilen sembolik yapıya sahip mesajın çoğunluklarla buluşmasının araç ile (gazete, radyo, televizyon, sinema vb.) gerçekleştirilen iletişim süreci kitle iletişimi olarak tanımlanmaktadır. Teknik araçlar ile duygular, düşünceler, bilgiler geniş kitlelere iletilmektedir. Kitle iletişim araçları haber, bilgi aktarımı sağlamasının yanında aynı zamanda üreticilerin ideolojilerini, yaklaşımlarını da aktarıp rol modeller üretmektedirler.

Elektronik teknolojilerin ürünü olan radyo, televizyon, telefon, çeşitli ses kayıt cihazları “ikinci sözlü kültür  ağı” olarak adlandırılmaktadır. Katılımcı gizeminin, topluluk duygusunun geliştirilmesi, yaşanan anı odaklayışı, sözlü kalıpları kullanışı ile ikinci sözlü kültür, birincil sözlü kültüre benzemektedir. Fakat yeni sözlü kültür daha amaçlı ve bilinçlidir. Elektronik kültür bağlamı ile ilgili de olumlu ve olumsuz birçok değerlendirme yapılmıştır. Gelenek kültürünü yok ettiği, olumsuz etkilediği söylense de aynı zamanda gelenek kültürünün yayılmasına, aktarılmasını, yeni edebi ve sanatsal ürünlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Medya araçları ile sunulan bu ürünler modern dünyada aynı zamanda kitle kültürünün oluşmasına etki etmektedir. Medya araçları bu doğrultuda hem kültürü oluşturmakta hem de aktarmaktadır. Geleneksel bağlamda aile ve  evre içerisinde gerçekleşen kültürel aktarım elektronik kültür ortamında radyo, sinema ve televizyon aracılığıyla geniş kitlelere eş zamanlı ulaşma imkânı sağlamaktadır. Bu kısımda kitle iletişim araçları olarak radyo, sinema ve televizyon ele alınıp öncelikle dünyadaki ve Türkiye’deki gelişimi açıklanmıştır. Devamında yerel ve gelenek kültürünün nasıl imgeleştiği ve imgeleşmesine etki eden aktörler incelenmiştir.

Söz ve müziğin birlikte yer aldığı radyo yayınları ABD’de 1920, Avrupa’da 1922, Türkiye’de ise 1923 yılında deneme amaçlı olarak gerçekleştirilmiştir. Elektronik kültür ortamının çıktılarından biri olan radyonun bilgilendirme, eğlence ve eğitim işlevinin yanında aynı zamanda mal ve hizmetlerin duyurulması, propaganda,

inandırma ve harekete geçirme işlevleri de bulunmaktadır. Radyo bu işlevlerinin de etkisiyle yöneticiler ve araştırmacılar tarafından imge yaratım aracı haline gelmiştir. Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren aktif bir rol alan radyo, yöneticiler ve aydınlar tarafından çeşitli amaçlar için etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Güçlü bir propaganda araçlarından biri olan radyonun gücü hükümet tarafından fark edilmiş ve ilk radyo yayınları halkı özellikle köylüyü bilgilendirmek, eğitmek amacıyla kullanılmıştır. Araçlar olarak yapılan programlar ve içerikleri ele alınmıştır. Günaydın, Ocakbaşı/Tarla Dönüşü, Halk Hikayeleri, Köye Haberler, İstanbul'da Bir Köy, Köy Odası, Birlikte Düşünelim, Tarımcının Mektubu, Köyün Saati, Köye Haberler, Köy Odası, Köyden Gelen Ses, Bu Yurdun Sesi, Şehre İnince, Evin Saati, Ziraat Takvimi Saati yayınlanan programlardan bazılarıdır. Yapılan bu programların ortak özelliği ise köy kalkınmasını hızlandırmak, kalkınma için birlikte çalışma ruhunu aşılama, ileri tarımcılığı geliştirmek, toprağın daha verimli kullanımını sağlamak için çeşitli bilgiler vermektir.

Ayrıca hazırlanan birçok programda batılılaşma/modernleşme projesine uygun içerikler bulunmaktadır. Radyoda batı müziği yayınlarının verilmesi bu içeriklerden bazılarıdır. Halkın yüksek batı müziğine alıştırılması için 1950'lilere kadar halk müziğine oranla yoğun bir şekilde dinletilmiştir.

Yazılı-basılı kültür bağlamının da etkisiyle radyoda yerel bilgilendirilmesi, eğitilmesi gereken toplumsal bir sınıf olarak gelenek kültürü ise Anadolu'nun saf ve temiz havasının yer aldığı, yabancı milletlerin tesirinden halkın korunmasını sağlayan unsurlar olarak imgeleşmiştir. Radyo her ne kadar köylüyü bilinçlendirmek, yurt gerçeklerinin farkında varmasını sağlamak amacıyla program içerikleri hazırlamış olsa da yapılan programlar dinleyici araştırmasına dayanmadığı, gösterilen çözüm yolları uygulama olanağından yoksun kaldığı için başarılı olamamıştır.

Yedinci sanat olarak kabul edilen sinema ise kendi özgü kuralları ve görsel işitsel diliyle ortaya çıkan bir eğlence aracıdır. Kendinden önceki sanat dallarından beslenen sinema eğitim-öğretim ve propaganda gibi birçok amaç için kullanılmaktadır. 1896'da Fransa'da Lumières kardeşler, Amerika'da ise Thomas Alva Edison'un "sinematograf" adı verilen aygıtın keşfedilmesi ile

birlikte ilk film çekimleri başlamıştır. Avrupa kanalıyla Türkiye'ye gelen sinema elektronik kültür ortamının çıktılarından birisidir. Türkiye'deki ilk film gösterimi ise II. Abdülhamit zamanda Bertrand adlı bir Fransız'ın sarayda yaptığı gösterimlerle başlamıştır. İlk sinema gösterimleri saray erkânı izlemiştir. Türkiye'de çevrilen ilk filmler Makedonya asıllı Manaki Kardeşler (Yanaki ve Milton) tarafından 1907'de, bir Türkün çektiği ilk film ise 1914 yılındadır. 1914'te Osmanlı İmparatorluğu'nun İtilaf Devletleri'ne karşı ittifak Devletleri safında savaşa katılmasıyla Yeşilköy'de dikili bir anıt bombalanmıştır. Fuat Uzunkıay, 14 Kasım 1914 günü "Aya Stefanos'taki Rus Abidesi'nin Yıkılışı" adıyla sinema tarihine geçen 300 metrelik ilk belge filmini çekmiştir (Onaran 1993, s. 13). Fakat bu film günümüzde mevcut değildir. Başlangıçta askeriye tarafından çeşitli amaçlar için kullanılan sinema kısa bir süre sonra halk tarafından ilgiyle karşılanmış günlük eğlence aktivitelerinden birisi haline gelmiştir. Türk sinemasının ilk dönemleri, sanatın tiyatro ile olan yapısal benzerliğinden dolayı tiyatrocuların yoğun bir etkisinin olduğu gözlemlenmektedir. Türk sinemasının dönemlerini dörde ayrılmaktadır. 1923-1939 yılları arasında Muhsin Ertuğrul'un etkin olarak görüldüğü "tiyatrocular dönemi", 1939-1952 yılları arasını kapsayan dönemi "geçiş dönemi", 1952-1963 yılları arasında Lütfi Ömer Akad ile başlayan "sinemacılar dönemi", 1963-1980 ile 1980-1994 yılları arasını "yeni Türk sineması" olarak değerlendiren Onaran bu dönem üzerinde 12 Eylül askerî darbesinin dönüm noktası olduğunu belirtmektedir. Ayrıca bu döneme toplumcu gerçekçi filmler damgasını vurmuştur. Yerel ve gelenek kültürü imgelerinin şekillenmesin filmler araç olarak kullanılmıştır.

Türk sinemasının her döneminde yerel, yerelin yaşayış tarzı ve gelenek kültürü ele alınmıştır ve alınmaya devam etmektedir. Yerel ve gelenek kültürü sinemada;

- Karşıtlığı ifade eden sosyolojik bir sınıf,
- Merkezin karşısında öteki,
- Kolayca kandırılan, kaba, şiveli bir konuşmaya sahip, cahil, batıl inançları olan, geleneklerine körü körüne bağlı, tüccarların ya da ağaların sömürüsüne maruz kalan,

- Bozulmamış, saf, kirlenmemiş, el değmemiş, samimiyetin, neşenin olduğu, kentin karşısında dönüş mekânı,
- Geçmişe ait, geçmişte kalmış, olanaksızların mekânı,
- Mağduriyet ve hüzne sahip tekdüze, bunaltı, sıkıntı ve kaçış mekânı olarak imgeleşmiştir.

