

## TÜRK ANLATI GELENEĞİNDE ANLATIÇI MERKEZLİ DEĞİŞİM/DÖNÜŞÜM: GELENEKSEL HİKÂYECİLERDEN MEDYATİK HİKÂYECİLERE



### NARRATOR-CENTRIC CHANGE/TRANSFORMATION IN THE TURKISH NARRATIVE TRADITION: FROM TRADITIONAL STORYTELLERS TO MEDIATIC STORYTELLERS

**Mehmet Emin BARS\***

**ÖZ:** Görsel-işitsel medya, günümüzde kültürü şekillendiren, değiştiren, dönüştüren en önemli araçlardan biridir. Medya geleneği tüketim kültürü bağlamında ürüne dönüştürerek tekrar sahiplerine aktarmaktadır. Televizyon, sözlü kültürün diğer geleneklerinde olduğu gibi, hikâyecilik geleneği için de görsel, işitsel, yazılı bellek işlevini görmektedir. Geleneksel hikâyecilerin yok olmaya yüz tuttuğu XXI. yüzyılda televizyon, geleneksel ve modern hikâyelerin izleneceği/dinleneceği meraklı bir seyirci kitlesi yaratmıştır. Yeni bağlam, geleneğin sahibi, meraklı, oluşturucu, denetleyici kitlesini; daha geniş ve farklı sosyal tabakalardan oluşan, pasif, geleneklerden uzak, sunulanı tüketen bir izleyici kitlesine dönüştürmüştür. Modern dönemin yeni aktörlerinin ortaya çıkmasıyla etkisizleşmeye başlayan hikâyecilik geleneği, televizyon dizilerindeki farklı karakterlerle kurgulanan yeni bir dünyada sürdürülmeye çalışılmaktadır. Hikâyecilik geleneği bir nesneye dönüştürülmüş; geleneğin yaratım, aktarım, tüketim bağlamı değişmiştir. Televizyon, sözlü kültür geleneklerinden kendi amaçlarına göre yararlanmaktadır. Bu çalışmada sözlü kültür ortamının geleneksel hikâye anlatıcılarının teknolojik kültür ortamı araçlarından televizyon dizilerinde karşımıza çıkan ardıllarına dönüşümü incelenmiştir. İnceleme televizyon dizilerindeki hikâyecilerle sınırlandırılmıştır. İnceleme sonucunda Türk toplumundaki geleneksel hikâyeci tipinin televizyonun etkisiyle medyatik bir karaktere dönüştüğü görülmüştür. Televizyon kendi bağlam ve amaçlarına uygun yeni bir gelenek ve bu geleneği icra edecek ustalar yaratmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Medya, televizyon, değişim, hikâye, izleyici.

**ABSTRACT:** Audio-visual media is, today, one of the most important instruments that shape, change and transform the culture. The media transforms tradition into a product in the context of consumption culture and transfers it back to its owners. Television, as in other traditions of oral culture, acts as a visual, auditory and written memory for the tradition of storytelling. Traditional storytellers began to disappear in the XXI. century. During this period, television created a curious audience to watch/listen to traditional and modern stories. With the new context, the owner of the tradition, curious, constructive, supervisory audience mass has transformed into a broader and composed of different social strata, passive, far away from the traditions and a consuming audience. The storytelling tradition, which has begun to become ineffective with the emergence of new actors of the modern era, is tried to be continued in a new world constructed with different characters in television series. The

\* Dr. Öğretim Üyesi - Bingöl Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü/Bingöl - [mebars@bingol.edu.tr](mailto:mebars@bingol.edu.tr)



This article was checked by Turnitin.

*tradition of storytelling has been transformed into an object; the context of creation, transfer, consumption of tradition has changed. Television uses the traditions of oral culture according to their own purposes. In this study, the transformation of traditional storytellers of oral culture into their successors in television series from technological culture tools is examined. The study is limited to storytellers in television series. As a result of the study, it is observed that the traditional storyteller type in Turkish society is getting turned into a mediatic character with the effect of television. Television has created a new tradition and its masters in accordance with its context and objectives.*

**Keywords:** Media, television, change, story, audience.

## Giriş

Medya “araya giren, aracı olan” anlamına gelen ve önce gazete ve dergi; sonra radyo ve televizyonun yaygınlaşmasıyla iletişim ile aynı anlamda kullanılan bir kavramdır. Medya, iletişimsel faaliyetlere aracılık eden formları içerir. Radyo, televizyon gibi elektronik iletişim araçlarının yanında iletişimi çeşitli şekillerde sağlayan kâğıt, beyaz tahta, CD-DVD, bir reklam panosu da medya tanımı içinde yer almaktadır. Bu anlamda yazılı, basılı, işitsel ve görsel olarak erişilebilen her türlü araç medyadır. XIX. yüzyılın özellikle ikinci yarısından itibaren medya kültürel değişimleri yaratan en önemli araçtır. Günümüzde medya tarafından şekillendirilmeyen bir kültürden söz edilemez olmuştur.

Teknoloji boş zamanları değerlendirmek/geçirmek yanında iş ve gündelik yaşamı kolaylaştırması/şekillendirmesi bakımından da önemlidir. Teknoloji kendisine uygun yeni yaşam biçimleri meydana getirmiş, ekran kuşağı olarak tanımlanan yeni nesil bir kuşak oluşturmuştur. “... ekranlarda oluşan temsiller sayesinde, kişiler gerçekte varolmadıkları yerlerde temsili olarak varlıklarını sürdürebilmekte, kişilerin varlık durumları yeni teknolojilerin sayesinde gerçeklik bağlamından koparılabilmektedir” (Altunay, 2012: 18). Ekran düşüncenin, bilginin sergileme alanı olmasının yanı sıra bir sanat ortamıdır. Ekran sanat-insan ilişkisine yeni boyutlar katmıştır. Televizyon geniş etki alanına sahip olmasıyla sözlü kültüre oranla daha geniş insana ulaşmasını sağlamış, geleneksel iletişim şekline farklı zaman ve mekânlar oluşturmuştur. Toplumsal yaşamlar, eğlence anlayışları yeniden tanımlanmıştır.

Medya tarafından yeniden üretilen kültür “popüler/kitle/medya kültürü” olarak adlandırılmaktadır. Bu kültür modadan eğlenceye kadar toplumun kültürel öğelerini oluşturur ve medya tarafından yayılır. Popüler kültür “öğrenilen değil, dayatılan kültür”, “teknolojinin ürünü” olması, “çeşitli maddi gücü arkasına alarak topluma sunması” (Geçer, 2015: 32) gibi niteliklerle geleneksel kültürden ayrılır. Popüler toplum edilgen, başkalarının şekillendirdiği, geleneksel-dinsel bağlardan kopuk, kitle iletişim araçlarının yönlendirdiği toplumdur. Uluslararası pazara göre şekillenen popüler kültür, sürekli bir değişim içindedir. Popüler kültürün önemli özelliklerinden biri kâr elde etme düşüncesine dayanmasıdır.

Yatırımcı, popüler kültürü izleyicileri memnun etmek üzere kullanır. Popüler kültür, zaman zaman geleneksel kültür tarafından eleştirilmektedir. Çünkü o, geleneksel halk değerlerini değiştirmekte, insanların duygu ve düşüncelerini törpülemekte, toplumsal kültür öğelerini ve değerlerini aşındırmaktadır (Geçer, 2015: 40). Bu özellikler onu geleneksel olandan uzaklaştırmakta, moderne yaklaştırmaktadır.

Sözlü kültürün önemli geleneklerinden hikâye anlatımı, televizyon tarafından yeniden biçimlendirilen, yeni imaj ve formlarla dönüştürülen kültürel unsurlarından biridir. Bu çalışmada sözlü kültür ortamının geleneksel hikâye anlatıcılarının (şaman, ozan-baksı, âşık, meddah) teknolojik kültür ortamı araçlarından televizyonda yayımlanan dizilerde karşımıza çıkan ardıllarına (medyatik hikâyeciler) dönüşümü incelenecektir. Bu dönüşüm ele alınırken hikâyecilik bağlamında gelenek ile modern çeşitli yönleriyle karşılaştırılacak, elektronik kültürün gelenekleri değiştirici/dönüştürücü niteliği vurgulanacaktır.

