



Geliş Tarihi: 09.04.2021 Kabul Tarihi: 12.05.2021 Entry Date: 09.04.2021 Accepted: 12.05.2021

**Bu makaleyi alıntılanmak için/ To cite:** ALTUNSAK, Ergin (2021). "İkincil Sözlü Kültür Ortamında Folklorun İdeolojik İşlevine Bir Örnek: "Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz" TV Dizisi", *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, S.6, s. 198-213.

## İKİNCİL SÖZLÜ KÜLTÜR ORTAMINDA FOLKLORUN İDEOLOJİK İŞLEVİNE BİR ÖRNEK: "EŞKIYA DÜNYAYA HÜKÜMDAR OLMAZ" TV DİZİSİ

An Example of the Ideological Function of Folklore in the Secondary Oral Culture Environment: TV Series "Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz"

Ergin ALTUNSAK\*

### Öz

Televizyon gibi kitle iletişim araçlarının çıktıkları olan görsel ve işitsel ürünler, klasik sözlü ve yazılı kültür ürünlerinin harmanlandığı yeni bir kültürel icra alanı açmıştır. İkincil sözlü kültür ortamı olarak da adlandırılan televizyon gibi medya araçlarıyla beslenen kültür alanında yazıdan-söze, sözden-görsele, görselden tekrar yazıya dönüşebilen kültür ürünleri oluşmuştur. Bu çağdaş kültür alanının dizi ve film gibi ürünleri güncel içeriklere sahip olduğu gibi işlevi nedeniyle folklorik ürünlerden de faydalanabilmektedirler. Bu nedenle dizi ve filmler, her ne kadar sunumu, tekniği, aktarım kanalları farklı olsa da, işlev ve içerik bakımından folklorik türlerden tamamen bağımsız değildirler. Dizilerde folklor çeşitli amaçlarla işlenirken ideolojik kaygılarla da ele alınmaktadır. Bu görüş dâhilinde, çalışmada Türk televizyon dizilerinin içeriğinde folklorik ürünlerin ideolojik işleviyle nasıl kullanıldığı tartışılırken aynı zamanda folklorun çağdaş görsel metinlerde bir uygulama örneği incelenmektedir. Çalışmada öncelikle televizyon dizilerinin folklorik metinler olarak ele alınıp alınmayacağı tartışılmasına da çalışmanın amacı doğrultusunda yer verilmiştir. Bu tartışma çalışmanın esas amacı olmasa da bütünlüğünü korumak için açılmıştır. Buradan hareketle folklorun televizyon dizilerinde farklı amaçlarla işlendiği ile birlikte millî kaygıyı güden ve metnin esasına alan yapıtlarda ideolojik fikri beslemek üzere metne uygulandığı görüşüne varılmaktadır. Bu görüşe, çalışmaya örneklem olarak alınan "Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz" adlı dizi-filmde yer alan folklorik öğelerin tespiti ve çözümlenmesiyle ulaşılmaktadır. Sonuç olarak folklor, bu tür uygulamalarla kitle iletişim araçlarının amaçlarına kaynaklık ederek işlevini sürdürürken, çağdaş kültür alanı içerisinde kendisine yeni bir alan açmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Folklor, İdeoloji, İşlevsel Folklor, Dizi-Film, Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz

### Abstract

Visual and audio products which have been the outputs of the media like television started a new cultural era where classical oral and written cultural products come together. Cultural products that can be transformed from writing to word from word to picture and from picture to again writing have formed in the cultural area which

\* Arş. Gör., Aksaray Üniversitesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, [erginaltunsabak.ea0@gmail.com](mailto:erginaltunsabak.ea0@gmail.com) ORCID: 0000-0002-7906-1257

has been feed by media like television- named as secondary oral cultural area as well- . TV series and movies which are the products of this contemporary area's not only have current contents but also benefit from folkloric products thanks to TV series and movies' function. As a result of the statement given the previous sentence, regarding to their functional and contents series and movies aren't completely independent from folkloric kinds instead of their presentation,technical and transfer way. Folklore has also ideological concern when it is given in series and movies. As a result of this view, it is argued that not only how and with which function folkloric products are used in turkish TV series but folklore's implementation sample in contemporary visual writings is also examined. It is also seen the arguement 'whether television series should be seen as folkloric writings or not ' is included in accordance with the study's purpose. This argument isn't the main purposed of the study but it is important for the view's unity. From this point of view, it is concluded that folklore can be handled in series for different aims but it also has national concern, tries to feed ideological opinion and is adapted to the text with these purposed. This view is reached by analyzing and identifying folkloric elements in Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz series-movie To sum up, folklore keeps its function and opens a new area in contemporary cultural area for itself by helping media's purposes with these types of implementations.

**Keywords:** Folklore, İdeology, Functional Folklore, TV Series-Film, Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz

## Giriş

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte medya ile üretilen içerikler de sosyo-kültürel yaşama etki etmeye başlamıştır. 20. yüzyılın sonlarına doğru gelişen ve farklılaşan medya, içerik olarak da zamanla zenginleşmiştir. Özellikle televizyon aracılığıyla sunulan haber, eğlence, belgesel içeriklerinin yanı sıra medya kültür alanında en çok yeri televizyon dizileri kaplamıştır. Dizi ve filmler içerik ve işlevleri bakımından ise klasik ve yazılı kültür ürünlerinin yerini almaya başlamıştır. Bu anlamda hem görsel hem işitsel sunumuyla farklı bir kültürel aktarım modeli olan dizi ve filmler, çağdaş kültür ürünleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar bu ürünler yeni bir tür olarak karşımıza çıkıyor olsa da geleneksel türlerden ve folklorik ürünlerden de bağımsız değillerdir. Çünkü çağdaş kültür alanının dizi ve film gibi ürünleri güncel içeriklere sahip olduğu gibi işlevi nedeniyle folklorik ürünlerden de faydalanabilmektedirler. Bunun asıl nedeni ise içinde yaratıldığı topluluğa sunulmak üzere hazırlanan ürünlerin topluluğun beklentilerine ve sosyo-kültürel yaşamına göre şekillendirilmesidir. Folklorun yerel kültürlere ait çeşitliliği barındırması medyanın folklorun kaynaklarından faydalanmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte folklorun yerel kültürden besleniyor olması ulus vurgusu yapılan ürünlerde de folkloru başvuru kaynağı yapmaktadır. Bu anlamda folklorun, dizi-filmlerde pazarlama veya ideolojik kaygılar gibi farklı amaçlarla işlendiği söylenebilir. Buradan hareketle, çalışmada milliyetçi ideoloji kaygısını güden dizilerin folklorla yaklaşımı "Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz" dizisi örneğinde tartışılmaktadır. Çalışmada elde edilen bulgulara göre bugünün görsel metinlerinde halk kültürüne yer verilmesinin bir nedeni, folklorun ideolojik işlevinden faydalanma ihtiyacıdır. Bu görüş dâhilinde, çalışmanın örnekleminde Türk televizyon dizilerinin içeriğinde folklorik ürünlerin nasıl ve hangi işlevi yönüyle kullanıldığı tartışılırken aynı zamanda folklorun çağdaş