1963 ile 1990'lı yılların ortasında yoğun bir şekilde işlenen yerel ve gelenek kültürü imgeleri ya ötekileştirilerek ya da idealize edilerek işlenmiştir. Sinema başlangıçta Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş dönemine denk gelmesi sebebiyle yeni rejime adaptasyonun sağlanması, halkın çağdaş uygarlık seviyesine yükseltilmesi amacıyla kullanılmıştır.

Birbirini takip eden teknolojik ilerlemeler televizyonun ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bugünkü anlamıyla modern televizyonun icadı 1923 yılında Rus asıllı ABD'li mühendis olan Vladimir Kosma Zworykin tarafından gerçekleştirilmiştir. İlk düzenli televizyon yayınları ise 1936'da İngiltere'de, 1939'da Amerika Birleşik Devletleri'nde ve Rusya'da başlamıştır. Türkiye'de ise televizyon alanındaki ilk çalışmalar 1952 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi Elektrik Fakültesi Elektronik Bölümü tarafından gerçekleştirilmiştir. 31 Ocak 1968'de Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) yayın hayatına başlamıştır. 1960'larda yayın hayatına başlayan televizyon kendinden önceki sözlü ve yazılı-basılı kültür bağlamından beslenerek içerik üretmeye başlamıştır. Bu içeriklerde yerel ve gelenek kültürü imgeleri de çeşitli amaçları gerçekleştirmek için kullanılmıştır. Televizyon içerikleri üreten aktörler, yazılı-basılı kültür bağlamında, radyoda, sinemada olduğu gibi yöneticiler ve aydınlardır. Birçok kitle iletişim aracında olduğu gibi televizyon da siyasetten bağımsız olmamıştır. Dördüncü güç olarak kabul edilen medya siyasi aktörler tarafından kullanılmıştır. Özel televizyon yayıncılığının başlaması ile birlikte çok sesli bir döneme giren televizyonda haber programı, yarışma programı, eğlence programı, açık oturum ve tartışma programı, belgeseller, diziler, çocuk programları, magazin programları olmak üzere birçok program araç olarak kullanılmıştır. Başlangıçta roman, radyo gibi halkı eğitmek amacıyla ortaya çıkmış olan televizyon günümüzde kültür endüstrisi araçlarından biri haline

gelmiş ve yüksek kâr/rejting elde edebilmek için program içerikleri üretmeye odaklanmıştır. Bu doğrultuda özgünlük ve farklılık kaynağı olarak kabul edilen yerel ve gelenek kültürü imgeleri kullanmıştır. Televizyonda kullanılan yerel ve gelenek kültürü imgelerinin büyük bir kısmı roman, radyo ve sinema bağlamlarındaki imgelere benzerlik göstermektedir. Televizyonda yerel ve gelenek kültürü imgelerini kullandığı gibi yeni imgeler de yaratmaktadır. Yerelin gündelik hayatının bir parçası olduğu gösterilerek böylece “bizden” olduğu vurgusu yapılan Lays reklamının yanında dizilerde de sinemanın öldürmeye çalıştığı ağalığı, yumuşatmış ve ılımlı bir çizgiye getirmiştir. Aynı zamanda yerel az ile yetinen, fedakâr bireyler olarak karşımıza çıkarken paranın ve zenginliğin insanı kötüleştirdiği vurgulanmıştır.

Dünyada ve Türkiye’de kitle iletişim araçları başlangıçta askerî amaçlara hizmet etmesi amacıyla kullanılmıştır. Özellikle radyo, sinema ve televizyonun geniş kitlelere çok daha hızlı bir şekilde ulaşması bu durumda etkili olmuştur. Süreç içerisinde sivilleşmiştir.

Beşinci bölüm ise sanal-dijital kültür bağlamını kapsamaktadır. Sanal-dijital kültür bağlamındaki imgeler geçmeden önce 2000-2020 dönemi ve sanal-dijital kültür bağlamı ve bağlamlararasılık açıklanmıştır.

2000-2020 Dönemi başlığında öncelikle bilgisayarın tarihi açıklanmıştır. Elektronik beyin, elektronik araç olarak tanımlanan bilgisayar, 1897’de Joseph Thomson’un elektron keşfiyle ortaya çıkmıştır. İlk elektronik dijital bilgisayar ise “Atanasoff-Berry” John Vincent Atanasoff ve Clifford Berry tarafından 1939’da tasarlanmıştır. 1992’de 1 milyon sınırını aşan kullanıcı sayısı 2000 itibarıyla 300 milyonu aşmıştır. Türkiye’ye “elektronik beyin” adıyla haberleri gelen robot ve uzay çağı, ilk kez 1960 Eylül’ünde Karayolları Genel Müdürlüğü’nde IBM 650 kullanımıyla bu dünyaya ait bilgilere dönüştü. 1964’te İTÜ Bilgisayar Merkezi kuruldu, Ziraat Bankası ve 1967’de ODTÜ bilgisayar kullanımına başladı. Özel sektör 1985’ten itibaren PC (personel computer) kullanımına başlamıştı. 6 Mart 1990’da Karel Elektronik AŞ yüzde 70’i Türkiye’de üretilen malzemeye bilgisayar yaptı. Üretilen Türkçe yazılım programının 1990 üretim hedefi 10 bindi. İnternet 1993 Nisan’ında ODTÜ kanalıyla Türkiye’de mümkün olmuştur.

Bilgisayarın gelişimi ile paralel olarak ortaya çıkan internet de her dönem yeni özellikler ekleyerek kendisini güncellemiştir. Böylece kullanıcılarına farklı, özgün deneyim imkanları sunmuştur. 1989 yılında HTML (Hyper Text Markup Language) etiket dilinin ortaya çıkması ile birlikte ilk öğrenme ağı olarak Web 1.0 ortaya çıkmıştır. Etkileşim ve iletişim ağı olarak tanımlanan Web 2.0 ise 2000-2009 yılları arasında ortaya çıkmıştır. Kullanıcı merkezli ve işbirlikçi bir ortam oluşturan bu dönemde Bloglar, Twitter, Facebook, YouTube, Wiki gibi internet sayfaları ortaya çıkmıştır. Üçüncü nesil Web olarak tanımlanan Web 3.0 ise 2010 yılından günümüze kadar olan süreci ifade etmektedir. Web 3.0 aynı zamanda semantik Web olarak da bilinmektedir. Anlamsal ağın temel amacı Web'i sadece insanlar tarafından değil makineler tarafından okunabilir hale getirmektir. Gelişmekte olan Web 4.0 ile ilgili halihazırda bir tanımlama mevcut değildir. Simbiyotik Web olarak bilinen Web 4.0 ile zihin kontrollü ara yüzler gibi daha güçlü ara yüzler oluşturmak mümkün olacaktır. Bilgisayar ve internet teknolojilerinde yaşanan ilerlemeler gündelik yaşam üzerinde de önemli bir değişikliğe sahip olmuştur. Akıllı cihazların, kablosuz ağ ve mobil teknolojilerin yaygınlaşması ile birlikte tüketici kavramı yerini "dijital tüketiciye" bırakmıştır. Günlük hayattaki kullanıcı deneyimleri geri planda kalırken sosyal ağların kullanımının yaygınlaşması ile birlikte internet üzerindeki deneyim bilgisi yaygınlaşmıştır. Bu durum pazarlama faaliyetlerine de yansımıştır. Doküman tezgahından siber sitemlere uzanan Endüstri Devrimleri pazarlama alanının da yapısını değiştirmiştir. Ürün odaklı pazarlama anlayışından sanal odaklı pazarlama anlayışına geçilmiştir. Bu bağlamda pazarlama 1.0, ürün odaklı; pazarlama 2.0, müşteri odaklı; pazarlama 3.0, değer odaklı; pazarlama 4.0, sanal pazarlama odaklı olarak tanımlanmıştır. Radyo ve televizyonun aksine internet ile çift yönlü bir iletişim kurulmasını sağlamıştır. Bu çift yönlü iletişimin kurulmaya başladığı yıllar 2000'li yılların başına tekabül ettiği için çalışmamızda da başlangıç tarihi seçilmiştir.