### **1. Kitle Kültürünün Değişim/Dönüşüm Aracı: Televizyon**

Televizyonun da içinde yer aldığı kitle iletişim araçları “mekân farklılıklarını ve uzaklıklarını yok ederek öğrenmeyi herkes için mümkün kılan yeni eğitim teknolojilerinin gelişmesini” (Yıldız, 2005: 113) sağlamıştır. Yeni eğitim teknolojileri kitle kültüründe değişimler meydana getirmiştir. Toplumsal hareketlilik hızlanmıştır. Yazılı kültürün düşünme, yorumlama ve sorgulamayı sağlayan özelliği yerini sadece gösterilenlerle yetinmenin bulunduğu televizyona bırakmıştır.

Televizyon sözlü gelenekteki yüz yüze insan iletişimini değiştirmiş, sanal benlikler, sanal kişilikler meydana getirmiştir. Sanal benlik “internet, televizyon ve cep telefonları gibi elektronik araçlarla dünyaya ve diğer insanlara bağlanan kişidir” (Zeybek, 2012: 281). Etkin iletişim araçlarından televizyon, yarattığı yeni yaşam şekilleri ile sanal bir kişilik elde etmekte, bu yeni benlik kişiyi gerçeklerden koparmaktadır. Bununla beraber insanlar kısa ömürlü, gelip geçici birçok şey öğrenmekte; ancak bu bilgi derinlikten uzak, yüzeysel olduğundan gerçek hayatta çok da kullanışlı olamamaktadır. Televizyonla, internetle sanal benliklere dönüşen bireyler derinlemesine düşünme yeteneğini de kaybetmektedir.

Görselliğin ön planda olduğu televizyonda söz, eski gücünü kaybetmiştir. Artık sözlü ve yazılı kültürün uzun tasvirlerine ihtiyaç duyulmamaktadır. Görüntünün egemen olduğu dünyada söz, görsele yenik düşmüştür. Teknolojinin hızlı değişimi televizyon kültürünü hızlandırmış, aksiyona dayalı bir yapı meydana getirmiştir. Televizyonda sözlü gelenek yeniden inşa edilmiştir.

Gösteri çağında görüntü düşüncenin yerini almıştır. Kitap kültüründen ekran kültürüne geçilmiştir. Kitapla yetişenlerle ekranla şekillenenler arasında dünyaya bakış farkları meydana gelmiştir.

“Endüstrileşmeyle bireylerin gittikçe azalan iş saatleri, boş vakitlerini arttırmış, bu da kitle iletişim araçlarına, televizyona yönelmeyi beraberinde getirmiştir” (Aytaç, 2005: 52). Televizyon gerçekleri ekran görüntüsü üzerinden yeniden yaratmaktadır. Kitle iletişim araçları gerçeklik tasarımlarını zaman ve mekândan koparmıştır. Bu durum günümüz toplumlarında zaman ve mekân kavramlarına bakışı da değiştirmiştir. Göze ve kulağa hitap eden televizyon, gerçeği kendine göre yeniden yaratıp aktarmaktadır. Bu gerçeklik insanların bizzat yaşadığı gerçeklerden farklı “sanal gerçeklik”tir. Televizyon temel işlevi olan eğlendirmeyi sağlarken aslında yaptığı toplumsal yönlendirmedir. Artık inanmak için okumak değil, görmek gerekmektedir.

Toplumun özellikle 1990’lı yıllardan itibaren televizyonun etkisiyle yaşama ilişkin bakış açısı değişmeye başlamıştır. Her araç, duygu ve düşünceye yeni bir yönelin kazandırır. Gerçekliğe ait fikirlerimizi yeniden düzenler. “Bir kültür sözlü iletişimden yazıya, basılı yayınlardan televizyon yayınlarına kaydıkça, hakikatle ilgili fikirleri de değişir” (Postman, 2018: 37). Kültürel öğeler bu döneme kadar daha çok geleneksel biçimde görünürken bundan sonra medyanın etkisiyle modern izler taşımaya başlamıştır. Televizyon, kültürlerde köklü ve sessiz dönüşümler gerçekleştirmiştir. Yeni iletişim şekliyle yeni toplumsal bilgi ve düşünce biçimlerini yaratmıştır. Televizyon sözlü gelenekleri bir meta haline getirmiştir. Televizyonda düşünme yerine eğlenmeye heveslendirilen seyirci, artık her geçen gün arttırılan yeni ihtiyaçlarıyla kültür endüstrisinin bir nesnesidir.

Televizyon dokunmayı, konuşmayı, gerçek birliktelikleri ortadan kaldırmış; karşılıklı iletişim yerini ekran üzerinden tek yönlü bilgilendirme ve haber vermeye bırakmıştır. Algılama yeteneklerini etkileyen televizyon, seyircisine düşünme ve yorumlama için zaman bırakmamıştır. Geçer’e göre medya, insanları “aynı davranışları göstermeye, aynı müziği dinlemeye, aynı ideolojik tutumu benimsemeye, aynı giyim tarzını kabullenmeye (moda), aynı ürünleri tüketmeye” (2015: 51) zorlamıştır. Televizyon geleneği kullanırken onu tahrif etmiş, yeniden biçimlendirmiş, yeni kültürel formlar oluşturmuştur.

Televizyonda söylem görsel imajla sunulmaktadır ve sözcüklerden daha çok görüntü önemlidir. Postman (2018: 81-84), söz merkezli kültürdeki düşünce ile görüntü merkezli elektronik ortamdaki düşünce farklılığını anlatırken Richard Nixon’ı, Jimmy Carter’ı, Albert Einstein’ı düşündüğümüzde söylemiş oldukları sözlerden çok onlarla ilgili bir görüntünün, resmin akla geldiğini belirtir. Ama sözlü geleneğe veya basılı geleneğe yetişmiş hukukçular, vaizler, bilimciler söyledikleri veya yazdıkları üzerinden değerlendirilmektedir. Postman bu örneklerle görüntü dünyasının insanı düşünceden uzaklaştırdığını anlatmak ister. Ona göre dünyayı akılla yönetmeye, mantıklı ve geçerli eleştirilerle düzeltmeye uygun tipografi çağı “yorum çağı” iken, günümüzde onun yerini “gösteri

çağı” almıştır. Gösteri çağında, elektronik tekniklerle yeni bir dünya yaratılmıştır. Bu dünya bütünlüğü olmayan, bizden bir şey istemeyen, bizim bir şey yapmamıza olanak tanımayan, kendi içine kapalı ve eğlenceye dayalı bir dünyadır (Postman, 2018: 100). Bu dünyada fikirler arka plana atılmış, gösteri değerleri ön plana çıkarılmıştır.

## **2. Geleneksel Hikâyecilerden Medyatik Hikâyecilere**

Hikâye bir olayın anlatımıdır. Bu olayın olup olmamasının önemi yoktur. Bir konunun bir vaka etrafında hususi bir tarzda anlatılmasıyla oluşan edebi üründür. Bu ürün manzum, mensur veya ikisinin beraber kullanılmasıyla meydana gelebilir. Bu yönüyle mit, destan, efsane, masal, halk hikâyesi gibi türler birer hikâyedir. İlk dönemlerde çevresini anlamlandırmada çeşitli sorunlar yaşayan insanoğlu, hikâyelerini olağanüstü ve kutsal unsurlarla süslemiştir. Zamanla anlatı türlerine göre değişim göstermekle birlikte hikâyelerin içindeki olağanüstü ve kutsal unsurların azaldığı görülür.

İster tamamen hayal ürünü isterse gerçek olduğu iddia olunan olayları anlatsın, her hikâye bir kurguya dayanır. Olayların kurgulanması hikâyeyi tarih veya hatıra olmaktan ayırır. “Bir hikâyenin konusunda önemli olan, olayların gerçek olması değil, okuyucuda gerçeklik duygusu, izlenimi uyandırmasıdır” (Kavruk, 1998: 3). Anlatıcı/yazar bir olay ne kadar gerçekçi olursa olsun kendi duygu, düşünce, bakış açısını olaylara katarak onu yeniden yaratır. Anlatıcı/yazar dış âleminden aldığı unsurlara yeni şekil verir, onları değiştirir/dönüştürür. Hikâyenin dinleyicilere gerçeklik duygusu katmasını halk edebiyatı türlerinde de görmekteyiz. Bir hikâyenin olağanüstülükler taşıması, gerçekliğine, inandırıcılığına zarar vermemektedir. İçinde birçok olağanüstülük taşımasına rağmen mite, destana, efsaneye icra edildiği bağlamlarda inanılmakta; bunlar gerçek kabul edilmektedir. İnanılma unsuru bazı araştırmacılar tarafından (Sakaoğlu, 2003: 2) masal gibi tamamen hayali olarak kabul edilen türlerde dahi görülmektedir.