görsel metinlerde bir uygula(n)ma örneği sunulmaktadır. Çalışmada öncelikle televizyon dizilerinin folklorik metinler olarak ele alınıp alınmayacağı tartışmasına da çalışmanın amacı doğrultusunda yer verilmiştir. Bu tartışma çalışmanın esas amacı olmasa da görüşün bütünselliği için açılmıştır. Buradaki temel amaç, televizyon dizilerinin folklorik metinler olarak değerlendirilmesinden öte folklor unsurlarının günümüzdeki çok yönlü işlevine vurgu yapmak ve çağdaş metinlerdeki millî kimlik inşası bağlamında folklorun ideolojik işlevini tartışmaya açmaktır. Bu tartışma dizide yer alan folklorik öğelerin tespiti ve çözümlenmesiyle yürütülmektedir. Bulgular dâhilinde folklorun, bu tür uygulamalarla kitle iletişim araçlarının amaçlarına kaynaklık ederek işlevini sürdürürken, çağdaş kültür alanı içerisinde kendisine yeni bir alan açtığı söylenebilir.

### **1. Folklorun İkincil Sözlü Kültür Ortamında Yeri ve İşlevi**

Kültürel ürünlerin oluşum ve aktarım süreci yaygın bir şekilde sözlü ve yazılı kültür olarak adlandırılmaktadır. Ancak Walter J. Ong, sözlü kültürü, birincil sözlü kültür ve ikincil sözlü kültür olarak ikiye ayırmakta; “birincil sözlü kültür”ü yazıyla uzaktan yakından ilişkisi olmayan insanların sözlü kültürü olarak tanımlamaktadır (2013: 18). Ong, buna karşılık günümüz ileri teknolojisiyle yaşantımıza giren telefon, radyo, televizyon ve diğer teknolojik araçların “sözlü” nitelikleri, üretimi ve işlevi önce yazı ve metinden çıkıp sonra konuşma diline dönüştüğü için “ikincil sözlü kültür”ü oluşturduğunu belirtir. Ong’a göre bugün hemen hemen her kültürde bir yazı kavramı ve bu kavrama dayanan bir yazı deneyimi bulunduğu için gerçek anlamda birincil sözlü kültür kalmamıştır. Ancak ileri teknolojidenden faydalanan pek çok kültürde ve alt kültürde derece derece, hâlâ birincil sözlü kültürden kalma düşünce biçimlerine rastlamak mümkündür (2013: 23-24). Bu düşünce biçimlerinin rastlandığı ve birincil sözlü kültür ürünlerinin ikincil sözlü kültür ortamında yer bulmasını sağlayan bir alan olarak televizyon karşımıza çıkmaktadır.

İkincil sözlü kültür ortamı içerisinde teknolojikleşen ve buna bağlı olarak değişen dünyada yeni sanatsal ve edebî ürünler ortaya çıkmaktadır. Bu ürünler topluma kitle iletişim yoluyla sunulmakta ve modern dünyada kitle kültürünü oluşturmaktadır. Kitle iletişim araçları bu sebeple bugünün kültürel aktarıcılarında dönüşmüştür. Son yıllara kadar kırsal bir yaşamın yaygın olduğu Anadolu sahasında kültürel aktarım daha çok aile ve sosyal çevre içinde sağlanırken, değişen mekân ve teknoloji bağlamıyla gelen birçok yenilik kültürel aktarım kanallarını da değiştirmiştir. Bu süreçte ilk çıktığı andan, yaygınlaşıp toplumun birçok odak noktasına varana dek kitle iletişim çeşitli işlevler yüklenmiş, dolayısıyla farklı ideolojileri ve kültürleri de yansıtmıştır. Aysel Aziz’in bahsettiği üzere bu araçlardan yararlanma toplumdan

topluma, ülkeden ülkeye değişmekte, bu değişikliği belirleyen en önemli etken ise o ülkenin, toplumun siyasal, toplumsal ve ekonomik koşulları olmaktadır (2016: 131). Kitle iletişim araçlarının toplumsal karşılığının derinliği bu araçların sadece eğlence, haber gibi işlevleri ile değerlendirilemeyeceği anlamına gelmektedir. Stuart Hall, “İdeoloji ve İletişim Kuramı” başlıklı çalışmasında günümüzde iletişim kurumlarının ve ilişkilerinin toplumsal alanı tanımladığını, inşa ettiğini dile getirmektedir. Buna ek olarak iletişim kurumları “...siyasal alanın inşasına yardım ediyor; üretken ekonomik ilişkileri dolaymlıyorlar”. Bunlarla modern endüstriyel sistemler içinde “maddi bir güç” hâline geldiklerini dile getiren araştırmacı, kültürel olana hükmettikleri vurgusunu yapmaktadır (2014: 83). Sosyal medya platformlarının yaygınlık göstermediği 2000’li yıllara kadar kitle iletişim araçlarının en yaygını olan televizyon, çok yönlü çıktılarıyla kitle iletişimin araçsallığını sağlarken çoğu zaman baskın kültürlerin aktarıcısı konumunda ilerlemiştir. Bu nedenle de “televizyonu, ideolojik niteliği nedeniyle kapitalist toplumun tahakküm aracı, buna karşılık bu ideolojik bombardıman karşısında çaresiz duruma düşen izleyiciyi de “edilgin” olarak tanımlayan Marksizm’in “yanlış bilinç” versiyonu...” (Mutlu, 2016: 127) olarak gören eleştirel bakışlar da ortaya çıkmıştır. Ancak son yıllarda kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesi, bu iletişim kanalı üzerindeki baskın kültürlerin ağırlığını da azaltarak kültürel ifadelerin çeşitliliğini sağlayacak yerel kültürlerin kitle iletişim alanına girmesini sağlamıştır. Halk kültürü, kitle iletişime yeni bir içerik alanı sağlarken medya ise yeni bir folklorik kültürel aktarım mekânına dönüşmektedir. Medyanın folklorla açtığı yeni alanla ilgili tartışmanın yapıldığı “Medyada Kültürel Mekân Tasarımı, Üç Örnek: “Kurtlar Vadisi”, “Süper Baba”, “Ekmek Teknesi” “ başlıklı çalışmadaki veriler bu dönüşüme örnek olarak gösterilebilir. Bu çalışmada ele alınan Süper Baba, Ekmek Teknesi ve Kurtlar Vadisi dizilerinde, kahvehane, mahalle, kız kulesi, geleneksel hikâye anlatıcısı tipi, esnaf folkloru, sözlü kültür çağı toplumunda bilge tipi gibi örneklerle televizyon dizilerinin tüketicinin anlam dünyasını okuyarak içerik ürettiği görüşü üzerinde durulmuştur (Avcı, 2020: 288). Bu örnekten anlaşılacağı üzere kitle iletişim araçları, belirli bir döneme kadar küresel bir kültürü ifade ederken son dönemlerde yerel kültürleri de içine alarak folklorun günümüzde yeni bir aktarım alanına dönüşmektedir. Cereci’nin ifade ettiği üzere;

“...modern çağın en çok kullanılan araçlarından biri ve en çok izlenen medyası olan televizyon, pek çok geleneksel eylemi ve ritüeli de kendi karakteriyle yorumlayarak kitlelere aktarmaktadır. İnsanların çoğunlukla kırsal alanlarda çiftçilik yaparak geçindikleri ve geleneksel değerlerle yaşadıkları çağların başlıca kültür unsurlarından olan hikâye anlatımı, modern çağda televizyon dizileri aracılığıyla yapılmaktadır. Geleneksel hikâyelerin özgün kahramanlarının yaşadıkları serüvenler, kaygılar, korkular, bağlılıklar, ihanetler, tuzağa düşmeler televizyon dizilerinde güncel karakterlerle çağdaş hikâyelere

dönüşmektedir. Geleneksel hikâyelerdeki ilginç olaylar ve merak uyandıran gizemli gelişmeler yaklaşımı televizyon dizilerinde de uygulanmaktadır” (2014: 9).