Sanal-dijital kültür bağlamı, folklore olan yaklaşımın değişmesiyle birlikte inceleme alanı haline gelmiştir. Folklor ürünlerini geçmişin kalıntıları olarak görmek yerine gelenek ile yaratıcılığın karışımı, çağdaş koşullara uygun işlevsel olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Folklorun inceleme alanı önce köyden

kente sonrasında sanal-dijital ortama doğru genişlemiştir. Sanal-dijital kültür bağlamında yapılan folklor çalışmaları “digital folklor, e-folklore, sanal folklor, ağ folkloru, netlore, internetlore, internet folkloru, netrografi” gibi terimlerle adlandırılmaktadırlar. Sanal-dijital kültür bağlamı yaşayan kültürel birikiminin yanında kendinden önceki kültür bağamlarından da etkilenmiştir. Böylece geleneksel yapıda kuşaktan kuşağa aktarılan kültürel bellek dijital belleğe dönüşmeye başlamıştır. Kültürün bu dönüşümü ile yeni endüstri alanlarının yaratılmasını ve yaygınlaşmasını sağlamıştır. Dinamik yapıya sahip olan sanal-dijital kültür bağlamı üretilen ya da aktarılan folklor ürünlerini değiştirme, güncelleme ya da tamamen ortadan kaldırma imkanına sahiptir. Sanal-dijital kültür bağlamında kullanılan yerel ve gelenek kültürüne ait imgeler başlangıçta kendinden önceki kültür bağamlarının aktarımı şeklinde gerçekleşmiştir. İnternetin ve sosyal medyanın yaygınlaşması ile birlikte yerelin bizzat kendisi sanal-dijital kültür ortamında var olmuş ve gelenek kültürünü aktarmaya başlamıştır. Folklor sanallaşırken sanal ortam da folklorleşmiştir. Yeni iletişim araçları folklorla da yeni ifade imkanları sunmuştur. Bu kısımda sanal-dijital kültür ortamındaki yerel ve gelenek kültürünün imgeleşmesi araç-aktör-imge ve etkileri olarak incelenecektir.

Sanal-dijital kültür bağlamındaki imgeler görsel ve görsel-işitsel imgeler olmak üzere iki başlık altında incelenmiştir. Bu başlıklara geçmeden sanal-dijital kültür bağlamındaki yerel imgesi internet tabanlı sözlükler aracılığıyla incelenmiştir. Ekşi Sözlük, İnci Sözlük ve Uludağ Sözlük bu sayfalardan en popüler olanıdır. Sözlükler oldukça geniş bir kullanıcı ve okuyucu kitlesine sahiptir. Sözlük yazarlarının bilimsel ve tarafsız olma gibi bir zorunlulukları olmamasının sonucu olarak içeriklerde kişisel düşüncelerin bazen argo bazen de müstehcen bir dil kullanılarak aktarılması söz konusudur. Ekşi Sözlük başta olmak üzere diğer sözlüklerin etki alanı oldukça geniştir. Bu durumun yardım kampanyası düzenleme, bağış toplama gibi olumlu etkileri olmakla birlikte linç girişimi ya da yanlış bilginin yayılması/kabulü gibi olumsuz sonuçları da olmaktadır. Bu sözlüklerdeki aktörler ise her yaş grubundan kadın ve erkek kullanıcılarıdır. Fakat yapılan yorumların üslubu incelendiğinde genellikle kent merkezli kültür ortamından etkilenen genç kuşağın ağırlıkta olduğu tespit edilmiştir. Yerel

kimliğini ve imgesini tanımlayan bu genç kuşak medya organları tarafından kullanılan klişelerden hareket etmektedirler. Sözlükler özelinde sanal-dijital kültür bağlamında yerel imgesi ve kimliği olumlu ve olumsuz vasıflara sahip olan bir kavram olarak şekillenmiştir. Bu imgelerin şekillenmesinde yazılı-basılı ve elektronik kültür bağlamları etkilidir. Önceki kültür bağlamlarında var olan imgeler sanal-dijital kültür ortamına aktarılmış ve yaşamaya devam etmektedir. Bu dönemde diğer kültür ortamından farklı olarak köylü kelimesi bir hakaret, argo olarak imgeleşmiştir. *Sürekli isteyen asla tatmin olmayan, soyguncu, tek başarısı ve övünç kaynağı çocuk yapmak olan, yeni şeylere direnen, salakça hareket eden, özel üniversitede burslu okuyan, ufak meseleler için büyük kavgalar yaratan, kişisel bakımdan yoksun, elektriği, suyu kaçak kullanan, ikiyüzlü, ahlaksız kişiler* olarak tanımlanan köylü, kent merkezli üretim çıktısı olan sanal-dijital kültür ortamında ahlaki ve toplumsal kurallara uymayan herkes için kullanılan bir kelime haline gelmiş ve bu şekilde imgeleşmiştir.

Sanal-dijital kültür bağlamındaki görsel imgeler ise yaşam tarzı, mizah, geleneksel bilgi, geleneksel ürün, geleneksel müzik ve dans, gelenek, görenek, ve inanışlarla, el sanatları, anonim halk edebiyatı, giyim ve kuşam ile ilgili imgeler olarak incelenmiştir. Bu imgelerin içerikleri açıklanırken kültürel, ekonomik, toplumsal, siyasal işlevleri incelenmiştir. Elde edilen sonuçlardan hareketle sanal-dijital kültür bağlamındaki yerel ve gelenek kültürü imgelerinin önceki kültür bağlamlardan beslendikleri tespit edilmiştir. Yerel, kolektif belleğin bir kısmında hâlâ olumsuzluğun, görgüsüzlüğün kaynağı olarak kabul edilirken kimi zamanda gelecek neslin devamı için gerekli olan her şeye sahip olduğu düşünülerek yüceltilmiştir.

Değişen/dönüşen dünya düzeninde geleneğin yok olduğu, olumsuz olarak etkilendiği fikri ön plandadır. Fakat bilindiği gibi gelenekler toplumsal ihtiyaçlara cevap verdiği ölçüde yaşar ve kuşaktan kuşağa aktarılır. Geleneğin ortadan kalması/yok olması teknolojik gelişmelerden ziyade toplumsal ihtiyaçlara uyum sağlayamamasındandır. Geleneğin hangi dönemi klasik ve bunu hangi şartlar altında belirlediklerini ifade etmek zorundadırlar. Geleneğin kendisi oluşmaya devam etmektedir. Medya geleneklerin özellikle de sözlü kültür geleneklerinin

doğurganlıklarını sürdürebilmeleri için elverişli ortamlar sunmuştur. Burada gelenekleri gelenek yapan temel özelliğin yeni gelenekler yaratma olduğu anımsanmalıdır. Doğurganlık geleneğin dinamizmini oluşturmaktadır. Diğer bir ifadeyle gelenekler yeni geleneklere kaynaklık ettikleri sürece, doğasına uygun olarak hareket etmiş olur ve yaşar. Gelenek olma ve gelenekselleşme, yeni gelenekleri yaratabilme yeteneği kazanma sürecidir (Özdemir 2015:188-189). Bu noktada halkbilimciler olarak geleneğin yasını tutmaktansa geleneği aktarım, tanıtım, canlandırma noktasında yöneticilerle iş birliği yaparak, kitle iletişim araçlarının gücünü kullanarak çalışmalar yapmak gerekmektedir. Özdemir'in de ifade ettiği gibi "halkbilimci hızla değişen dünya düzeni içinde varlığını sürdürebilmesi ve istendik konuma sahip olabilmesi için "önüne çıkan fırsatlardan yararlanabilen, değişim taraftarı, diyalogun vazgeçilmezliğini özümsemiş, esnek, devamlılığı olan, dinamik, her alanda iş birliğine açık, liderlik üstlenebilen, çağın gerektirdiği her türlü altyapıya (yabancı dil, bilgisayar, ikinci-üçüncü bir alanda yan uzmanlık vb.) sahip iletişim yöntemleri istendik bir şekilde kullanabilen kişi olmalıdır. Halkbilimci, kendisini ve alanını değişen şartlar ve çevre içinde, sürekli eleştirel bir bakış açısından değerlendirebilme ve gerekli dönüşümleri/değişimleri gerçekleştirebilme yetenek ve alışkanlığına sahip olmalıdır" (Özdemir, 2001:113). Sanal-dijital kültür bağlamına kadar yerel ve gelenek kültürü ile ilgili kararlar aydınlar, yöneticiler, uzmanlar tarafından verilirken, sanal-dijital kültür bağlamında yerelin bizzat kendisi söz sahibi olmuştur. Geleneğini nerede, ne zaman ve nasıl aktaracağına kendisi karar vermiştir. Yerel ve gelenek kültürü imgelerinin kullanımında kültür endüstrisi araçlarının, nostaljinin ve modernizme karşı kimlik arayışının etkili olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç olarak bu çalışmada farklı bağlamlardaki yerel ve gelenek kültürü imgesi tartışılmış, incelenmiştir. Elde edilen verilerden hareketle yerel ve gelenek kültürü imgelerinin sanılanın aksine sanal-dijital kültür bağlamının ürünleri olmadığı tarihsel süreklilik gösterdiği tespit edilmiştir. Zira imge yaratımı bir süreçtir. Yazılı-basılı kültür bağlamındaki yerel ve gelenek kültürü imgeleri önce radyo, sinema, televizyona sonrasında da sanal-dijital kültür bağlamına taşınmıştır. Cumhuriyet'in ilanından günümüze yerel ve gelenek kültürü ile olan