### **2.1. Geleneksel Hikâyeciler**

Güzel sanatların menşe itibarıyla din ile yakın ilişkisi vardır. Şiir, dans, müziğin ilk şekilleri dinden doğmuş; din ile ilişkileri günümüze kadar devam etmiştir. Uzun müddet şiir, dans ve müzik beraber icra edilirken, belli bir müddet sonra dans bu şekillerden ayrılmış, müzik ile şiirin beraberliği uzun zaman devam etmiştir. Bu türlerde dini etki her geçen gün azalmış, dini olmayan şekillere doğru gelişme yaşanmıştır. İlk sanat ürünleri toplumun ortak malı olarak görülmüş, sosyal sınıfların belirmeye başlamasıyla ferdi sanatkarlar da belirmeye başlamıştır. İlk cemiyetlerde edebiyatın ilk şekli olarak şiir görülmektedir. Bu şiirlerde genellikle ölen kabile reisi veya savaşta kahramanlık gösteren bir savaşçının hikâyesi anlatılmaktadır. İlk şairler söyledikleri sihirli sözlerle kutsal bir kişilik

taşımaktadır. Onlar gaip bilicidir. Bu nitelikleriyle şair; din adamı, büyücü ve hikâye anlatıcısıdır.

Türk kültüründe hikâyecilik geleneği İslamiyet öncesi dönemlere kadar uzanmaktadır. Kaşgarlı Mahmud (2005: 382), Divanü Lugati't-Türk'te "öykü anlatmak ya da taklit etmek" anlamında "ötüg" sözcüğünü kullanır. Kaşgarlı'nın açıklamasında iki unsur dikkat çekmektedir: Biri hikâye anlatma; diğeri benzetmek, taklit etmektir. Türk kültüründe geleneksel hikâye anlatıcılarına bakıldığında şamanlardan ozan-baksılara, âşıklardan meddahlara kadar tüm hikâyecilerin bir yandan hikâyelerini anlatırken diğeri yandan taklide/benzetmeye başvurdukları görülmektedir.

Türkler İslamiyeti kabul etmeden önce, özellikle göçebe Türk topluluklarında, başta şamanlar daha sonraları ozan-baksılar toplum içerisinde farklı görevleriyle birlikte hikâye anlatma görevini üstlenmişlerdir. X. yüzyıldan itibaren Orta Asya'dan Anadolu'ya göç eden Türkler, kendilerine has gelenekleriyle beraber hikâyelerini de getirmişlerdir. Zaman içerisinde sosyal, toplumsal, kültürel değişimlerle şaman, ozan-baksı, âşık, meddah isimlerini alan bu kişiler bir yandan toplumun dini ihtiyaçlarına cevap verirken; diğeri yandan şiir, hikâye, müzik, raks gibi dönemlerinin sanat dallarının temsilcisi olmuşlardır. Bu hikâyeciler taşıdıkları kutsal nitelikleriyle toplumun en saygın gruplarından birini meydana getirmişlerdir.

Köprülü ilk Türk şairleri olarak farklı Türk boylarında "şaman, oyun, kam, bakıcı, baksı, ozan" gibi farklı adlarla anılan sâhir-şairlerden söz eder. Bu kişiler halk arasında büyük itibara sahiptir. Sihirbazlık, rakkaslık, musikişinaslık, hekimlik gibi birçok vasfı üzerlerinde toplayan ilk şairler, semadaki mabutlara kurban sunar, ölünün ruhunu yerin dibine gönderir, cinler tarafından getirilen fenalık, hastalık ve ölümleri önler, hastaları tedavi eder, bazı ölümlerin ruhlarını semaya yollarlardı (Köprülü, 2004: 72). Zamanla Türklerin farklı inanç dairelerine girmeleri sâhir-şairlerin toplumdaki mevkilerini değiştirmiştir. "Halk şâir musikişinasları, hatta hikâyecileri sayabileceğimiz bu baksıların bir kısmı derviştir" (Köprülü, 2004: 79). Bu dervişlerin hayatlarının üzerinden geçen her asır onların hatıralarını halk arasındaki devam ettirmiş, hayatlarını efsaneleştirmiştir. Ahmet Yesevi, Yunus Emre gibi şahsiyetler baksıların İslamleşmiş şekilleridir. Baksılar sonraki dönemlerde farklı muhitlerde "kâtiplik, şairlik, âlimlik, sâhirlik, hekimlik" gibi farklı işler yapmışlardır.

Yakutlarda "oyun, şaman", Oğuzlarda "ozan" adı verilen kişiler de baksı/kamların yaptıklarını yaparlardı. En güzel örneklerinden birini Dede Korkut'ta gördüğümüz ozan, gaipten haber veren baksıdır. Bunlar "Hakan huzurunda, ayinlerde, eline kopuzunu alarak vezinli ve ahenkli bir nesir ile tertip edilmiş esâtirî hikâyeler, kahramanlık destanları terennüm eder; yahut, halk arasında kıssa-hanlık, bakıcılık eyler" (Köprülü, 2004: 82). Ozanlara XV. yüzyıla kadar Anadolu'daki Türk beylerinin saraylarında da

rastlanmaktadır. Bu dönemden sonra halk arasında âşık ve meddahlar, tekkelerde mutasavvıflar ozanların yerini almıştır.

Birtakım kutsal niteliklere sahip olan şairler önce dini törenlerde sihirli, herkesin anlamadığı şiir ve hikâyeler anlatmış; şeylan, sığır ve yuğ törenlerinde önemli yer teşkil etmişlerdir. Ozanlar/kamlar şeylan adlı eğlencelerde, sığır adı verilen av törenlerinde ve ölen kişi için düzenlenen yuğ törenlerinde hükümdarın, eski kahramanların ve ölen kişilerin hikâyelerini okumuşlardır. Şeylanlarda kasideler, sığırlarda destanlar, yuğlarda sagular/mersiyeler dini bir neşve içerisinde anlatılmıştır. Bu törenlerde nazım şeklinde ve kopuz eşliğinde anlatılan kahramanlık ve cengâverlik konulu destanları/hikâyeleri dinleyiciler büyük bir heyecanla dinlemişlerdir.<sup>1</sup>

Her milletin kendisine mahsus bir müzik aleti vardır. En eski Türk baksı/kamlarının hikâyelerini anlatırken kullandıkları milli musiki aleti kopuzdu. Kopuza çeşitli zamanlarda, farklı Türk topluluklarında rastlanılmıştır. İlk Türk hikâyeciler anlattıkları manzum veya mensur hikâyeleriyle beraber hem kapuz çalar hem de raks ederlerdi. Bir gösteri şeklinde devam eden bu anlatılarda hikâyeci kendinden geçer, zaman zaman etrafındakileri korkutucu hareketler yapardı. Dönemin hikâyecileri olan ozanlar anlattıkları olayları gerçekte olduğu gibi bırakmamış, onları halkın muhayyilesine göre yeniden şekillendirmiştir. Ozanlar ellerinde kopuzlarıyla göçebe hayat tarzının hikâye/destan anlatıcısıdır.

Ozan-baksılar hayatın her türlü olayını anlatmışlardır. Bu konular arasında sosyal hayatta dikkat edilmesi gereken düsturlar, ahlaki parçalar da bulunmaktaydı. Ozanların özellikle Oğuzlar arasında pek ehemmiyetli mevkileri vardı. Bunlar ellerinde kopuzlarıyla ilden ile gezer, çeşitli eğlencelere katılır, hem eski döneme ait hem de günlük hadiselerle ilgili hikâyeler anlatırlardı. Bunlar bulunduğu topluluk içinde yarı-kutsi niteliğe haizdi. Sosyal ve kültürel gelişmeler neticesinde ozanlar eski kutsallıklarını kaybederek XV. asırdan itibaren yerlerini Anadolu ve Azeri sahalarında âşıklara, Türkmen sahasında baksılara bırakmışlardır. Baksıların bir bölümü dervişti. Baksılar Türkmen kabilelerinde özellikle uzun kış gecelerinde saz eşliğinde koşuk okumuş, Köroğlu, Ahmed ile Yusuf gibi halk hikâyelerini anlatmışlardır (Köprülü, 2004: 147).