Medya ve folklor arasında bahsedilen karşılıklı faydaya dayalı ilişki sürerken halk kültürünün uluslaşma sürecindeki ideolojik işlevi de kitle iletişimin bir parçası olan televizyonda kendisine yeniden alan açmaktadır. Medyada yer alan bazı ürünlerde halk kültürüne yönelik ile Osmanlı Devleti'nin son dönemi ile Cumhuriyet'in ilk yılları arasında ortaya çıkan ve birçok edebî esere yansıyan uluslaşma sürecindeki halka ve halk kültürüne yönelişin temelinde ideoloji bağlamında birçok açıdan aynı fikriyatın bulunduğu söylenebilir. Folklorun millî kimlik inşasındaki inkâr edilemez etkisini Arzu Öztürkmen, Türkiye’de Folklor ve Milliyetçilik adlı çalışmasında “folklorla oynamak” (2009: 15) ifadesini kullanarak folklorun bu amaçtaki uygulamasına dikkat çekmiştir. Uluslaşma ve folklor arasındaki ilgiyi Öztürkmen, “Her şeyden önce folklorun bağımsız bir disiplin olarak ortaya çıkışı millî-devlet kavramından bağımsız değil.” (2009: 16) ifadesiyle dile getirirken 19. yüzyıl sonunda yeniden şekillenen dünya rejimlerinin resmi söylem kurgulamalarında başvurdukları ilk kaynağın da çoğu zaman folklor olduğunu (2009: 16) ifade ederek bu görüşünü pekiştirmektedir. Öte yandan Öztürkmen'in “folklorla oynamak” olarak ifade ettiği eylem, bu çalışmada “folklorun uygula(n)ması” olarak dile getirilmektedir. “Folklorla oynamak” vurgusundan anlaşılacağı gibi folklor sadece bir topluluğun, ulusun kültürel çıktılarını oluşturmamaktadır. Aynı zamanda William Bascom'un da işlevsellik yaklaşımında belirttiği üzere eğlenme, ritlerin onaylanması, eğitim, sosyal uyumun sürdürülmesi (2010: 78-83), İlhan Başgöz'ün bunlara eklediği protesto (1996) gibi birçok işleve sahiptir. Ancak uygulandığı takdirde folklor istenilen başka amaçlara yönelik de, ister ideolojik olsun ister nostaljik gerekçelerle, ürün ve iş verme yapısına sahiptir. Folklorun bahsi edilen işlevlerinin yanı sıra ideolojik işlevinin de bulunması, sadece ideolojik yönüyle folklorun uygulanmasını değil Paul Bunyan örneğinde olduğu gibi yerli Amerikan mitinin temsili (Dorson, 2007: 12) olan fakelore icatlarının da ortaya çıkmasını sağlamıştır. Burada folklorun uygulanması veya folklorla oynamanın sakıncalarından ya da doğruluğundan çok çalışmayı ilgilendiren kısmı folklorla dair bu tartışmanın var olmasıdır. Çünkü folklorla yönelik bu tartışmanın var olması, ister folklorun uygulanması ister folklorla oynamak şeklinde olsun, folklorun ideolojik işlevinin güncelliğini sürdürdüğünün en net göstergesidir. Kısaca her iki durumda da ideolojik yapı taşlarının harç malzemesi olarak folklor uygulanmaktadır.

Televizyon dizileriyle halk kültürü arasında, dikkatle üzerinde durulması gereken bir ilişkinin söz konusu olduğunu ifade eden Mehmet Çevik “Televizyon dizileri halk hikâyelerinin modern şekli midir?” sorusunu sorarak, dizilerle hikâyecilik geleneğinin karşılaştırılmasını

aynı soruyla adlandırdığı çalışmasında ele almıştır (2015: 37). Çevik bu çalışmasının sonucunda ise “bugün gelinen noktada televizyon dizilerinin, halk hikâyelerinin yerine ikame edildiği, bu hikâyelerle karşılanan ihtiyaçların dizilerle karşılanmaya çalışıldığı ve bunlara bağlı olarak da dizilerin, işlevsel anlamda halk hikâyelerinin modern şekli hâline getirildiği söylenebilir.” (2015: 45) ifadeleriyle yer vermektedir. Dizilerin, çağdaş halk hikâyeleri olarak değerlendirilip folklorik bir malzeme gibi değerlendirilmesi düşünüşünün altında yatan sebep, diziler ile halk hikâyelerinin birçok yönden ortak kaygı güdüyor olmalarıdır. Gülnaz Kurt “Televizyon Dizilerinin İletişimsel ve Dilbilimsel İşlevleri” adlı çalışmasında: televizyon programı ile izleyici arasındaki bağı sürekli kılmak için yapımcıların özellikle bazı yöntemler kullandıklarından bahseder. Kurt’a göre dizide mevcut problem çözüme kavuşmadan yeni bir başat problemin konusunun verilmesinin nedeni de budur. İnsanlar da bundan dolayı büyük bir merakla dizinin yayınlanacağı bir sonraki program gününü beklemeye başlarlar (2011: 188). Halk hikâyeleri ve televizyon dizilerinde bu husustaki benzerliklerinden biri dizilerde yapımcıların kullandığı yöntemi, halk hikâyesi anlatıcıları olan âşıkların ise dinleyici performansı bağlamında kullanmasıdır. Bununla ilgili olarak Süleyman Fidan “Televizyon Dizilerinde Geleneksel Müzik Belleğinin Kullanımı” adlı çalışmasında; “Âşıkların, hikâyelerin heyecanlı yerlerinde dinlenme amaçlı verdikleri aralarla dizilerin seyirciyi televizyon başında tutmak için heyecanlı bir yerde kesip reklam arası vermelerini” (2018: 131) bu benzerliğe örnek olarak göstermektedir. Hikâyelerin anlatıldıkları kış ayları ile dizilerin “sezon” diye tabir edilen Ekim-Mayıs ayları arasında ekrana gelmelerini (2018: 131) de bu iki farklı icra ortamındaki benzerliklere eklemektedir. Bu anlamda dizi-film yapıtları her ne kadar bireysel yapıtlar olarak karşımıza çıksa da geleneksel icra şekillerinden beslenen bilincin ve kültürel temsillerin yansımalarıdır. Bununla ilgili olarak Mustafa Fadıl Sözen, toplumsal yapıyla bireyin düşünsel dünyasının her zaman için, iç içe girmiş bir hâlde bulunduğunu ifade eder. Sözen’e göre; “...Bir başka deyişle, filmler toplumsal yaşamın söylemlerini (biçim, figür ve temsillerini) şifreleyerek sinemasal anlatılar biçiminde aktaran yaratılardır. Bu yolla sinemanın kendisi de, toplumsal gerçekliği inşa eden kültürel temsiller sisteminin bütünlüğü içindeki yerini almaktadır” (2009: 132). Ürünün bireysel olması yaratıcısının beğenilirlik kaygısıyla toplumsal kültürel kodlamalardan uzak temsiller yaratmasına pek imkân vermemektedir. O ürünü içinden aldığı topluma tekrar sunacağı için toplumun kendisiyle özdeşleştirdiği veya içinde yer edinen olumlu ya da olumsuz unsurların temsilini göstermesi gerekmektedir. Yine benzeri bir görüş olarak Levent Yaylagül; “her dışavurumun kendisini yaratan sanatçının ya da düşünürün eseri olduğunu ifade eder. Ancak bu eser ya da düşünce, içinde yaratıldığı toplumsal yapıdan bağımsız değildir” (2004: 232)