iletişim “harsi terbiye almak için yerele halka doğru gitmek, halka medeniyet götürmek için halka doğru gitmek” etrafında şekillenmiştir. Yerelin gerçekte ne istediği gelenek kültürünün nasıl şekillendiği sorgulanmamıştır. Kültür denilen fenomen yerel-kent etkileşimi ile oluşmakta ve şekillenmektedir. Kültür ile ilgili çalışmalarda genellikle iç dinamikler sorgulanmıştır. Masal, destan, maddi kültür unsurları vb. kendi içerisinde incelenmiştir. Dış dinamiklerin kültürü nasıl gördüğü, şekillendirdiği ele alınmamıştır. Bu çalışmada yerel ve gelenek kültürü imgeleri özelinde i ve dış dinamiklerle etkileşimi değerlendirilmiştir. İmgelerde tekrarlar olduğu gibi farklılıklar da gözlemlenmiştir. Başlangıçta modernleşmesi için çalışılan yerel son zamanlarda modernleşmemesi ve sahip olduğu gelenek kültürünü koruması istenmiştir. Bu durum küreselleşmeye verilen tepkinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu dönemde geleneksel bilgi ve deneyim belleği son dönemde kentliler tarafından yeniden keşfedilmiştir ve imgelerin farklılaşmasına zemin hazırlamıştır.

Ayrıca bu çalışmanın kapsamının çok geniş olmasından dolayı eksik ve eleştirilen yönlerinin olabileceğini kabul ederek alana katkı sağlamasını ve yeni çalışmalara kaynaklık edebilmesini temenni ederiz.

KAYNAKÇA

- Adivar, H. E. (2007). *Vurun Kahpeye*. İstanbul: Can Yayınları
- Adorno, T., Horkheimer, M. (2014). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. (N. Ülner ve E. Ö. Karadoğan, Çev.). İstanbul: Kabalcı Yayıncılık.
- Aghaei, S., Nematbakshs, A., Farsani, H. K. (2012). Evulation of the World Wide Web:From Web 1.0 to Web 4.0. *International Journal of Web & Semantic Technology (IJWest)*. Vol.3, No:1. 1-10.
- Akın, U. (2021). *Nusret Köymen'in Eğitim Görüşü*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Alev, E. (2014). *Âşık Kahvehanelerinden Sosyal Paylaşım Sitelerine Âşıklık Geleneği*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Ali, S. (2002). *Kuyucaklı Yusuf*, İstanbul: YKY.
- Altunsabak, A. E. (2023). Modern Kentin Gelenek Arayışı: Köyden Gelsin. *Kuramsal Yaklaşımlar Işığında Kent Folkloru*. Erkan Aslan (Ed.). İstanbul: Çizgi Kitabevi.
- Aydın, O. (2010). *Günümüz Âşıklık Geleneğinde Atışma ve Atışma Örnekleri*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Atılğan, Y. (2005). *Anayurt Oteli*. İstanbul: YKY.
- Atik, A., Erdoğan, Ş. (2014). Toplumsal Bellek ve Medya. *Atatürk İletişim Dergisi*. Sayı:6. s. 1-16.
- Aziz, A. (1999). *Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı*. Ankara: TRT.
- Aziz, A. (1981). *Radyo ve Televizyona Giriş*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Baltacıoğlu, İ. H. (1993). *Türklerde Yazı Sanatı*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

- Baltacıoğlu, İ. H. (1994). *Türk'e Doğru*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayınları.
- Balogh, P., Bekesi, D., Gorton, M., Popp, J. and Lengyel, P., (2016). Consumer Willingness to Pay for Traditional Food Products. *Food Policy*. Number 61(2016): 176-184.
- Bars, M. E. (2018). İnternet Folkloru: Netlore. *TÜRKÜL Uluslararası Dil, Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*. Yıl:6. Sayı:15. s. 160-179.
- Baudrillard, J. (2016). *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*. (O. Adanır. Çev.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Baron, R. (2014). Amerikan kamusal halk bilimi-tarihi, sorunları ve zorlukları. (İ. G. Alptürker, Çev.). M. Ö. Oğuz (Ed.). (177-196). *Uygulamalı Halk Bilimi* Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Birsen, Ö. (2012). Yerel Radyoculuğun Çıkmazları Eskişehir Yerel Radyoları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*. Sayı:3. s. 102-118.
- Bloom, J. (2003). *Kağıda İşlenen Uygarlık: Kağıdın Tarihi ve İslam Dünyasına Etkisi*. (Z. Kılıç. Çev.). İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Bolay, S. H. (2018). *Felsefe Doktrinleri ve Terimler Sözlüğü*. Ankara: Atlas Yayınları.
- Bowler, G. M. (2018). "Netnografi: Sanal Kültürleri ve Toplulukları İncelemek İçin Tasarlanmış Bir Yöntem". (İlayda Tekirdağlı Korkmaz ve Zeynep Safiye Baki Nalcioğlu). M. Ö. Oğuz (Ed.) *İnternet Folkloru: Netlore ve Netnografi*. Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Bölükbaş, K. (2016). *Türkiye'de İnanç Gruplarının Kültürel Varoluşunda Topluluk Radyolarının Rolü*. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.

- Burnett, R. (2007). *İmgeler Nasıl Düşünür?* (G. Pular, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Büyükkalaycı, G. (2019). Pazarlama 4.0: Nesnelerin İnterneti. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*. 54/1. 463-477.
- Cankaya, Ö. (1997). *Dünden Bugüne Radyo – Televizyon*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Canefe, N. (2007). *Anavatandan Yavruvatana: Milliyetçilik, Bellek ve Aidiyet* (D. Boyraz, Çev.). İstanbul: Bilgi Yayınları.
- Cevat G. (1974). *Plânlı Dönemde Köye Yönelik Çalışmalar (Sorunlar, Yaklaşımlar, Örgütlenmeler)*. Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları.
- Cocchiara, G. (2017). *Avrupa Folklor Tarihi*. (Y. Ö. Çev). Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Connerton, P. (2021). *Modernite Nasıl Unutturur?*. (K. Kelebekoğlu. Çev). Sel Yayıncılık: İstanbul.
- Coşar, Y. (2019). Yavaş Şehir–Sürdürülebilir Turizm Paradoksu Üzerine Eleştirel Bir Bakış. *Journal of Tourism Theory and Research*. 5(1), 40-50.
- Çetin, N. (2023). *Türkçe Bebekler*. Çanakkale: Paradigma Yayınevi.
- Çobanoğlu, Ö. (2019). *Halkbilimi Kuramları ve Araştırma Yöntemleri Tarihine Giriş*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- De Vos, G. A. (2018). Folklor ve İnternet: Netlore. (Nurulhude Baykal. Çev). M. Öcal Oğuz (Ed.) *İnternet Folkloru: Netlore ve Netnografi*. Ankara: Geleneksel Yayıncılık.