XVI. yüzyıldan itibaren görülmeye başlanan âşıklar (Günay, 2005: 54) bu dönemden sonra toplumun en önemli hikâyeci grubunu oluşturmaktadır. Âşıklar tarafından anlatılan hikâyeler çoğu zaman bir gecede bitmez. Âşık Müdâmi dedesi Posoflu Süleyman'ın Kerem hikâyesini 40 gecede anlattığını söyler (Boratav, 2002: 130). Âşık hikâyesini anlatırken kendisini hikâyenin bir parçası haline getirir, olaylara göre bir aktör gibi davranır. Âşıklar da kutsal olarak görülmüş, esin kaynaklarının

<sup>1</sup> Türk edebiyatının menşei için bk. (Köprülü, 2004: 65-128).

kutsal olduğuna inanılmıştır. Örneğin Âşık Müdâmi ruhsal bozuklukları olan hastaları iyileştirmek için çeşitli köylere çağrılmıştır (Nutku, 1997: 15). Bu durum şamanlık inancının İslam kültürü içerisindeki uzantılarından biridir. Şamanların söyledikleri büyülü sözlerle, okudukları şiirlerle, anlattıkları hikâyelerle hastaları iyileştirdikleri, dinleyicileri rahatlattıkları görülmektedir. Kadınlar arasında da çeşitli halk hikâyeleri anlatılmıştır (Boratav, 2002: 118).

Meddahlar ise XV. yüzyıldan sonra âşıkların yanında diğer önemli hikâyeci grubunu oluşturmuştur. Kahvelerden saraylara kadar her zümre ve seviyede insanlara hitap etmiş, hikâyelerini çeşitli taklit ve nüktelerle süsleyerek anlatmışlardır. Arapların “kussas”, Acemlerin “kıssa-hân” adını verdikleri meddahlar, ilk devirlerde konularını münacaat, naat gibi dini mevzulardan almışlardır. Daha sonra din dışı konularla meşgul olmuş ve günlük yerli hadiseleri hikâyeye etmişlerdir (Köprülü, 2004: 322). Kısahanlar konularını çoğunlukla eski Türk geleneğinden, İslam tarihinden ve İran ananesinden almışlardır. Meddahlar XV. asırdan itibaren her yerde görülmeye başlanmış, şehir ve kasabalarda halk hikâyeciliğini bu zümre teşkil etmiştir.

Meddah hikâyeleri Türk toplumunun sanat hayatının en canlı parçalarından birini oluşturmuştur. Türk toplumunda meddah hikâyeleri iki kaynaktan gelişmiştir. Birincisi Orta Asya kaynaklı olup şamanizmden ozanlara/baksılara uzanan din-dışı; ikincisi de İslam kültürü etrafında şekillenen dini kökendir (Nutku, 1997: 18). Meddah gerçekçi bir hikâyecidir. O, şive taklitleri, canlı konuşmalar, dramatizasyonla günlük hayatı anlatan mizah ustasıdır. Başarısı hikâyesini inandırıcı biçimde anlatmasına bağlıdır. Seyircilerle/dinleyicilerle sıkı bir etkileşim içinde olması, onların tepkilerine göre hikâyesini şekillendirmesi onunla âşık arasındaki ortak niteliktir. Her kesimden izleyiciler tarafından dinlenmeleri, seyircilerin gösteri esnasında karışık, yan yana oturmaları onları yabancı kültürlerdeki hikâyeye anlatıcılarından ayırmaktadır.

Âşıklar tarafından anlatılan hikâyeler daha çok köy çevrelerinde yayılmasına karşılık, meddah hikâyeleri şehirlerde esnaf, tüccar, memur kesimi ile sarayda ve zengin konaklarında gelişmiştir (Boratav, 1999: 68). Meddah, anlattığı hikâyeye göre seyircileri coşturur, onlarda merak, üzüntü, acıma hislerini uyandırır; hikâyeye kahramanları ile seyirciler arasında bir duygudaşlık bağı, özdeşleşme kurar (And, 2006: 4). Gerçek (2006: 19), meddahlığın şarka münhasır olmasının en büyük sebebi olarak şarklıların fitraten sahip oldukları dinleme kabiliyetleri olduğunu ifade eder. Ona göre garp dinlemeyi değil, konuşmayı sever. Garpta herkes söyler, dinleyen pek az kimse vardır. Şarklıların dinleme meziyeti meddah tipli sanatkârların çoğalmasını ve saygı duyulan kişiler olmalarını sağlamıştır. Televizyon dizilerinde ortaya çıkan medyatik hikâyecilerin halk tarafından beğenilmesinin nedenlerinden biri de şarklıların dinleme alışkanlıkları olmalıdır.



## 2.2. Medyatik Hikâyeciler

Medyanın etkisiyle geleneksel bağlamların değiştiği görülmektedir. Bunlardan biri “değişim dinamikleri ile gelenekteki, gelenek üreticisi/anlatım ve gösterim aktörü/âşık tipindeki, ortamındaki, ürünündeki, tüketici tipindeki değişimlerdir” (Özdemir, 2012: 327). Eskiden şaman/ozan/âşık/meddah tarafından yürütülen haber verme, bilgilendirme işlevleri artık medya tarafından yapılmaktadır. Toplumun yanı sıra günümüz âşık ve meddahları da kitle iletişim araçlarıyla insanları, çevresini, dünyayı tanımakta, yorumlamaktadır. Geleneksel hikâyeci daha etkili ve renkli, zaman ve mekâna bağlı olmayan, teknolojik gelişmeler sonucunda etkili gösteriler sunabilen rakiplerle mücadele etmek zorunda kalmıştır.

Televizyon, olayların aktarımı ve sahnelenmesi yoluyla iletişimi sağlamaktadır. Georg Gebner televizyonu günümüzün egemen medyası olarak değerlendirirken, onu haber verme, anlatma ve oyun oynama işlevlerini yerine getiren “modern hikâyeye anlatıcı” olarak adlandırır (Gebner’den akt. Aytaç, 2005: 52). Geleneksel sanatların durağan dünyası televizyon gibi teknolojik araçlarla gücünü hareketlilikten almaktadır. Hareketlilik ve hızlı zaman/mekân akışları sözlü geleneğin etkin öznesi olan kişileri pasif birer nesne haline getirmektedir.

Bir taraftan gelenek ustalar tarafından yaratılırken, diğer taraftan onları yönlendirmektedir. Gelenek ustası geleneği yeni bağlamına aktarır, bu aktarım esnasında onu yeniden yaratır. Her gelenek kendisinin varlığını devam ettirecek ustalar yaratır ve bunlar tarafından yaratılır. “Türk sözlü kültürünün yakın dönemdeki temel aktörleri, şaman ve ozan-baksıların ardılları olan âşıklardır” (Özdemir, 2012: 352). İkincil sözlü kültür döneminin aktörleri ise kitle iletişim araçları tarafından şekillendirilen popüler kişilerdir. Medya genelde kültür özelde geleneksel hikâyeci tipini dönüştüren temel araçlardan biridir. Sözlü kültür ortamının gelenekleri tüketim ürününe dönüştürülmüştür. Sözlü kültürün temel anlatıcı aktörleri, teknolojik araçlar tarafından şekillendirilen medyatik hikâyecilere dönüşmüşlerdir.

Medya metinlerinin her biri birer üründür. Bu ürün başkaları tarafından üretilip bitmiş biçimde bizlere sunulmaktadır. Örneğin bir televizyon dizisi, izleyicisinin karşısına çıkmadan önce televizyon kanalları, reklam verenler, izleyici beklentilerinin uzlaşımına göre yeni bir ürün olarak ortaya çıkmaktadır. Bu ürün, kültür endüstrisini doğurmuştur. Kültür böylece bir seri üretim alanına dönüşmüş, ticari mantık içinde üretilip pazarlanmaya sunulmuştur. Televizyon programları bireysel ifade araçları veya sanatsal faaliyetten çok tüketilecek birer mal olarak görülmektedir. Kültür ürünleri birer tüketim nesnesi haline gelmiştir. “Televizyon endüstrisi ürünleri arasında denenip kabul görenlerin kısa sürede benzerleri türer; dönem dönem yükselişe geçen programlar (diziler,

yarışmalar, sohbet programları, reality şovlar vb.) ticari potansiyellerini korudukları sürece var olurlar” (Taş, 2017: 96).