demektedir. Yani bu durumda bir sinema yapıtı bireysel olsa da içinde yer alan temsiller, yansıtmak istediği toplumun anonim bakış açısıdır. Dolayısıyla Türk dizi filmleri de geleneksel toplum yapısına dair unsurları içerisinde bir şekilde bulundurur. Ancak her alanda olduğu üzere televizyon alanında da ideolojik yaklaşımlar bunu kimi zaman olumlayarak kimi zaman olumsuzlayarak, iki farklı şekilde topluma sunmaktadır. Özellikle son yıllarda bir ulusun kültürel izlerini taşıyan bir dizi ya da film görmek için ancak tarihi konu edinen filmlere bakmak gerekir. Aksi halde güncel bir konuyu senaryolaştıran dizi ya da filmde, içinde gerçekleştirilen toplumun yerel kültüründen izler bulmak pek mümkün olmamaktadır. Ancak güncel bir konuyu esasa alırken modern ve geleneksel olanın arasında bir çizgi ile yerel kültür unsurlarından beslenen ürünler de ortaya konmaktadır. Burada ise folklorun ideolojik işlevinin uygulanmasından faydalanılmaktadır. Bununla birlikte güncel bir senaryoya sahip olan filmlerde kimi zaman yapımcıların ve senaristlerin ideolojik tutumlarına göre kimi zaman hedef kitlelerinin beklentilerine göre yapımlarda o kültüre ait olan mitoloji ve halk hikâyelerine ait unsurlara yer verildiği görülebilir. Bu tür metinlerden birisi de çalışmaya örneklem olarak alınan, 08 Eylül 2015 tarihinde yayına başlayan “Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz” adlı dizidir.

## **2. “Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz” Dizisinde Folklorun İşlenmesi**

Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz adlı dizi, senaryosunu Bahadır Özdener ve Berna Aruz’un yazdığı, yönetmenliğini Onur Tan, Zübeyr Şaşmaz, Baran Özçaylan’ın yaptığı başrollerini ise Oktay Kaynarca, Yunus Emre Yıldırım, Ozan Akbaba’nın paylaştığı kaçak silah tacirlerini ve devletin onları kontrol etme çabasını konu edinen aksiyon dizidir. Karadenizli ailesi uzun zamandır silah işiyle uğraşan dizinin başrol oyuncusu Hızır Çakırbeyli’nin çocukluğu da ailesi silah üretimi ve ticareti yaptığı için silahlarla birlikte geçmiştir. Babası öldükten sonra silah işiyle ilgilenen Hızır Çakırbeyli’nin abisi kaçak silah ticaret yapan kişilerden oluşan bir mafya grubunun içerisine dâhil olur. Bu mafya grubunun kendilerinin oluşturdukları kuralları vardır ve kuralların dışına çıkanlar ölümle cezalandırılmaktadır. Abisinin öldürülmesiyle yerini Hızır Çakırbeyli alır. Hızır Çakırbeyli grubun içerisinde devletine ve milletine en bağlı kişi olması dolayısıyla yasadışı silah ticaretini kontrol altına almaya çalışan devlet güçleri Hızır Çakırbeyli ile anlaşmak ister. Ancak bu süreçte Hızır Çakırbeyli hem iç hem dış ülkelerdeki yasadışı güçlerle terör örgütlerine kendi grupları tarafından silah satılmaması için mücadele etmek zorunda kalır. Hızır Çakırbeyli’nin kardeşi İlyas ve ölen abisinin oğlu Alparslan da tüm bu süreçte kendisiyle birlikte iç ve dış düşmanlarına karşı mücadele vermektedirler (URL-1).

Sıkça milliyetçilik vurgusu yapılan dizide, halk kültürüne dayalı unsurların görülmesi modern zamanın uygulamalı halk bilimi modellerinden birisinin de örneği olmaktadır. İlk çıkışını İkinci Dünya Savaşı sonrasında ekonomik ve sosyal çalkantıların doruğa ulaştığı Almanya’da yapan (Oğuz, 2013: 42) uygulamalı halk biliminin ilk tartışıldığı zamandan bugüne dek sosyal alanda teknik, ekonomik ve politik birçok değişim olsa da uygulamalı halk bilimi işlevsel olarak aynı ideolojik temeller için kullanılmaktadır. Bu ideolojik temellerinden biri olarak Zeynep Baki Nalcıoğlu’nun bahsettiği üzere; uygulamalı halk biliminin, yönlendirilmiş bir ulus bilincinin oluşturulmasında ve ulusun birlikteliğinin pekiştirilmesinde bir aracı görevini üstlendiği söylenebilir (2016: 60). Alan Dundes da halk biliminin bu yönüyle ilişkili olarak “halk biliminin ideal olarak millî kimlik susuzluğunu giderme amacına hizmet ettiği doğru olabilir” (2007: 82) ifadesini kullanmaktadır. Buradan hareketle bugünün folklorik metinlerini oluşturan dizi-filmler aracılığıyla uygulamalı halk biliminin, millî kimlik inşasında bir rol oynadığı görülmektedir.