- Doluel, B. (2019). *İmgenin Dönüştüğü Bir Alan Olarak Törenselleşen Tüketimde Geleneksel Düşünler: Kayseri İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Kayseri: Erciyes Üniversitesi.
- Dorson, R. M. (1970). Is There a Folk in the City?. *American Folklore Society*. 83:185-216.
- Dundes, A. (2022). "Halk Kimdir". (Metin Ekici. Çev.). *Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 1*. (11-26). M. Ö. Oğuz (Ed.) Ankara: Geleneksel Yayınları.
- Dundes, A. (2010). "Folklor Nedir?". (G. Aydın, Çev.). M. Öcal Oğuz (Ed.). (16-18). *Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 2*. Ankara: Geleneksel Yayınları.
- Eker, G. Ö. (2013). Gelenekten Geleceğe Halk Edebiyatı. *Türk Halk Edebiyatı El Kitabı*. M. Öcal Oğuz (Ed.) Ankara: Grafiker Yayınları.
- Eker, G. Ö. (2014). *İnsan Kültür Mizah*. Ankara: Grafiker Yayınları.
- Ercek, K. (2019). *Türkiye Ulusal Televizyon Kanallarında Prime Time Televizyon Dizilerinde Oyuncu Olarak Çocuk İşçilerin Yer Alışı ve Onların Ekranında Görünen Çalışma Koşulları: Bizim Hikâye*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Ersöz, B. (2020). Yeni Nesil Web Paradigması: Web 4.0. Yeni Nesil Web Paradigması: Web 4.0. *Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi*. 1(2). s. 58-65.
- Ertuğrul, İ. ve Deniz G. (2018). 4.0 Dünyası: Pazarlama 4.0 ve Endüstri 4.0. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Cilt:7. Sayı:1. s. 158-170.
- Fidan, s. (2018). *Televizyonda Âşıklık Geleneğinin Temsili Üzerine Bir Değerlendirme*. Motif Vakfı Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu.
- Goody, J. (2009). Sözlü Kültür. *Milli Folklor*. Yıl:21. Sayı:83. s. 128-132.

- Gülizar, J. (1985). *Türkiye Radyoları*. Türkiye Cumhuriyeti Ansiklopedisi. Cilt 10, (2738-2748). İstanbul: İletişim.
- Gülüm, E. (2018). Dijital İletişim Teknolojileri Aracılı Bir Folklorik Deneyim Alanı Olarak Sanal Ortam. *Milli Folklor*. Yıl:30. Sayı:199, s. 127-139.
- Gümüş, T. (2023a). *Çıldır Âşıklık Geleneği ve Âşıkların Güncel Problemleri*. Âşık Sanatı Sempozyumu 2023 Âşık Veysel Yılı: Kapadokya Üniversitesi. Nevşehir.
- Gümüş, T. (2023b). Âşık Edebiyatında Kanonlaşma Örneği Olarak Âşık Şenlik. M. Polat (Ed.). *Garip Kafkaslı Prof. Dr. Ahmet Ali Aslan Armağanı*. Paradigma Yayınevi.
- Gümüş, T. ve Uğureli, A. (2021). Görsel Temsiliyet ve Kültür Aktarımı İlişkisi Bağlamında Osmanlı Devleti'nin Katıldığı Evrensel Sergi ve Fuarlar. II. Maarif Kongresi: Temmuz, Ankara.
- Günay, U. T. (2017). *Türk Kültürüne Eleştiri*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Gündüz, S. (2022). *Behçet Necatigil'in Radyo Oyunlarında Halk Kültürü Unsurlarının Kullanımı*. Yüksek Lisans Tezi. Erzurum: Erzurum Teknik Üniversitesi.
- Güneş, H. D. (2019). *GSM Operatörlerinin Televizyon Reklamlarında Kullandıkları Türk Kültür İmgeleri: 2017 Yılı Reklamları Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma*. Yüksek Lisans. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Güntekin, R. N. (2006). *Yeşil Gece*. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Hallaç, A. T. ve Kotan, M. M. (2023). Halk İnançlarının Aktarımında Sosyal Medyanın Etkisi. E. Aslan (Ed.). *Kuramsal Yaklaşımlar Işığında Kent Folkloru*. İstanbul: Çizgi Kitabevi.
- Kara, S. (2020). Teknolojik Determinizm ve Teknolojinin Sosyal İnşası (SCOT) Kuramları Temelinde Osmanlı Matbaa Teknolojisinin Gelişimi. A. Turanlı

(Ed.) *Türkiye’de STS: Bilim ve Teknoloji Çalışmalarına Giriş*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi.

Karaosmanoğlu, Y., K. (2006). *Yaban*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Karay, R. H. (1995). *Memleket Hikayeleri*. İstanbul: İnkılap Yayınları.

Kaya, D. (2014). *Türk Halk Edebiyatı Kavramları ve Terimleri Sözlüğü*. Akçağ Yayınları: Ankara.

Karaömerlioğlu, M. A. (2001). *Türkiye’de Köycülük. Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce Kemalizm*. Cilt 2. İstanbul: İletişim Yayınları.

Kebeli, S. (2006). Köyün Reklamlarda Parodileştirilmesi. Milli Folklor. Yıl:18. Sayı:71. s. 60-63.

Keskin, G. (2017). Türkiye’de Tarımsal Potansiyelin Gizli Gücü: Coğrafi İşaretler ve Geleneksel Ürün Adları. *Ahi Evran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. Cilt:1. Sayı:1. s. 115-128.

Kocabaş, E. (2022). *Radyo Piyaselerinde Halk Bilimsel Unsurlar*. Yüksek Lisans Tezi. Bartın: Bartın Üniversitesi.

Kocaoğlu, C. (2022). *Yerel Meyda Bağlamında Samsun Radyoları*. Yüksek Lisans Tezi. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi.

Koç, N. (2012). Cumhuriyet’in İlk Yıllarında Radyo. *Cumhuriyet Tarihi Araştırmaları Dergisi*. Yıl:8. Sayı:15. s. 69-104.

Kolektif (2006). *Atatürk’ün Söylev ve Demeçleri*. Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayını.

Köprülü, M. F. (2004). *Saz Şairleri*. Akçağ Yayınları. Ankara.

Köprülü, M. F. (2009). *Türk Edebiyatı Tarihi*. Akçağ Yayınları. Ankara.

- Köse, E. (2019). *Süleyman Kazmaz'ın "Köyün Saati" Adlı Radyo Programına Gönderilen Mektuplar (1950-1955)*. Yüksek Lisans Tezi. Rize: Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi.
- Köymen, N. (1939) *Türk Köyünü Yüceltme Çareleri*. Ankara: Çankaya Matbaası.
- Kuruoğlu, H. (2006). *Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Küçükbasmacı, G. (2013). Elektronik Çağda Sözün Satıcıları: Radyo ve Televizyon. *Turkish Studies*. 8/4. s. 1063-1080.
- Küçükcan, B. (2006), *Dünden Bugüne Matbaanın Serüveni. Leman Şenalp'e Armağanı*. İstanbul: TKD.
- Labarre, Albert (t.y.), *Kitabın Tarihi*. Çev. Galip Üstün. İletişim Yayınları.
- Makal, M. (2005). *Bizim Köy*. İstanbul: Piramid Yayınları.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. (Osman Akınay ve Dersya Kömürcü. Çev.). Ankara: Bilim-Sanat Yayınları.
- MEGEP (2009). *Kitre Bebek Yapımı*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- MEGEP (2011). *Soğanlı Bebekleri Yapımı*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- MEGEP (2012). *Soğanlı Bebekleri Yapımı*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- Mete, M. (1999). *Televizyon Yayınlarının Türk Toplumunu Üzerindeki Etkisi*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Bakanlığı Yayınları.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media*. London: The MIT Press Cambridge.