Sözlü kültürün türleri televizyonda farklılaşmış, birçok türü içinde barındıran yapımlar meydana gelmiştir. Televizyon yeni kahraman ve bilge tiplerini yaratmıştır. Benzer biçimde televizyon sözlü geleneğin hikâye anlatıcıları yerine yeni hikâyeci tipini üretmiştir. Televizyonun yarattığı yeni kahraman, bilge veya hikâyeci tipi çoğulcu, her beğeniye uygun birer tipe dönüştürülmüştür. Televizyon aynı zamanda toplum içerisinde yok olmaya yüz tutmuş geleneklerin dirildiği bir alan olmuştur. Gelenekler izler kitlenin istekleri doğrultusunda, çeşitli değişiklikler yapılarak yayımlanmıştır. Televizyon geleneksel kültüre dayanmakta; ancak kendisine ait yeni ürün yaratmaktadır.

Televizyon programları arasında son dönemlerde en çok görülen türlerden biri televizyon dizileridir. Diziler, radyonun “arkası yarın” türü programlarının devamı niteliğindedir. Radyodaki yöntem biçim ve bağlam değişikliğiyle televizyonda devam etmiştir. Televizyon dizileri farklı biçimlerle meydana getirilir. Bu biçimlerden biri de “devamı var” tarzı dizilerdir. Bu tür diziler anlatılan olayın çok bölümlülüğüne ve devamına dayanır. Uzun süreli bir yayına dayanan; ancak günün birinde sona erecek olan diziler bu gruba girer. Bölümler birbirleriyle bağlantılıdır. Bir bölümün sonunda yüksek bir gerilim yaratılır, bu noktada dizi bitirilerek seyircide merak uyandırılır. Seyirci heyecanla olayın nasıl biteceğini görmek için bir sonraki bölümü bekleyecektir (Aytaç, 2005: 139). Tüm dizi şekillerinin ortak amacı seyircide bir sonraki bölümü izlemeye yönelik merak uyandırmaktır. Televizyon dizileri “içindeki karakterlerin davranışlarıyla, onların yaşama bakış açıları, eğlenceleri ve hüznleriyle yeni bir yaşam biçimini izleyicisine sunabilmekte; var olan kültürün yeniden şekillenmesine yol açabilmekte ve kullanılan dil itibarıyla yeni bir konuşma, iletişim şekli oluşturabilmektedir” (Geçer, 2015: 19).

Diziler sözlü kültür ortamının destan, masal, halk hikâyesi, efsanelerinin yeni bağlama taşınarak yeniden oluşturulmuş, içine güncel yorumların eklendiği, farklı türlerin sentezinden meydana getirilen ardıllarıdır. Özdemir (2012: 340), “Aşkına Eşkiya, Deli Yürek, Kurtlar Vadisi, Aşka Sürgün, Karaoğlan” gibi dizileri âşıkların eşkiya hikâyelerinin elektronik ortamdaki devamları olarak görülebileceğini ifade eder. Bunun yanında “Bizimkiler, Bizim Mahalle, Ekmek Teknesi, Mahallenin Muhtarları, Çiçek Taksi” gibi diziler meddah, âşık gibi sözlü kültür aktörlerinin anlatım sahnelerini çeşitli şekillerde halka sunmuşlardır. Yaşamı sözlü biçimde dile getiren geleneksel türler, yerini işitsel-görsel unsurların birlikte kullanıldığı elektronik ürünlere bırakmıştır. Her dizi yaşamın farklı bir sahnesini eskiye oranla çok daha geniş bir izleyici kitlesine yansıtmaktadır. İnsanlar izlediği dizi kahramanıyla kendilerini özdeşleştirmektedir. Dizi karakterlerini yaşamlarının bir parçası haline getirmektedir. Diziler insanlara çeşitli modeller sunmaktadır. Ekmek Teknesi’nin Nusrettin

Baba'sı, Heredot Cevdet'i; Kurtlar Vadisi'nin Polat'ı, Ömer Baba'sı, Deli Hikmet'i; Deliyürek'in Yusuf'u, Kuşçu'su; Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz'ın Hızır'ı, Şahin Ağa'sı; Yunus Emre Aşkın Yolculuğu'nun Tapduk Emre'si, Yunus'u; Diriliş Ertuğrul'un Ertuğrul'u, Deli Demir'i sunulan modellerden bir kaçıdır.

Televizyon dizilerinde modern hikâyecilere de rastlanmaktadır. Bu kişilerin ortak nitelikleri Dede Korkut misali hem bilge hem de hikâye anlatıcısı olmalarıdır. Oynadıkları diziler içerisinde kilit rolü üstlenen bu kişiler, olayların gelişimini etkileyen birer gizli kahraman, başaktörün yumuşak yüzü, bilge yanıdır. Ekmek Teknesi'nin Heredot Cevdet (Hasan Kaçan)'i, Kurtlar Vadisi'nin Ömer Baba (Emin Olcay)'sı, Deli Yürek'in Kuşçu (Emin Gürsoy)'su, Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz'ın Şahin Ağa (Turgay Tanülkü)'sı, Yunus Emre Aşkın Yolculuğu'nun Tapduk Emre (Payidar Tüfekçioğlu)'si, Diriliş Ertuğrul'un Deli Demir (Mehmet Çevik)'i ile İbni Arabi (Osman Soykut)'si geleneksel hikâye anlatıcıları ozanbaksı/âşık/meddahların ardılları olarak dizilerde karşımıza çıkan "medyatik hikâyeci" tipleridir. Medyatik hikâyeciler manevi kişilikleriyle öne çıkarken rol aldıkları dizilerin başaktörlerine yol gösteren, kahramanlık yolculuklarında en büyük destekçileridir. Görünüşleriyle sıradan, üstlendikleri rollerle dizideki tüm olayların yönünü değiştiren örnek tiplerdir. Kahraman veya yardımcılarının sıkıştıklarında ilk uğradıkları kişilerdir. Dizide yer alan diğer kişileri eğitir gibi görünürken aslında televizyon ekranlarının başındaki milyonlarca izleyiciye hayatın gerçek anlamını anlatmaya çalışmaktadırlar.

Televizyon dizilerinin önemli hikâyecilerinden biri Ekmek Teknesi'nin Heredot Cevdet'idir. Özdemir (2012: 314)'e göre Heredot Cevdet "meddahın çağdaş ve başarılı bir yorumu"dur. Heredot Cevdet, Heredot (MÖ 484-420) ve Ahmet Cevdet Paşa (1822-1895) gibi yazılı tarihin iki önemli kişisi ile sözlü kültürün anlatım ve gösteri sanatçıları meddah ve hikâyeci âşığın bir araya getirilmesiyle meydana getirilmiş bir karakterdir. Heredot Cevdet "Selamün aleyküm, kahve milletinin insanları!" hitabı ile kahveye girerken "kahve halkı" onu ayakta karşılamaktadır. "Taarruz keçisi" "çayları patlatırken", "kahve milletinin insanları" hikâyecinin "yamacına yaklaşır". Heredot Cevdet hikâyesini büyük bir heyecanla anlatır, yeri geldiğinde bir meddah gibi ayağa kalkar, hikâyesine uygun taklitler yapar. Anlattığı hikâyelerin hiçbiri geleneksel biçimleriyle kalmaz. O, halk tarafından çok iyi bilinen hikâyeleri güncelleyerek yeniden yaratır. Heredot Cevdet'i diğer medyatik hikâyecilerden ayıran en önemli niteliği de geleneksel hikâyeleri yeniden kurgulamadaki başarısıdır.

Kurtlar Vadisi'nin Ömer Baba'sı ise dingin, müşfik ve bilge bir insandır. Emekli bir cami imamıdır. Yaşadığı her türlü olumsuzluğu hoşgörü ve teslimiyetle kabul eder. İnsanları iyiye, güzele, doğruya davet eder. Dizinin ana karakteri Polat'ın aldığı her önemli kararın arkasında o vardır. Ömer Baba, geleneksel hayat biçimini temsil eden, mütedeyyin bir

kişidir. Ömer Baba, dizinin başaktörü Polat'ın yumuşak yüzüdür. Ebru sanatıyla ilgilendiği küçük bir antikacı dükkânı vardır. Dükkân etrafı sedirle kaplı bir köy odasını andırmaktadır. Antikalarla kaplıdır. Baş sığışan herkes buraya gelir. Ömer Baba'nın üflediği ney, hikâyelerinde anlattığı sırrın ifadesidir.

Deliyürek dizisinin bilge ve hikâyecisi ise Kuşçu'dur. Kuşçu, bir binanın damında derme çatma bir kulübede yaşar. Bu küçük kulübe muhabbet etmek isteyenlerin aklına gelen ilk yerdir. Her zaman semaverde demlediği çayı vardır. Misafirlerine ikram ettiği tek şey de bu çaydır. Burada türkü söyler, şiir okur, hikâye anlatır. Kuşçunun küçük kulübesi bir okuldur, gelen dersini alır döner.