Jeff Todd Titon “Metin” başlıklı makalesinde metnin insan eliyle yapılmış herhangi bir nesne olduğuna, diğer bir deyişle de metnin kelimelerden oluşmak zorunda olmadığına, bir resim, bina ya da çanak gibi bir insan yapısının da, bir ritüel gibi bir eylem ya da olay, hatta bir ya da birden fazla kişinin bile metin olabileceğine vurgu yapmıştır (2009: 262-263). Dizi-filmler birer görsel metin olarak görülecek olursa özellikle siyasi temelli diziler, ideolojik görüşlerine göre farklı kaynaklardan farklı şekillerde beslenmekte bu kaynaklar içerisinde kimi zaman halk kültürüne dair unsurlar da yer almaktadır ve halk kültürü bu amaç doğrultusunda kullanılmaktadır. Halk kültürüne dayalı unsurlar Barbara Kirshenblatt-Gimblett’in vurguladığı “folklorun ideolojik, politik ve ekonomik temelleri” (Kirshenblatt-Gimblett, 2007:51) ile ilişkilendirilebilir. Dizi-filmlere her ne kadar popüler kültür ürünleri olarak bakılsa da içinde buldukları geleneksel kültür unsurlarıyla birçok noktada aynı özellikleri göstermektedirler. Bir destan ya da halk hikâyesindeki kahramanın kalıpları göz önünde bulundurulduğunda bir televizyon dizisinde de hemen hemen aynı kalıplara uygun şekilde bir kahraman kalıbının inşa edildiği görülmektedir. Geleneksel metinlerdeki kahramanlık modellerinin görsel metinlerde yeniden inşasını Mehmet Emin Bars, “Medya Merkezli Kahraman Dönüşümü: Alp/Alperenden Postmodern Delikanlılığa” adlı çalışmasında “eski destan kahramanlarının eski toplum yapısındaki ideal tiplerini, izleyici, elektronik ortamın yeni aktörlerinde yeniden hatırlamaktadır.” (2020: 128) şeklinde ifade etmektedir. Bu görüşünü ise Türk televizyon dizilerindeki Yusuf Miroğlu, Polat Alemdar, Hızır Çakırbeyli isimleriyle yaratılan kahramanlar özelinde tartışmaktadır. Çalışmanın örnekleme olan dizinin



başkahramanı Hızır'ın da Türk anlatı geleneğinde yer alan kahraman kalıbına uygun olarak işlendiği Bars'ın çalışmasında görülmektedir. Bununla beraber dizinin devamlılığında kahramanın yapısının bozulmaması da bu noktada dikkat çekicidir. Halk kahramanlarıyla birlikte belirli dizilerde halk kültürüne dair ürünlerin yeniden inşa süreciyle ilgili olarak Mikel J. Koven; “halk bilimciler popüler iletişim araçlarıyla aktarılan metinlere baktıklarında bunu filmlerdeki geleneksel öykü türlerini ve motifleri belirlemek amacıyla yapmaktadır. Leslie Fiedler ve Harold Schechter gibi değişik araştırmacıların Vietnam savaşına ilişkin filmler ile geleneksel kahramanlık anlatıları arasında benzerlikler olduğunu belirttiğini” (Koven, 2014: 119) ifade etmektedir. Ancak her milletin geleneksel kültüründe oluşturduğu kendine özgü kahraman kalıpları bulunsa da küresel kültürün etkisi ile kültürel çeşitlilik ortadan kalkmakta bu nedenle dünya genelinde tek kahraman tipi oluşmakta ve bu tip yerel kültürlerin de imgesi hâline dönüşmektedir. Bu noktada Robin Hood en belirgin örneklerden biri olarak gösterilebilir.

### "Niğde'nin Robin Hood'u"

Betül Abbak - Niğde'de 48 yaşındaki Ali Rıza Zırhlı, 3 yıldır maddi durumu iyi olan vatandaşların kapısını tek tek çalarak topladığı yardım malzemelerini ihtiyaç sahibi ailelere ulaştırıyor.

**Görsel 1:** Türkiye’de yardımsever bir kişinin haber başlığında Robin Hood benzetmesine bir örnek: (URL-2 )

## Ege'nin Robin Hood'u

**18. yüzyılın ‘kahraman efesi’ olarak tanınan ‘Atçalı Kel Mehmet Efe’nin hayatını anlatan filmde Mehmet Efe’yi Gökhan Keser canlandıracak.**

**Görsel 2:** Türkiye’de yaygın olarak bilinen başka bir haber sitesinde yörenin kahraman isminin haberinde Robin Hood başlığı (URL-3)

Yukarıda verilen birkaç internet haberinin başlığında görüldüğü üzere Türkiye’de bir haberde, dizi ya da filmde bir kahraman benzetmesi yapılırken Robin Hood’un kullanılması sıkça karşılaşılan bir durumdur. Ancak EDHO dizisi incelendiğinde dizide başından beri yapılan milliyetçilik vurgusunun üzerine dizinin bir bölümünde yukarıda örneği gösterilen yaygın Robin Hood benzetmesinin tersine Köroğlu benzetmesinin yapıldığı görülmekte ve bunun özellikle Robin Hood’un ulusal alandaki karşılığının olduğu vurgulanmaktadır. Dizideki

Köroğlu ve Robin Hood diyalogu ise dizide CIA (Central Intelligence Agency) ajanını canlandıran “Suzi” karakteri ile “İlyas” karakteri arasında dizinin 57. Bölümü 118. dakikasında şu şekilde geçmektedir;

*Suzi: -Ben CIA için çalışıyorum.*

*İlyas: - CIA’miş, Sensin! Ben de Köroğlu’yum zaten haksızlıklara karşı savaş açtım.*

*Suzi: -Köroğlu?”*

*İlyas: -Ya yok mu hani sizin şu Robin Hood, aynı onun gibi.*

Popüler alanda sıkça Robin Hood benzetmeleri yapılarak yerel kültürlerde, haksızlıklara karşı mücadele eden bir kahramanın yoksunluğu ve bunun dünya genelinde tek sembolünün Robin Hood olduğu yönünde genel bir yaklaşım bulunmaktadır. Popüler kültür alanında bu yaklaşım nedeniyle yerel kültürlere özgü temsiller kültürel ifadelerin çeşitliği bağlamında olumsuz yönde etkilenmektedir. Dizide ise “sizde Robin Hood bizde Köroğlu” vurgusu ile tersi yönde kasıtlı bir yaklaşım sergilenmektedir. Nitekim Seda Uyanık’ın “Dede Korkut Anlatmalarında Metinlerarası Söylem” başlıklı makalesinde ifade ettiği gibi kimi zaman, metinlerarası ilişkiler ile millî değerlerin dönüşüme uğratarak medyaya yansıtılması, medyanın millî değerlerin korunmasına hatta yüceltilmesine aracılık etmesi sağlanmaktadır (2009: 36). Bu dönüşüm doğrudan folklorik bir metni dönüştürmeden yukarıda verilen örnekte görüldüğü üzere folklorik unsurların güncel konu içerisinde işlenmesiyle de sağlanabilmektedir. Yerel bir kültür unsurunun bu şekilde bilinçli olarak gösterilmesiyle, dizi aracılığıyla aidiyete ve millî kimlik varlığına gönderme yapılmaktadır.