- Mcneil, L. S. (2018). İnternetin Sonu: Sonsuz Seçim Sağlamasına Bir Halk Tepkisi. (T. Erdal, Çev.). M. Ö. Oğuz (ed.) (115-130). *İnternet Folkloru: Netlore ve Netnografi*. Ankara: Geleneksel Yayıncılık
- Moran, B. (2021). *Türk Romanına Eleştirel Bakış*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Nart, S. (2009). *1964-1980 Arası TRT Radyo Yayın Politikaları Toplumsal ve Politik Süreçte Radyonun Tarihsel ve Kurumsal Gelişimi*. Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Nazım, N. (2004). *Karabibik*. İstanbul: Özgür Yayınları.
- Newall, V. J. (2004). Halk Bilimi ve Geleneğin Uyumu (Folklorizm). (Nejla Kayalı Orta. Çev.). M. Öcal Oğuz (Ed). (80-107). *Uygulamalı Halkbilimi*. Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Oğuz, M. Ö. (2013a). Türk Halk Edebiyatı El Kitabı. Ankara: Grafiker Yayınları.
- Oğuz, M. Ö. (2013b). *Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?*. Ankara: Geleneksel Yayınları.
- Oğuz, M. Ö. (2019). *Paldır Kültür Kentleşmeler*. Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Onaran, A. Ş. (1994). *Türk Sineması*. I. cilt. İstanbul: Kitle Yayınları.
- Ong, Walter J. (2014). *Sözlü ve Yazılı Kültür Sözün Teknolojileşmesi*. (Sema Postacıoğlu Banon. Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Onur, B. (2010). *Oyuncaklı Dünya Oyunağın Toplumsal Tarihi*. İstanbul: İmge Kitabevi.
- Onurlubaş, E. ve Taşdan K. (2017). Geleneksel Ürün Tüketimini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2017, Cilt:17, Yıl:17, Sayı: 17, 17: 115-132.

- Özakman, T. (1969). *Radyo Notları*. TRT Basılı Yayınlar Müdürlüğü Yayınları, Ankara.
- Özçınar, M. (2020). Yeni Türk Sinemasında Yersiz Yurtsuzluk Olarak Taşra. *Turkish Studies*. 15(3), 1993-2015.
- Örnek, S. V. (2000). *Türk Halkbilimi*. Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Örnek, S. V. (2017). *Etnoloji Sözlüğü*. Ankara: BilgeSu Yayınları.
- Özdemir, M. (2019). *Dijital Kültür Tradijital Medya İnternet Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları*. İstanbul: Arı yayınları.
- Özdemir, N. (2001). Türkiye’de Halkbilimi/Kültürbilimi-Medya İlişkisi. *Türk Bilig*, 2,110-117.
- Özdemir, N. (2008). *Medya Kültür ve Edebiyat*. Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Özdemir, N. (2006). *Türk Çocuk Oyunları I-II*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Özdemir, N. (2012). *Kültür Ekonomisi ve Yönetimi-Seçki*, Ankara: Hacettepe Yayıncılık.
- Özdemir, N. (2017). *Kültür Bilimi ve Yönetimi*. Ankara: Grafiker Yayıncılık.
- Özdemir, N. (2018a). Geleneksel Bilgi ve Kültür Ekonomisi, *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 18 (1), 1-28.
- Özdemir, N. (2018b). Dördüncü Sanayi Devrimi ve Gelenek Kültürü. 9. *Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi 1*. (207-242). Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Özdemir, N. (2019). Kuşaklararasılık ve Kültürel Değişme. *Çocuk ve Medeniyet Dergisi*, 4 (7), 125-149.

- Özdemir, N. (2022b). Postmodern Yerellik ve Geleneksel Ekolojik Bilgi. *Culture Academy*, 2 (1), 1-30.
- Özuyar, A. (2008). *Sinemanın Osmanlıca Serüveni*. Ankara: De Ki Yayınları.
- Özön, N. (2010). *Türk Sineması Tarihi: 1896-1960*. İstanbul: Doruk Yayınları.
- Rioux, M. (2019). Halk ve Halk Bilimi. (Zeynep Hagihan Kahveci. Çev.). *Halk Biliminde Kuram ve Yaklaşımlar 4*. M. Öcal Oğuz (Ed.). Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Sağlam, S. (2016). *Türk Sinemasında Annelik Olgusu Bağlamında 1960'lı ve 2000'li Yıllarda Çekilmiş Filmlerin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Sakin, N. (2016). Türkiye'de Geleneksel Kıyafetlerin Yaşatılmasında "Folklorik Yapma Bebekler". *Turkish Studies*. 11/18. s. 177-202.
- Satır, M. E. (2023). Yeni Türk Sinemasında Taşra Nostaljisi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. 61. s.1-19.
- Schneider, G.K. ve Ceritoğlu, A.B. (2010). Yöresel Ürün İmajının Tüketici Satın alma Davranışı ve Yüksek Fiyat Ödeme Eğilimi Üzerindeki Etkisi –İstanbul İlinde Bir Uygulama. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi.*, 3 (6): 29-52.
- Schwarz, F. (1997). *Kadim Bilgeliğin Yeniden Keşfi*. (Aslan, A.M. Çev). İstanbul: İnsan Yayınları.
- Serarslan, M. (2007). Sinema Öldürüyor Televizyon Diriltiyor: Türk Sinemasının ve TV Dizilerini Ağalık Sistemini ve Ağayı Tanımlama Biçimi. *Selçuk İletişim*. 4:4. s. 17-26.
- Sevindik, A. (2019). Âşıklık Geleneğinin Güncel Durumu ve Âşıklar Üzerine Bazı Tespitler. *SUTAD*. 47:127-144.

- Sözüer, Z. D. ve Yıldız, D. (2018). Modern Kent Yaşamında Kültüre Özgü Tasarımlara Dönüşün Giyim Bakımından İncelenmesi. *İdil Dergisi*. 7:42. s. 183-193.
- Şimşek, S. (2006). Reklam ve Geleneksel İmgeler. Konya: Nüve Kültür Merkezi Yayınlar.
- Tamgaç, S. (2023). *Sivas'taki Yerel Radyo ve Televizyonların Ekonomi Politik Bağlamda İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Sivas: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi.
- Tarabasz, A. (2013). TheReevaluation Of Communication İn CustomerApproach– TowardsMarketing 4.0. *International Journal of Contemporary Management*. 12(4), 124- 134.
- Tekelioğlu, Y. (2015). Yöresel Coğrafi İşaretili Ürünler Ve Türkiye Uygulamaları. *Gastro*. S. 26.
- Tekin, L. (2005). *Sevgili Arsız Ölüm*. İstanbul: YKY.
- Tepeyran, E. H. (1984). *Küçük Paşa*. İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tezcan, M. (2017). *Çocuk Sosyolojisi*. Ankara: Anı Yayınevi.
- Thompson, S. (1951). Folklore at Mid- Century. *Midwest Folklore*, S.I, s.11-17.
- Timuçin, A. (2004). *Felsefe Sözlüğü*. Bulut Yayınları: İstanbul.
- Toptaş, H. A. (1994). *Gölgesizler*. İstanbul: Doğan Kitap.
- Toptaş, H. A. (1996). *Kayıp Hayaller Ülkesi*. İstanbul: Doğan Kitap.
- Tunçer, P. (2012). Küreselleşme-Yerelleşme ve Türkiye’de Yerel Demokrasinin Geliştirilmesi. *Türk İdare Dergisi*. Sayı:475. s. 131-145.
- TBMM Zabıt Ceridesi, İ: 1, C: I, 1.11.1935.

- Ünlü, Ş. ve Serarslan M. (2012). Türk Sinemasında Köylü-Kentli Karşılaşması: Hakkari’de Bir Mevsim ve Uzak Filmleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 27. s. 217-227.
- Wolf-Knuts, U. (2018). Folklorizm, nostalji ve Kültürel Miras. (Selcan Gürçayır. Çev). (175-181). *Folklorun Sahtesi: Fakelore*. Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Yıldırım, D. (2016). *Türk Bitiği Araştırma/İnceleme Yazıları*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Yıldırım, D. (1989a). Sözlü Kültür ve Folklor Kavramı Üzerine Düşünceler. *Millî Folklor*. 1/3. 16-17.
- Yıldırım, D. (1989b). Sözlü Gelenek Kültürü. *Millî Folklor*. 1, 6-7.
- Yıldırım, Ş. (2019). Reklamlardaki Kültür Aktarımının Göstergebilimsel Bir İncelemesi. *IJLET*. 7:2, s. 343-357.
- Yılmaz, M. İ. (2019). *2000 Sonrası Türk Sinemasında Taşranın Yeniden İnşası: Postmodern Bir Taşralı İmgesi Olarak Recep İvedik*. Yüksek Lisans Tezi. Elazığ: Fırat Üniversitesi.
- Yılmaz, M. M. (2020). *Türk Sinema Eleştirisinin Toplumsal Temelleri: 1948-1960 Dönemi*. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Yılmaz, T. (2020). *Türk Anlatı Geleneği ve Türk Sinemasındaki Motifleri*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi. Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı.
- Yılmaz, B. (2013). *Türkiye’de Köycülük ve Köy Enstitüleri*. Yüksek Lisans Tezi. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi.