Şahin Ağa ise Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisinin bilge hikâyecisidir. O, ömrünün neredeyse yarısını hapiste geçirmiş eski usul bir adamdır. Uzun süre yaşadığı hapis hane hayatına alışmış olan Şahin Ağa, dışarıdaki düzene ayak uydurmakta zorlanmaktadır. O, şahsına münhasır kişiliğiyle asla birilerinin adamı olamayacak bir karakterdir. En yakın dostunun aleyhinde dahi olsa adaletten hiçbir zaman ayrılmaz. Eşiyle beraber aklını da kaybedip hastaneye düşen dostunu (Tipi karakteri) sağlığına kavuştururken bir şamanı, Korkut Ata'yı hatırlatır. Eski otoritesi hiç sarsılmayan, etrafı tarafından sevilip sayılan, sözü kanun olarak bilinen biridir.

Yunus Emre dizisinin Tapduk Emre'si ise ümmi bir şeyhtir. Sivrihisar'da tekkesi vardır, burada müritler yetiştirmektedir. Kendisine has bir irşad tekniği vardır. Yaşadığı buhranlı dönemin insanlarına hakikatleri anlatan tasavvuf erbabıdır. Halkın içinde yaşayan bir Hak dostudur. Tapduk Emre'nin tekkesi ahillerle, dertlilerle, düşkünlerle, yolda kalanlarla, muhtaçlarla dolup taşar. Müritlerine başında sarığı, üzerinde hırkası ile tasavvufi düşüncelerle süslü dinî-ahlaki hikâyeler anlatır.

Diriliş Ertuğrul dizisinin Deli Demir'i ise Kayı obasında herkesin saygı duyduğu bir demircidir. Deli Demir tesadüfen seçilmiş bir karakter değildir. Bilindiği üzere demir, Türklerde ulu ve kutsal sayılmış; demircilere büyük saygı duyulmuştur. Türkler demire "kök-temür" yani "gök demir" demişlerdir. Demir kutsal olduğundan kılıca yemin edilmiştir. Yakutlarda demirci aynı zamanda bir şaman ve sihirbazdır. Buryatlarda demircinin hep ateşle beraber olması, onunla çalışmasından dolayı hem ona saygı duyulmuş hem de ondan korkulmuştur. Türk, Çin ve Arap kaynaklarında Türklerin atalarının demirci olduğundan söz edilmektedir. Demircilik Türklerin şerefli sanatı sayılmıştır. Demir de mukaddes bir madendir. Kırgız-Kazaklar demirden kötü ruhların kaçtıklarına inanmışlardır (Ögel, 1998: 67-69; İnan, 1998: 229-231). Demir, Türklerin yerleşik hayat sürdüren topluluklar üzerinde hâkimiyet kurmalarını sağlayan madendir. Altaylılar çok mahir demirci olarak tanınmışlardır. Asya Hunları atın sürati ve demirin vurucu gücü sayesinde geniş sahalara hükmedebilmişlerdir.

Demircilik Türklerin savaşçılık kabiliyetini güçlendirmiştir (Kafesoğlu, 2012: 215-216). Deli Demirci, bu inancın medyada görünümüdür. O, Kayı boyuna keskin kılıçlar yapar. Açık sözlü ve korkusuzdur. Oğuz Kağan, Kürşad, Hz. Ali, Malazgirt gibi Türk-İslam tarihinin kahramanlarını / kahramanlıklarını anlatırken “atın ayağı tez, ozanın dili çevik olur” atalarsözünce lafı fazla uzatmaz, olayları âdeta yaşayarak anlatır.

Diriliş Ertuğrul’un diğer hikâye anlatan karakterlerinden İbn-i Arabi, Yunus Emre dizisinin Tapduk Emre’siyle benzer nitelikler taşır. O da Tapduk Emre gibi bir şeyhtir ve dini-tasavvufi hikâyeler anlatır. Kuruluş dönemindeki sancılar sırasında Ertuğrul Bey ve arkadaşlarına manevi yönden yol gösterir, yardım eder. Onları manevi kudreti ile destekler. Ertuğrul ve arkadaşlarının zor zamanlarında gönüllerini ferahlatır, gerçek manada onları diriltir ve kendine getirir. Bu niteliğiyle dirilişin mimarlarından biridir.

Geçmiş dönemlerde şaman/ozan-baksı/meddah/âşık gibi geleneksel anlatıcıların toplum içerisinde gördüğü saygıyı dizilerdeki hikâyeciler de görmektedir. Herodot Cevdet “âlemin kralı”dır. Ömer Baba, Tapduk Emre, İbni Arabi dini nitelikleriyle, Şahin “ağa”lığıyla kendisine saygı duyulan, sözü dinlenen, aksine hareket edildiğinde çeşitli problemlerle karşılaşılacak kutsal niteliklere sahip kişilerdir. Bu kişiler olgunluk yaşına gelmiş, ağarmış saçları ve sakalları, hikmetli konuşmaları, insanlara yol göstermelerleriyle sözlü kültürün bilge tiplerinin elektronik kültürdeki temsilcileridir.

Gelenek mekânlarının değişimi, hikâyecilik geleneğini dönüştüren en önemli etkenlerden biridir. Mekân ve insan karşılıklı olarak birbirini değiştirir/dönüştürür. Her zaman/mekân kendisine ait kültürel bir gelenek yaratır. Teknolojik gelişmeler de yeni kültürel mekânlar yaratmıştır. Televizyon dizilerinde öncelikle hikâyecilerin icra mekânı değişmiştir. Geleneksel hikâye anlatım mekânları olan kahvehane, köy odası, köy meydanı, düğün gibi mekânlar yerini elektronik kültür mekânlarına bırakmıştır. Hikâyeci, katılımcı izleyicilerin de etkin biçimde yer aldığı saygın konumundan televizyon programları için özel olarak düzenlenmiş, programların formatına uydurulmuş, çoğu zaman yapay mekânlara taşınmıştır. Hikâyeciler kendilerini var eden mekânlardan, varlıklarını devam ettirmek için oluşturan elektronik kültür mekânlarına oturtulmuştur.

Medyatik hikâyecilerden Herodot Cevdet, sözlü kültürün meddah ve âşıklarının önemli icra mekânlarından mahalle kahvehanesinde farklı zaman ve mekânlara ait hikâyeleri, içine günlük olayları katıp daha da heyecanlı hale getirerek meraklı erkek mahalleliden oluşan izleyici kitlesine anlatır. Dizilerdeki hikâyecilerin hikâyelerini sözlü kültürün geleneksel icra mekânlarını andıran mekânlarda anlattıkları görülmektedir. Çoğunlukla, Ömer Baba hikâyesini ebru yaptığı, ney üflediği antikacı dükkânında; Kuşçu küçük kulübesinde; Tapduk Emre ve İbn Arabi

tekkesinde; Deli Demir otağında anlatmaktadır. Elektronik kültür ortamında kurgulanan/oluşturulan bu mekânlar, geleneksel hikâye anlatım mekânlarını hatırlatmaktadır.

Elektronik kültürün hikâyecileri kalıplaşmış sözleri kullanmalarıyla da sözlü kültürün hikâye anlatıcılarını hatırlatmaktadır. Görselliğin etkin biçimde kullanıldığı televizyon dizilerinde sözün gücünden yararlanılmasına rağmen, bu güç çoğu zaman görüntünün/fon müziğinin gölgesinde kalmıştır. Örneğin Heredot Cevdet, üzerinde apoletli uzun siyah pardösüsüyle kahvehanede tüm mahalleliyi etrafına toplayıp önündeki çayı yudumlarken çoğunlukla “Kardeşlerim!” hitabıyla hikâyesine başlamaktadır. O, güzeli “yüzüne bakmaya doyamayacağın cillop gibi manita, sapsarı buğday saçlarıyla kıpkırmızı domates yanaklarıyla kocaman zeytin gözleriyle kınalı elleri keklük ayaklarıyla nar tanesi nur tanesi babacığının bir tanesi” şeklinde kalıp ifadelerle tasvir etmektedir. O, “bulduklarında yiyip bulmadıklarında şükretmek, anasını ağlatmak, dünyaya eyvallah demek, kabrinde ense yapmak, tüyleri diken diken eylemek, zevkin sefanın dibine vurmak, birinin elinden tutmak, ekmek mushaf çarpmak, işte hendek işte deve, tohumuna para saymak, kulaklarını dört açmak, yedi düvelin diline sakız olmak, gözünün ferî sönmek...” gibi kalıp ifadelere sıkça başvururken; “manita, lavuk, gebermek, diklenmek, tırsmak, bulaşık...” benzeri argo sözcükleri de kullanmaktadır. Benzer biçimde Deli Demir, Malazgirt Savaşı’nı anlatırken hikâyesine “Bu hikâyenin azı var çoğu yok, doğrusu var yalanı yok, adı hikâye kendi gerçek, bundan yıllar yıllar önce, sıcak mı sıcak bir ağustos gününde...” şeklinde başlaması veya Kürşad hikâyesini “Allah bizi hiçbir zaman ezansız, sancaksız, devletsiz eylesin; bu millete esaret yüzü göstermesin!” duasıyla bitirmesi geleneksel hikâyecilerin anlatım biçiminin birer devamıdır.