İdeoloji, medya ve folklor arasındaki ilişkinin yukarıda gösterilen örneğin yanı sıra en belirgin okunduğu yerlerden birisi de dizinin başkahramanına verilen Hızır adının yanı sıra, dizide Hızır karakterinin kardeşine verilen İlyas adı ile “Hıdırellez” inanişına gönderme yapılmasıdır. Erkan Aslan’ın ifadesiyle “Hızır ve İlyas adlı kutsal nitelikler taşıyan iki kardeşin darda kalan insanların yardımına koştuklarına inanılır. “Kul sıkışmayınca Hızır yetişmez” atasözü de bu bağlamda ortaya çıkmış bir atasözüdür. Hızır görevini karada, İlyas ise suda gerçekleştirmektedir. Hızır ve İlyas kelimelerinin halk ağzında birleşik söylenmesiyle de Hıdırellez kelimesi ortaya çıkmıştır” (2015: 211). Hıdırellez, geleneğinin temelinde ilkbaharı kutlama, ağır bir kıştan sonra baharın hareketliliğini, sıcaklığını doyasıya hissetme vardır. Hıdırellez tabiatla barışık olma ve bütünleşmenin tezahürü (Turan, 2008:98) olmasıyla bir bahar ritüeli olarak da kutlanılmaktadır. Ancak senaryoda doğrudan bu inanişla ilişki kurulmasa da dizide bu iki kardeşe verilen isimle bu inanişta gönderme yapılmaktadır. Dizinin

ana temasında da devletin iç ve dış düşmanlar nedeniyle zor dönemler yaşadığı vurgulanırken alt metin ise Hızır ve İlyas'ın ailesiyle birlikte verdiği mücadele ile devletin bu zor günlerinden kurtulacağını işaret etmektedir. Dizide Hızır karakteri daima arkadaşlarına, ailesine ve memleketine faydalı olmak için, onları zor durumdan kurtarmak için uğraşan bir kimliğe büründürülerek, halk arasındaki “Hızır” inancının görsel metindeki temsilini resmetmektedir. Bu kişi aynı zamanda kahraman tipini de oluşturmaktadır. Dizinin diğer önemli karakterlerinden birisi olan Hızır'ın yeğenine de Alparslan adı verilmektedir. Dizide, devletle iş birliği yaparak silah tüccarları tarafından terör örgütlerine silah satılmaması için ve yaptıkları her işte devletin ve vatanın çıkarlarını gözetmek için mücadele eden başlıca üç kişi yukarıda bahsedildiği üzere dizideki söylemleriyle ve adlandırılmalarıyla yerel kültür unsurlarıyla donatılan kişilerdir. Bu açıdan bakıldığında dizide bu işlevi üstlenen kişilerin popüler isimleri almasının yerine bu tür göndermelerin yapılması dizinin folklor aracılığıyla ideolojik bir yaklaşımını göstermektedir.

Dizinin karakter isimleriyle gönderme yaptığı folklorik unsurlarıyla birlikte bazı bölümlerdeki ayrıntılarla da ritüelistik inanışların metin içinde işlendiği de görülmektedir. Bunlardan birisi de 8. bölümünün 7. dakikasında geçen bir sahnesinde dolunayı gördüğünde Hayriye Çakırbeyli'nin (Hızır'ın ve İlyas'ın annesi) başını örtmesidir. Anadolu'da ay ile ilgili inanışlar oldukça yaygın olması nedeniyle dizide de bu inanışlardan birisine yer verilmesi dikkat çekmektedir. Çünkü ayın Anadolu'nun birçok yerinde erkek olarak tasavvur edildiğine dair görüşler bulunmaktadır (Şenesen, 2017). Dizide kadın karakterin ayı gördüğünde başını örtmesi ayla ilgili bu inanışa yönelik atıf olarak değerlendirilebilir. Öte yandan dolunay vurgusuyla ise mitolojik bir gönderme yapıldığı tartışılabilir. Yine eski Türk topluluklarından kalan inanışlara göre dolunay ölümü, sonu; hilâl ay ise yenilenmeyi, yeni hayatı temsil etmektedir. Dizide İlyas adlı karakterin silahla yaralanmasından sonra annesinin dolunayı gördüğündeki tedirginliği de bu mitik inanışa bir gönderme olarak düşünülebilir. Özellikle ayın görülmesindeki sahneye, bir tesadüf olarak değerlendirilmeyecek kadar geniş ve dikkat çekici şekilde yer verilmesi ve dizinin diğer folklorik eğilimleri göz önünde bulundurulduğunda aya dair bir inanışa gönderme yapıldığı olasılığı artmaktadır.

Dizinin geleneksel Türk anlatı unsurlarına uygun olarak yapılandırıldığını ve dizideki bir diğer folklorik uygulamayı en net gösteren örneklerden birisi de Türk destan geleneğinde var olan “bilge tipi”dir. Şahin Ağa karakteriyle dizide Türk anlatı geleneğinde sıkça karşılaşılan yol gösterici bilge tip yansıtılmaktadır. Şahin Ağa, her zaman Hızır adlı başkahramanın olayların çıkmazında kaldığında yardımına koştuğu kişiyi temsil etmektedir. Şahin Ağa,

dizide başkahramana öğütler vererek yol gösterici konumunda yer almaktadır. Bununla birlikte Şahin Ağa'nın sıkça öğütlerinde atasözlerine yer vermesi de metni folklorik yönden beslemektedir.

Dizi ile halk kültürü arasındaki ilişki tek taraflı olmamakta, halk kültürü ürünleri çeşitli şekillerde dizilere kaynaklık ederken, diziler de o halk kültürü unsurlarının yeniden canlanmasını sağlamaktadır. EDHO dizisinde bunun en belirgin olarak görüldüğü taraf olarak türküler örnek gösterilebilir. Dizinin genel itibarıyla “millî” söyleme sahip olması muhtemel olarak dizinin müziklerinin de popüler alandan uzaklaşarak geleneksel alanı ifade eden türkülerden oluşmasına etki etmiştir. Çünkü Başgöz'ün ifade ettiği gibi “türkü” her şeyden önce, tamamıyla yerel özelliklerin birleştiği bir kültür unsurudur ve bütün bir ulusun sesini ifade eder. Esasen, bütün milletlerde ya da kültürlerde türkülerin (halk şarkısının) en yüksek düzeydeki işlevi, ait olduğu “ulusun ortak ruhu” olmaktır (1992: 7-8). Dizide yer alarak o dizinin hedef kitlesine karşı aidiyeti ifade eden türkülerin medya yapımlarında yer alması metinlerarası bir bakışla türkülerin de güncellenmesini sağlamaktadır. Kubilay Aktulum folklorik ürünlerin aktarımından bahsederken; folklorik bir ürünün değişmeden, değiştirilmeden bir dönemden ötekine aktarılmasının klişeleşme, basmakalıplaşma, müzeleşme tehlikesi doğuracağını belirtmektedir. Aktulum'a göre; “Bir ulusun kültürünün temel unsurlarını canlı tutmanın yolu onların sürekli olarak başka dönemlerde güncellenmelerine bağlıdır. En etkili güncelleme yolu ise başka yapıtlarda yeniden kullanıma sokulmaları, bir başka deyişle söylemlerarası/metinlerarası bir sürece katılmalarıdır” (2013: 9). Halk arasında hiç bilinmeyen ya da çok az bilinen bir türkünün dizide yer aldıktan sonra internet sitelerinden tarandığı yapılan incelenmelerle görülmektedir. Süleyman Fidan, özellikle 2000 sonrasında yayımlanan televizyon dizilerinde geleneksel müzik belleğine yönelmenin arttığından bahsederek, bundaki temel nedenlerden birinin izleyiciyi kendinden olanla daha çabuk yakalama ve izleyicinin diziyi takip etmesini sağlama olduğunu (2018: 138) ifade eder. Özellikle bu çalışmanın da örneğinde olduğu üzere bir diğer neden olarak ise “dizide sunulan kahramanla eserin özdeşleşmesini ve türkü-kahraman birlikteliğini yakalama arzusu olduğunu” (2018: 138) dile getirir. Fidan'ın üzerinde durduğu türkünün dizilerdeki bu kullanımı aynı zamanda dizinin ideolojik bakış açısını ön planda tutmaya da yaramaktadır. Nitekim “Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz” adlı dizi de adını bir türküden almakta ve devlete başkaldıran eşkıyalarla mücadeleye girişen Hızır'la bu türkü özdeşleştirilmeye çalışılmaktadır. Bu türkünün yanı sıra dizide birçok kahramanlık türküsüne de yer verilmektedir. Burada yer alan türküler daha sonra dizinin izleyicileri tarafından