İnternet Kaynakları

URL 1: <https://sozluk.gov.tr/> [Erişim Tarihi: 04.06.2021]

URL 2: <https://silo.tips/download/sosyolojik-ynden-ky> [Erişim Tarihi: 08.09.2022]

URL 3: <https://sozluk.gov.tr/> [Erişim Tarihi: 04.06.2021]

URL 4: <https://sozluk.gov.tr/> [Erişim Tarihi: 04.06.2021]

URL 5 <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.3.442.pdf> [Erişim Tarihi: 25.10.2022]

URL 7: <https://sozluk.gov.tr/> [Erişim Tarihi: 06.02.2021]

URL 8: https://tr.wikipedia.org/wiki/Ek%C5%9Fi_S%C3%B6zl%C3%BCk [Erişim Tarihi: 20.01.2022]

URL 9: https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0nci_S%C3%B6zl%C3%BCk [Erişim Tarihi: 20.01.2022]

URL 10: https://tr.wikipedia.org/wiki/Uluda%C4%9F_S%C3%B6zl%C3%BCk [Erişim Tarihi: 20.01.2021]

URL 11: https://www.gittigidiyor.com/koleksiyon/anadolu-koy-yasami-ekmek-yufka-konulu-kartpostal_pdp_710681534 [Erişim Tarihi: 06.08.2021]

URL 12: <https://urun.n11.com/filatelik-malzemeler/1975-halk-oyunlari-dortlu-blok-pul-P499410080> [Erişim Tarihi: 09.08.2021]

URL 13: https://www.gittigidiyor.com/koleksiyon/1975-anadolu-koy-yasantisi-gorunus-kartpostal_pdp_118872010 [Erişim Tarihi: 06.08.2021]

URL 14: https://www.gittigidiyor.com/koleksiyon/1975-tire-koy-degirmeni-gorunus-kartpostal_pdp_454340829 [Erişim Tarihi: 06.08.2021]

URL 15: <https://woofturkey.org/tr/woof-nedir-tatuta-nedir> [Erişim Tarihi: 04.08.2021]

URL 16: <http://www.bugday.org/portal/projeler.php?pid=41> [Erişim Tarihi: 04.08.2021]

URL 17: <http://www.bugday.org/portal/projeler.php?pid=41> [Erişim Tarihi: 04.08.2021]

URL 18: <https://cittaslowturkiye.org/tr/cittaslow-hareketi/> [Erişim Tarihi: 04.06.2021]

URL 19: https://www.otelreferans.com/kemaliye_latif_yalciner_ciftligi_tatuta-resimleri.html

[Erişim Tarihi: 06.08.2021]

URL 21: <http://morminor.blogspot.com/2011/12/marmaric.html> [Erişim Tarihi: 06.08.2021]

URL22:https://www.facebook.com/100075744867478/videos/655762475900927?locale=tr_TR [Erişim Tarihi: 08.09.2023]

URL 23: <https://www.youtube.com/shorts/AFQ7EFO15tY> [Erişim Tarihi: 08.09.2023]

URL24:https://www.youtube.com/results?search_query=k%C4%B1z+isteme+m%C5%9Faleli [Erişim Tarihi: 20.10.2023]

URL25:https://www.youtube.com/results?search_query=%C3%A7eyiz+g%C3%B6sterme [Erişim Tarihi: 20.10.2023]

URL 26: <https://www.facebook.com/reel/167038629748861> [Erişim Tarihi: 20.10.2023]

URL27:https://www.instagram.com/reel/Cxh94kJoDXG/?fbclid=IwAR2vVVdggyb0t2upxSy1qQs_YBQ0VbpF4nimNZJVv3D4mhyN6X3SleGLvdg [Erişim Tarihi: 20.10.2023]

URL 28: <https://isacotur.tr.gg/> [Erişim Tarihi: 13.08.2021]

URL 29: https://www.instagram.com/kitre_bebek/ [Erişim Tarihi: 13.08.2021]

URL 30: <https://firistekadin.blogspot.com/2019/01/damal-bebeklerin-38-yilk-ustas.html> [Erişim Tarihi: 25.05.2021]

URL31:<https://www.instagram.com/benceoyuncaklar/>. [Erişim Tarihi: 25.05.2021]

URL 32: https://www.youtube.com/watch?v=dS0JwzI_s6w [Erişim Tarihi: 19.10.2023]

URL 33: <https://www.youtube.com/watch?v=N64IHcSARM0> [Erişim Tarihi: 19.10.2023]

URL 34: <https://www.youtube.com/watch?v=mJl8yCUnyis> [Erişim Tarihi: 19.10.2023]

URL 35: <https://www.youtube.com/shorts/ddEml996yol> [Erişim Tarihi: 19.10.2023]

URL 36: <https://www.youtube.com/watch?v=ruCKiLtp76I> [Erişim Tarihi: 19.10.2023]

URL 37: <https://www.youtube.com/watch?v=X4Bzbq8TUIU> [Erişim Tarihi: 19.10.2023]

URL 38: <https://www.youtube.com/watch?v=Bmn3Pb1oEGE> [Erişim Tarihi: 19.10.2023]

URL 39: <https://www.youtube.com/watch?v=Bmn3Pb1oEGE> [Erişim Tarihi: 19.10.2023]

URL 40: <https://aregem.ktb.gov.tr/TR-12757/geleneksel-giyim-kusam-suslenme.html> [Erişim Tarihi: 02.03.2022]

URL 41: <https://tr.pinterest.com/pin/561472278546983151/> [Erişim Tarihi: 05.06.2022]

URL 42: <http://www.gokcekoleksiyon.com/kategori/kara-lastik-ayakkabi-1> [Erişim Tarihi: 10.03.2022]

URL 43: <https://www.yasemin.com/yasam/haber/2699107-adidasin-ezeli-rakibi-lazidas> [Erişim Tarihi: 10.03.2022]

URL44:<https://www.hudasayinyucel.com/kopyas%C4%B1painting?lightbox=dataltm-kxfuely5> [Erişim Tarihi: 10.03.2022]

URL45:<https://www.hudasayinyucel.com/kopyas%C4%B1painting?lightbox=dataltm-kxfuely5> [Erişim Tarihi: 10.03.2022]

URL 46: <https://www.rizetakup.com.tr/haber-bartinin-yoresel-el-isciligi-elbiselere-yansidi-10254.html> [Erişim Tarihi: 19.01.2022]

URL 47: <https://www.bitmezat.com/ara?search=K%C3%B6y> [Erişim Tarihi: 10.03.2022]

URL 48: <https://www.rizetakup.com.tr/haber-bartinin-yoresel-el-isciligi-elbiselere-yansidi-10254.html> [Erişim Tarihi: 19.01.2022]

URL 49: <https://www.trthaber.com/haber/kultur-sanat/diyarbakirin-figurleri-modaya-ilham-oldu-398508.html> [Erişim Tarihi: 19.12.2022]

URL 50: <https://www.trthaber.com/haber/kultur-sanat/diyarbakirin-figurleri-modaya-ilham-oldu-398508.html> [Erişim Tarihi: 19.12.2022]

URL 51: <https://sozluk.gov.tr/> [Erişim Tarihi: 23.02.2023]

URL 52: <https://www.endustri40.com/endustri-tarihine-kisa-bir-yolculuk/> [Erişim Tarihi: 31.05.2021]

URL 53: <http://www.incisozluk.com.tr/w/k%C3%B6yl%C3%BC/> [Erişim Tarihi: 19.01.2022]

URL 54: <http://www.incisozluk.com.tr/w/k%C3%B6yl%C3%BC/> [Erişim Tarihi: 19.01.2022]

URL 55: <https://eksisozluk1923.com/koylu--69221> [Erişim Tarihi: 19.01.2022]

URL 56: <http://www.incisozluk.com.tr/w/k%C3%B6yl%C3%BC/> [Erişim Tarihi: 19.01.2022]

URL 57: <https://eksisozluk1923.com/koylu--69221> [Erişim Tarihi: 19.01.2022]