Geleneksel hikâyecileri, modern hikâyecilere yaklaştıran bir nitelik de giyim-kuşamlarıdır. Her hikâyeci yaşadığı dönemin ve çevrenin gündelik giyim-kuşamını kullanmıştır. Ozan-baksı, âşık, meddahların her biri günlük kıyafetleriyle izleyiciler karşısına çıkmışlardır. Dizilerde rol alan hikâyecilerin de yaşadıkları zaman ve çevreye, gündelik halk giyim-kuşamına uygun biçimde kıyafetler giydikleri görülmektedir.

Televizyon programlarının türü ne olursa olsun müzikal bir tema her zaman yer almaktadır. Bu durum haber, belgesel türleri gibi ciddi olarak görülen programlarda dahi bulunmaktadır. Müziğin bir haber programına dahi konmasının nedeni basittir: “Eğlenceye uygun bir ruh hali yaratıp bir leitmotif sunmak” (Postman, 2018: 129). Buna göre televizyonda müzik, izleyicileri yaşamın hakikatlerinden televizyonun eğlence dünyasına götürmek için bir araç olarak kullanılmaktadır.

Türk toplumunda söz, ezgi ile birlikte daha etkili hale getirilmiştir. Şamanlıktan meddahlığa kadar tüm hikâye anlatıcıların en belirgin

özelliklerinden biri, bir müzik aletini (kopuz, saz veya başka bir müzik aleti) çalarak hikâyelerini anlatmalarındır. Örneğin âşıklık geleneğinde “şiiirlerin belli bir ezgi ile dinleyiciye aktarılma mecburiyeti, âşıkların saz çalmayı öğrenmelerini de zorunlu kılmıştır” (Düzgün, 2006: 193). Âşıkların içinde saz çalmasını bilmeyenler de vardı; ancak saz çalmasını bilenler her zaman bilmeyenlerden üstün görülmüştür. Hikâyeciliğin yanında taklidin de çok önemli olduğu meddahlıkta, meddahın elinde bulunan değnek müzik aletinin yerini tutmuş; bazen de meddah bir müzisyenle birlikte sahneye çıkmıştır. Bu özellikler televizyon dizilerinde şekil değiştirerek devam ettirilmiştir. Elektronik kültürde geleneksel hikâyecilerin kendileri tarafından çalışan enstrümanın yerini fon müzik almıştır. Modern hikâyecilerin hikâye anlatımları esnasında fon müziğinden etkili biçimde yararlanılmaktadır. Heredot Cevdet, Kuşçu gibi medyatik hikâyeciler dizinin bazı bölümlerinde ezgisiyle beraber bazı şarkılar/türküler okur. Geleneksel kültür ortamının saz ve söz ustaları elektronik ortamda yeniden kurgulanmıştır.

Modern dönemin hikâyecileri sözlü geleneğin anlatı temsilcilerine benzer biçimde jest ve mimiklerini, beden dillerini, ses tonunu ustalıklı kullanmakta; anlatım ve gösterileriyle dinleyici kitlesini etkilemektedir. Bu hikâyeler görünürde dizinin diğer karakterlerini heyecanlandırdığı gibi görünmekle beraber aslında sihirli kutunun karşısında bulunan milyonlarca kişiyi büyüdü camın dünyasına çekmektedir. Medyada görsellik, işitselliğin önüne geçmiştir. Ne söylediğinizden ziyade nasıl görüldüğünüzün ön planda yer aldığı medya (televizyon); sözün, jest ve mimiklerin/görüntünün arkasında kalmasına sebep olmuştur.

Elektronik dönemin hikâyecilerinin anlatıları çok değişik konuları içermektedir. Kahramanlık, aşk, din, mitoloji, tarih gibi birçok konu hikâye formatı içinde izleyicilere sunulmaktadır. Geçmişe ait hikâyeler anlatılırken Heredot Cevdet örneğinde görüldüğü gibi güncel yorumlarla yeniden yaratılmaktadır. “Hz. Hamza, Hz. Süleyman, Büyük İskender, Şeyh Şamil, İstanbul’un Fethi, Âdem ile Havva, Muhammed Ali, Çanakkale Şehitleri, Hezarfen Ahmet Çelebi, Yusuf ile Züleyha, Hızır, Hz. Ömer, Hz. İbrahim, Bayezid-i Bistami, Hz. Eyüp” gibi kişilerin/konuların geleneksel formlarından zaman zaman uzaklaştırılarak güncel biçimde yeniden yorumlanması/kurgulanması, izler kitlenin dikkatini dizi üzerinde daha çok yoğunlaştırmaktadır. Modern hikâyeciyi geleneksel olana yaklaştıran bir nitelik de sürekli değişen gündeme göre anlatım ve gösterilerinin değişmesidir. Ozan-baksı, âşık veya meddahın yeni konular bulmaları, hikâyelerinde kültüre bağlı değişiklikler meydana getirmeleri medyatik hikâyecilerin yaptıklarından farklı değildi.

Geleneksel hikâyeciler anlatılarını bazen bir gecede bazen de birkaç geceye yayarak anlatmışlardır. Dizilere bakıldığından ise genellikle kısa hikâyelerin dizinin belli bir sahnesinde kısa sürede anlatılıp tamamlandığı görülür. Dizinin birçok bölümünde olayların akışı, aksiyon, gerilim

unsurlarına bağlı olarak hikâyeler anlatılmaktadır. Bu durum birinci sözlü kültürde destancıların kırk geceye kadar varan, hikâyecilerin birkaç gece anlattığı; yazılı kültürde gazetelerde dizi halinde tefrika edilen hikâye/roman geleneğinden uzaklaşıldığını göstermektedir.

Dizilerde süre oldukça önemlidir. “Ses-görüntü kayıt ve yayım teknolojilerinin kullanıldığı ortamlarda, zamanın ekonomik bir değeri vardır” (Özdemir, 2012: 348). Senarist kendileri için ayrılan süreyi etkin biçimde kullanmak zorundadır. Sözlü kültür ortamının geniş zaman anlayışı, elektronik kültürde sınırlamalar getirmiştir. Geleneksel ortamlarda saatlerce veya bazen birkaç gece süren hikâye anlatımı hikâyeciye anlatım serbestliğini getirirken; dizilerde birkaç dakikaya sığdırılmaya çalışılan, dizideki olaylara bağlı çeşitli kısa hikâyeler, hikâyecinin yeteneğini ortaya koymasını engellemektedir. Dizilerin kendisi genel itibariyle hikâye anlatımıdır. Dizilerin içindeki belli karakterler tarafından anlatılan çoğunlukla 5-10 dakikalık kısa hikâyeler, program içerisinde küçük bir yer tutmaktadır. Geleneksel hikâyeci, kendisinin ve bağlamın etkili biçimde bu süreyi belirlediği daha geniş bir zaman dilimini kullanmıştır. Ancak televizyon dizilerinde karşımıza çıkan hikâyeciler, sözlü kültür ortamına nazaran, son derece sınırlı zaman içerisinde anlatılarını sunmaktadır.