internet sitelerinde taranarak birçok kez dinlenmiş ve buna bağlı olarak o türkülerin internet sitelerinde dinlenme oranları da artmıştır. Dizinin ilk bölümlerinde türkülerin yer almasından itibaren dizide yer alan türküler “Youtube” gibi video ve müzik paylaşım platformlarında, yer aldığı dizinin adıyla birlikte taranmaya başlanmıştır. Dizide çalan türkülere paylaşım sitelerinde yapılan yorumlara bakıldığında da dinleyici kitlesini etkili bir şekilde dizinin yönlendirdiği görülmektedir.



**Görsel 3:** EDHO adlı dizide görseldeki türküye yer verilmesinin ardından, dizi sayesinde türküyü dinleyen kişilerin yorumları (URL-4)

Adil Çelik, dizi ve türkü ilgisine “Kurgunun Harcı Olarak Türkü: Behzat Ç. Dizisinde Türkülerin Kullanımı” adlı çalışmasının örneğinde “bölüm boyunca toplamda dokuz türkü ve bir bağlama solonun kullanılmış olması, bu bölümde özellikle türkünün gücünden yararlanmak isteyen bilinçli yapımcıların, bu konu üzerinde özellikle kafa yorduklarının göstergesi” (2020: 27) olduğu görüşüyle dikkat çeker. Böylece türkü örneğinde de folklor, televizyon dizilerinde karşılıklı faydaya dayalı yer almaktadır. Türkü ile folklor, dizinin ideolojik yapısına destek olurken türkünün çağdaş kültürün bir parçasına dönüşmesinde de dizi folklorla alan açmaktadır. Nebi Özdemir, kitle iletişim araçlarının yerel bir kültür ürününü yeni eklerle dönüştürdüğünden bahsederken halk kültürünün burada sadece bir kaynak olduğunu ifade etmektedir. “Bir türkü, destan, halk hikâyesi ya da ağıt, kaset, plak, CD veya televizyon kaydına dönüştüğü anda, bitmiş ve paketlenmiş ticari bir meta hâline gelmektedir. Bu süreçte halka yüklenen görev ise sunulmayı tüketmek, yani kendisinden alınarak teknolojik ürüne dönüştürülen kendi malını satın almaktır” (2012: 13). Ancak kitle iletişim araçlarının halkın ürününü halka tükettirmesi gibi bir olumsuzluğuna karşın halkın belleğinden silinmek üzere olan birçok kültürel unsuru da yeniden hatırlatması gibi olumluluğunu gözden kaçırmamak gerekmektedir. Özellikle yukarıda örneği verildiği gibi televizyon dizileri ve filmleri bünyesine kattıkları kültürel unsurlara karşı bir farkındalık oluşturmakta ve aynı zamanda bir aktarım işlevini görmektedir. Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisi

örnekleminde görüldüğü üzere sözlü kültüre mahsus ve kimi zaman kaybolmaya yüz tutan ürünler modernleşen dünya içerisinde kendisine yer bulabilmekte ve işlevsel bir özellik gösterebilmektedir. Âşıkların, ozanların, türkü yakıcıların çok eskiden icra ettikleri ürünler kitle iletişim araçlarında yer buldukları andan itibaren halkın bu ürünlere gösterdiği ilgi sadece bu dizi ile sınırlı kalmamaktadır. Buradan anlaşılacağı üzere türkü gibi insanlığın kendine has ve özgü özellikleri bulunduran ürünlere her zaman ihtiyacının olduğu görülmektedir. Ancak önemli olan tek-tipleşen küresel dünyada bu ürünleri fark ederek yerel kültürlerin kalıcılığını sağlayabilmektir.

## **Sonuç**

Elde edilen bulgularda görüldüğü üzere dizinin arka planında halk kültürüyle beslenen ideolojik bir örüntü bulunmaktadır. Sırasıyla ve yerinde metne uygulanan folklorik unsurları sayacak olursak:

- Hızır ve İlyas adlı başrol isimlerinin verilerek “Hıdırellez” inanışına yapılan atıf.
- Dizide her bölümde sıkça popüler şarkıların yerine türkülerin kullanılması.
- Dizide Robin Hood karakteri yerine açıkça dile getirilen Köroğlu vurgusu.
- Dizinin kendi adını yerel kültüre dayalı hikâyesiyle var olan bir türküden alması.
- Şahin Ağa karakteri ile Türk destan ve hikâye geleneğindeki bilge tipin görsel metinde de işlenmesi ve yol göstericiliğinden faydalanılması.
- Daha çok Şahin Ağa ve aile büyükleri aracılığıyla atasözü ve mesellerin aktarılması
- Başrolün (Hızır’ın) kahraman yapısının Türk anlatı geleneğine uygun olarak yapılandırılması.
- Dizide ayın mitolojik ve ritüelistik anlamlarına atıfların bulunması.

Görüleceği üzere ikincil sözlü kültür dönemi metinleri olarak dizi ve filmler folklor ürünlerinin kuşaklar arası aktarımını sağlamada bir araç olurken, aynı zamanda folklor ürünleri de ortaya konan yapıtların ideolojik amaçlarına hizmet etmektedir. Dizide yer alan folklorik unsurların ideolojik işleviyle yorumlanmasının nedeni ise dizinin ana temasında milliyetçilik fikrini esasa almasıdır. Bu yaklaşımla birlikte değerlendirildiğinde dizinin tek gayesinin folklorik unsurlara dizide yer vererek kuşaklararası aktarımını sağlamak değil, milliyetçi ideolojiyi folklor ile beslemenin de dizinin amacı doğrultusunda olduğu

söylenbilir. Bu anlamda ulusların veya toplulukların yaşadığı mekân, zaman ve kullandıkları iletişim araçları değişiyor olsa da millî kimliği kurmada, yeniden canlandırmada başvurdukları kaynaklardan biri de folklor olmaktadır. Öte yandan çağdaş kitle iletişim araçları da folklor ürünlerini amaçları doğrultusunda kullanarak yeni bir kültürel koruma yaklaşımı alanının açılmasını sağlamaktadır.