URL 58: <https://eksisozluk1923.com/koylu--69221> [Erişim Tarihi: 19.01.2022]

URL 59: <https://eksisozluk1923.com/koylu--69221> [Erişim Tarihi: 19.01.2022]

URL 60: <https://eksisozluk1923.com/koylu--69221> [Erişim Tarihi: 19.01.2022]

URL 61: <https://www.uludagsozluk.com/k/k%C3%B6yl%C3%BC/> [Erişim Tarihi: 19.01.2022]

URL 62: <https://www.youtube.com/@KoyHayatSevenler> [Erişim Tarihi: 04.08.2023]

URL 63: <https://www.youtube.com/@hacerinkoyhayat894> [Erişim Tarihi: 04.08.2023]

URL 64: <https://www.youtube.com/@orhuntoykaya> [Erişim Tarihi: 04.08.2023]

URL 65: <https://www.youtube.com/@GulunEvhayat> [Erişim Tarihi: 04.08.2023]

URL 66: <https://www.youtube.com/@koydeyasam8622> [Erişim Tarihi: 04.08.2023]

URL 67: <https://www.youtube.com/@SehirdenKoyeGoc> [Erişim Tarihi: 04.08.2023]

URL 68: https://www.youtube.com/channel/UCMzNbJsT_31C9QNGjoCJVUQ 04.08.2023. [Erişim Tarihi: 04.08.2023]

URL 69: <https://www.youtube.com/@SLOTmedia> [Erişim Tarihi: 04.08.2023]

	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	Doküman Kodu Form No.	FRM-DR-21
		Yayın Tarihi Date of Pub.	04.01.2023
	FRM-DR-21 Doktora Tezi Orijinallik Raporu <i>PhD Thesis Dissertation Originality Report</i>	Revizyon No Rev. No.	01
		Revizyon Tarihi Rev.Date	04.01.2023

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TÜRK HALKBİLİMİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞINA

Tez Başlığı: 2000-2020 DÖNEMİNDE SANAL BAĞLAMDAKİ YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ İMGELERİ

Yukarıda başlığı verilen tezin a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 190 sayfalık kısmına ilişkin, 08/11/2023 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda işaretlenmiş filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezin benzerlik oranı % 25 'tir.

Uygulanan filtrelemeler**:

- ☐ Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç
- ☐ Kaynakça hariç
- ☐ Alıntılar hariç
- ☐ Alıntılar dâhil
- ☐ 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tezin herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumlarda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

08/11/2023

Öğrenci Bilgileri	Ad-Soyad	Tülin GÜMÜŞ	Öğrenci No	N18143292
	Enstitü Anabilim Dalı	Türk Halkbilimi		
	Programı	Türk Halkbilimi		
	E-posta/Telefon			
	Statüsü	Doktora ☐	Lisans Derecesi ile (Bütünleşik) Dr ☐	

DANIŞMAN ONAYI

UYGUNDUR.
Prof. Dr. Nebi ÖZDEMİR

*Tez Almanca veya Fransızca yazılıyor ise bu kısımda tez başlığı Tez Yazım Dilinde yazılmalıdır.

**Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları İkinci bölüm madde (4)/3'te de belirtildiği üzere: Kaynakça hariç, Alıntılar hariç/dahil, 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 5 words) filtreleme yapılmalıdır.

	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	Doküman Kodu Form No.	FRM-DR-21
		Yayın Tarihi Date of Pub.	04.01.2023
	FRM-DR-21 Doktora Tezi Orijinallik Raporu <i>PhD Thesis Dissertation Originality Report</i>	Revizyon No Rev. No.	01
		Revizyon Tarihi Rev.Date	04.01.2023

TO HACETTEPE UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF TÜRK HALKBİLİMİ

Thesis Title (In English): LOCAL AND TRADITIONAL CULTURE IMAGES IN VIRTUAL CONTEXT BETWEEN 2000-2020

According to the originality report obtained by myself/my thesis advisor by using the Turnitin plagiarism detection software and by applying the filtering options checked below on 08/11/2023 for the total of 190 pages including the a) Title Page, b) Introduction, c) Main Chapters, and d) Conclusion sections of my thesis entitled above, the similarity index of my thesis is 25 %.

Filtering options applied**:

- ☐ Approval and Declaration sections excluded
- ☐ References cited excluded
- ☐ Quotes excluded
- ☐ Quotes included
- ☐ Match size up to 5 words excluded

I hereby 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.

08/11/2023

Student Information	Name-Surname	Tülin GÜMÜŞ	Student Number	N18143292
	Department	Türk Halkbilimi		
	Programme	Türk Halkbilimi		
	E-mail/Phone Number			
	Status	PhD ☐	Combined MA/MSc-PhD ☐	

SUPERVISOR'S APPROVAL

APPROVED
Prof. Dr. Nebi ÖZDEMİR

	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	Doküman Kodu Form No.	FRM-DR-12
		Yayın Tarihi Date of Pub.	04.12.2023
	FRM-DR-12 Doktora Tezi Etik Kurul Muafiyeti Formu <i>Ethics Board Form for PhD Thesis</i>	Revizyon No Rev. No.	01
		Revizyon Tarihi Rev.Date	01.12.2023

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TÜRK HALKBİLİMİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞINA

Tez Başlığı: 2000-2020 DÖNEMİNDE SANAL BAĞLAMDAKİ YEREL VE GELENEK KÜLTÜRÜ İMGELERİ

Yukarıda başlığı verilen 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 veya ruh sağlığına müdahale içermemektedir.
4. Anket, ölçek (test), mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme gibi teknikler kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen araştırma niteliğinde değildir.
5. Diğer kişi ve kurumlardan temin edilen veri kullanımını (kitap, belge vs.) gerektirmektedir. Ancak bu kullanım, diğer kişi ve kurumların izin verdiği ölçüde Kişisel Bilgilerin Korunması Kanuna riayet edilerek gerçekleştirilecektir.

Hacettepe Üniversitesi Etik Kurullarının Yönergelerini inceledim ve bunlara göre 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.

08/11/2023

Oğrenci Bilgileri	Ad-Soyad	Tülin GÜMÜŞ	Öğrenci No	N18143292
	Enstitü Anabilim Dalı	Türk Halkbilimi		
	Programı	Türk Halkbilimi		
	E-posta/Telefon			
	Statüsü	Doktora ☐	Lisans Derecesi ile (Bütünleşik) Dr ☐	

DANIŞMAN ONAYI

UYGUNDUR.
Prof. Dr. Nebi ÖZDEMİR

* Tez **Almanca** veya **Fransızca** yazılıyor ise bu kısımda tez başlığı **Tez Yazım Dilinde** yazılmalıdır.

	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	Doküman Kodu Form No.	FRM-DR-12
		Yayın Tarihi Date of Pub.	04.12.2023
	FRM-DR-12 Doktora Tezi Etik Kurul Muafiyeti Formu <i>Ethics Board Form for PhD Thesis</i>	Revizyon No Rev. No.	01
		Revizyon Tarihi Rev.Date	01.12.2023

HACETTEPE UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF TÜRK HALKBİLİMİ

ThesisTitle (In English): LOCAL AND TRADITIONAL CULTURE IMAGES IN VIRTUAL CONTEXT BETWEEN 2000-2020

My thesis work with the title given above:

1. Does not perform experimentation on people or animals.
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 a research conducted with qualitative or quantitative approaches that require data collection from the participants by using techniques such as survey, scale (test), interview, focus group work, observation, experiment, interview.
5. Requires the use of data (books, documents, etc.) obtained from other people and institutions. However, this use will be carried out in accordance with the Personal Information Protection Law to the extent permitted by other persons and institutions.

I hereby declare that I reviewed the Directives of Ethics Boards of Hacettepe University and in regard to these directives it is not necessary to obtain permission from any Ethics Board in order to carry out my thesis study; I accept all legal responsibilities that may arise in any infringement of the directives and that the information I have given above is correct.

I respectfully submit this for approval.

08/11/2023

Student Information	Name-Surname	Tülin GÜMÜŞ	Student Number	N18143292
	Department	Türk Halkbilimi		
	Programme	Türk Halkbilimi		
	E-mail/Phone Number			
	Status	PhD ☐	Combined MA/MSc-PhD ☐	

SUPERVISOR'S APPROVAL

APPROVED
Prof. Dr. Nebi ÖZDEMİR