## Kaynakça

- AKTULUM, Kubilay (2013). *Folklor ve Metinlerarasılık*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- ASLAN, Erkan (2015). “Karapapak-Terekeme Türklerinde Hıdırellez Geleneği”, *Millî Folklor*, S. 108, s.210-213.
- AVCI, Cevdet (2020). “Medyada Kültürel Mekân Tasarımı, Üç Örnek:“Kurtlar Vadisi”,“Süper Baba”,“Ekmek Teknesi”, *Journal of World of Turks/Zeitschrift für die Welt der Türken*, 12(1), s. 283-295.
- AZİZ, Aysel (2016). *İletişime Giriş*. İstanbul: Hiperlink Yay.
- BAKİ NALCIOĞLU, Zeynep Safiye (2016). “Metinlerarası Uygulamaya Bir Örnek: Diriliş "Ertuğrul"”, *Millî Folklor*, S. 109, s. 58-70.
- BARS, Mehmet Emin (2020). “Medya Merkezli Kahraman Dönüşümü: Alp/Alperenden Postmodern Delikanlılığa”, *Millî Folklor*. S. 128, s. 126-137.
- BASCOM, William (2010). “Folklorun Dört İşlevi”, (Çev. Ferya Çalış). *Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 2*. (Ed. M. Öcal Oğuz ve Selcan Gürçayır). Ankara: Geleneksel Yayınları, s. 71-86
- BAŞGÖZ, İlhan (1992). “Giriş”, *Sibirya 'dan Bir Masal Anası*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- BAŞGÖZ, İlhan (1996). “Protesto: Folklorun Beşinci İşlevi (Fonksiyonu)”, *Folkloristik, Umay Günay Armağanı*. [Haz: Ö. Çobanoğlu-M. Özarslan]. Ankara: Feryal Matbaası, s. 1-4.
- CERECİ, Sedat (2014). "Türk Televizyon Dizilerinin Küresel Başarısı: Evrensel İnsan Yaklaşımı", *Journal of Academic Social Science Studies*. S. 8, s. 1-12.
- ÇELİK, Adil (2020). “Kurgunun Harcı Olarak Türkü Behzat Ç. Dizisinde Türkülerin Kullanımı” , *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 3 (5) , s. 18-29.
- ÇEVİK, Mehmet (2015). “Televizyon Dizileri Halk Hikâyelerinin Modern Şekli midir?”, *Millî Folklor*, 2015, Yıl 27, S. 106, s. 34-46.
- DORSON, Richard M. (2007). “Folklor ve Fake Lore”, *Folklorun Sahtesi: Fakelore*. (Yay. Haz. Selcan Gürçayır Teke). Ankara: Geleneksel Yay.
- DUNDES, Alan (2007). “Fakelore Fabrikasyonu”. *Folklorun Sahtesi: Fakelore*. (Yay. Haz. Selcan Gürçayır). Ankara: Geleneksel Yayınları.
- FİDAN, Süleyman (2018). “Televizyon Dizilerinde Geleneksel Müzik Belleğinin Kullanımı”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(60), s. 125-139.
- HALL, Stuart (2014). “İdeoloji ve İletişim Kuramı”, *Medya, Kültür, Siyaset*. (Derleyen Süleyman İrvan). Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- KIRSHENBLATT-GIMBLETT, Barbara (2007). “Hatalı İkilikler”. *Folklorun Sahtesi: Fakelore*. (Yay.Haz. Selcen Gürçayır). Ankara: Geleneksel Yayıncılık, s. 51-70.
- KOVEN, Mikel J. (2014). “Halk Bilimi Çalışmaları, Popüler Film ve Televizyon: Gerekli Bir Eleştirel Araştırma”, *Uygulamalı Halk Bilimi*. Çev.: Gülşah Yüksel Halıcı. (Yay. Haz.: Öcal Oğuz vd). Ankara: Geleneksel Yayınları.
- KURT, Gülnaz (2011). “Televizyon Dizilerinin İletişimsel ve Dilbilimsel İşlevleri”, *Folklor/Edebiyat*. 17(65), s. 187-197.
- MUTLU, Erol (2016). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- OĞUZ, M. Öcal (2013). *Küreselleşme ve Uygulamalı Halkbilimi*. Ankara: Akçağ Yay.

- ONG, Walter J. (2013). *Sözlü ve Yazılı Kültür: Sözlün Teknolojileşmesi*. İstanbul: Metis Yayınları.
- ÖZDEMİR, Nebi (2012). *Medya, Kültür ve Edebiyat*. Ankara: Grafiker Yayınları.
- ÖZTÜRKMEN, Arzu (2009). *Türkiye’de Folklor ve Milliyetçilik*. İstanbul: İletişim Yay.
- SÖZEN, Mustafa (2009). “Doğu Anlatı Gelenekleri ve Türk Sinemasının Aidiyeti”, *Bilig Dergisi*, Yaz 50, s.131-152.
- ŞENESEN, İsmail (2017). “Adana Halk Kültüründe Gökyüzü ile İlgili Halk İnanışları Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme”, *Asia Minor Studies*, C. 5, S. 9, s. 64-92.
- TITON, Jeff Todd (2009). “Metin”. *Halk Biliminde Kuramlar Yaklaşımlar 3*. Yay. Haz. M. Öcal Oğuz vd. Ankara: Geleneksel Yayınları.
- TURAN, Fatma Ahsen (2008). “Anadolu’daki Hıdırellez Kutlamalarına Dair İnanmalar, Ritüeller, Yasaklar ve Yaptırımlar”, *Gazi Türkiyat Türklük Bilimi Araştırma Dergisi*. S. 2, s. 91-100.
- UYANIK, Seda (2009). “Dede Korkut Anlatmalarında Metinlerarası Söylem”, *Millî Folklor*. S.83, .s. 30-40.
- YAYLAGÜL, Levent (2004). “1960-1970 Dönemi Türk Sinemasında Düşünce Akımları”, *Sinemada Anlatı ve Türler*. Ed. Fatma Dalay Küçük Kurt, Ahmet Gürata, Ankara: Vadi Yayınları, s. 231-275.

#### **Elektronik Kaynaklar**

- URL-1: <http://www.atv.com.tr/webtv/eskiya-dunyaya-hukumdar-olmaz> (E.T. 10.01.2021)
- URL-2:<http://www.haber7.com/neler-oluyor-hayatta/haber/969717-bu-da-nigdenin-robin-hoodu> (E.T. 12.04.2017).
- URL-3:<http://www.milliyet.com.tr/ege-nin-robin-hood-u-magazin-2314183/>(E.T. 12.04.2017).
- URL-4: <https://www.youtube.com/watch?v=NUC2uhnKwGw> (E.T. 27.05.2017)