Geleneksel hikâyecileri elektronik ortamın aktörlerinden ayıran başka bir özellik de doğaçlamadır. Şamandan meddaha uzanan çizgide hikâye anlatan kişiler anlatılarını belli bir metne bağlı kalmadan, ezberlemeden, doğaçlama olarak anlatmışlardır. Bu nitelik hikâyelerin her anlatışta farklı bir formunun (versiyon-varyant) ortaya çıkmasını sağlamıştır. Sözlü gelenekte her icra yeni bir yaratımdır. Ancak elektronik kültürün hikâyecileri önceden belirlenmiş metinleri ezberleyerek anlatmaktadır. Senaryonun dışına çıkmayan hikâyeci, yaratıcı olmaktan çok nakleden bir oyuncudur. Hazırlıklı anlatım ve gösterim, yeni hikâyeci tipini gelenekten uzaklaştırmıştır. Televizyon kendi bağlam ve amaçlarına uygun yeni bir gelenek ve bu geleneği icra edecek ustalar yaratmıştır. Gelenek aktörlerinin halk tarafından şekillendirilen anlatım ve gösterim serbestliği, yerini kültür profesyonellerinin yaratıcılığına bırakmıştır.

Sözlü kültür ortamında izleyicilerle yüz yüze iletişim halinde olan hikâyecilerin elektronik ortamda izleyicilerle iletişim biçimi ve izleyici kitlesinde farklılıklar meydana gelmiştir. Geleneksel icra mekânında izleyiciler ve icra yeri üzerinde hâkim durumda bulunan, rahat ve doğal biçimde hareket eden hikâyeci, televizyon stüdyolarında kendini kontrol etme, denetleme zorunda kalmış; anlatım resmi bir nitelik kazanmıştır. Kahvehane gibi dar alanlarda, çoğunlukla kendisinin de içinde bulunduğu sosyal çevreden gelen, kendisiyle benzer kültürel kodlara sahip izleyicilere hitap eden geleneksel hikâyeci; medyanın geniş, birbirlerinden farklı kültürel unsurlara sahip halk kitlelerine sahip izleyicisi karşısında farklı



niteliklerle karşımıza çıkmaktadır. Bu özellikler icranın farklılaşmasını da beraberinde getirmektedir.

İzleyiciler geleneksel ortamında daha bilinçli iken televizyon dizileri kendi bağlamına göre yeni bir izleyici profilini yaratmıştır. İzlenme oranları, dizi yapımcılarını izleyicilerin beğenilerine odaklı yapımlar yapmaya zorlamış; televizyon hikâyecisi de bundan nasibini almıştır. Elektronik dönemin hikâyecisi, geniş izleyici kitlesi tarafından ilgiyle izlenen bir gösteri sunmak zorundadır. Hikâyeci için dizilerin geniş izleyici kitlesini memnun etmek, geleneksel icranın az sayıdaki izleyicisini memnun etmekten daha zor görünmektedir. Ancak teknolojik araçların sağladığı geniş imkânlar modern hikâyeciler tarafından bir avantaj olarak görülmelidir.

Geleneksel hikâyecinin seyircilerin tepkilerine göre hikâyesini şekillendirmesine benzer biçimde modern hikâyeci de dizinin yayınlandığı kanalın yayın politikası, izleyici kitlesinin yer aldığı medyanın kural ve isteklerine göre hikâyesini şekillendirmektedir. Dizilerin devamı seyircilere bağlıdır. Bir programın sürdürülmesi için yapımcılara belli bir kârı vaat etmesi gerekir. Bu da belli sayıda izleyici kitlesi tarafından izlenmesine bağlıdır. Bu izlenmenin temel ölçütü de izlenme oranlarıdır. İncelememizde kullandığımız temel karakterlerin yer aldığı diziler, uzun yıllar yayımda kalmayı başarmıştır. Bu da izleyici kitlesi tarafından izlendiğinin bir göstergesidir.

Medyanın (televizyonun) kendisi geleneğin usta hikâye anlatıcısı olmuştur. Dizilerin senaristleri televizyon ekranlarında yeni, modern hikâyeciler yaratmaktadır. Hikâyeciler ise sadece kendilerine verileni ezberleyip canlandıran birer oyuncudur. Elektronik kültür ortamının hikâyecileri, geleneksel hikâyeci tipini canlandıran kişilerdir. Diziler geniş izleyici kitleleri tarafından izlenmek amacıyla gelenekten yararlanmakta, bu durum izleyicileri geçmişe götürmekte, yapımcıların amaçlarına ulaşmasında bir araç olarak kullanılmaktadır. Çok sayıda dizide hikâyeci karakterine başvurulması geleneksel hikâyeci tipinin Türk halk muhayyilesinde hâlâ önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir.

Televizyon, sözlü geleneğin usta-çırak şeklinde sürdürülen eğitim sistemini de dönüştürmüştü; televizyon temel icra aracı ve bağlamı olarak “usta”, izleyici kitlesi de “çırak” olmuştur. Geleneksel hikâye anlatıcıları yeni yorum ve uygulamalarla ortaya çıkmıştır. Sözlü geleneğin temsilcileri yeni bağlamın dönüştürülmüş aktörleri olarak popüler kültürün yeni dinamiklerinden biri haline gelmiştir. Dizilerin hikâyecileri geleneklerin değiştirilerek yaşatıldığıнын canlı örneği, eskiyen kültürel unsurların çağdaş yorumunun temsilcileridir. Televizyon yapımcıları halkın beğenisini kazanmak için geleneksel türlerden yararlanmışlardır. Bu anlamda “yeni, var olabilmek, tanınabilmek tutunabilmek ve tutulabilmek için hor gördüğü eskiyi kullanmıştır” (Özdemir, 2012: 313).

Özdemir'in ifadesiyle "Kültür ekonomisi/endüstrisi/sektörleri kapsamında sözlü kültürün, geleneklerin ve ürünlerin metalaştırılması geleneğin katma değeri olan ürünlere dönüştürülerek yaşatılması/değerlendirilmesi, üretici-aracı (plakçı, kasetçi, radyocu, televizyoncu vb.)-tüketici, sistemin gelenek üzerindeki etkisi, dondurularak paketlenen ve pazarlanan gelenek, reklamı yapılan ürün, kitle kültürü-tüketim kültürü-popüler kültür piyasası, ilkeleri ve işleyişi, nostalji ekonomisinin ürünü haline getirilen gelenek" (2012: 362) gibi olgular âşıklık geleneğiyle beraber hikâyeci tipini de değiştirmiştir. Elektronik kültür aktöründe, geleneksel hikâyecide bulunan "doğaçlama, tekrar, bellekte yer alan imgelerin hatırlanması" gibi nitelikler önemini yitirmiştir.

### 3. Sonuç

Gelenek, geçmişten yararlanarak geleceği kurar. Doğal oluşum, anlatım/gösterim bağlamını kaybeden bir gelenek, yeni biçim ve içeriklerle yeni bağlamlarda varlığını sürdürür. "Modern, çağdaş, yeni" gibi adlarla anılan kitle iletişim araçları, gelenekseli değiştirme/dönüştürme niteliğine sahiptir. Günümüz dünyasında her türlü yeniliğin medya araçlarıyla aktarıldığı, bazen bizzat kendisi tarafından yaratıldığı/üretildiği görülmektedir. Medya araçları eskiye dayanarak, ondan beslenerek yeniyi yaratır. Toplumda her ne kadar eskinin yok edilerek yerine yeninin kurulacağına dair bir kanaat varsa da hiçbir yenilik geleneğe/eskiye dayanmadan yaratılamaz. En etkin medya araçlarından televizyon da Türk toplumuna yeninin/çağdaşın/modernin getirilmesinde önemli işlevler yüklenmiştir. Televizyon "okuma-yazma temelinde oluşturulan yazılı kültür yerine, izleme/tüketme-susma esasına göre toplumu yeniden biçimlendirmiştir" (Özdemir, 2012: 323). Televizyon yeni kültürel bağlamlar yaratmış, kültürel değişimlerin temel dinamiklerinden birini oluşturmuştur.

Türk sözlü kültür geleneği medya yapımlarında yeniden üretilmekte, dönüştürülerek yaşamını sürdürmektedir. Sözlü ve yazılı kültür ortamlarının izlerini hafızasında hâlâ muhafaza eden Türk toplumu, yeni hikâyeci tipiyle elektronik kültür ortamında yeniden yaratılmaktadır. Başka bir ifadeyle ikincil sözlü kültür ortamında, birinci sözlü kültür ortamı değiştirilerek/dönüştürülerek yaşatılmaya devam etmektedir. Kentlerin kalabalığı ve postmodern dönemin karmaşık sorunlarıyla mücadele eden, yalnızlaşan, köklerinden koparılan, hafızası zayıflatılan Türk toplumu, sanal ortamda eski gelenekler üzerine kurulup yeniden üretilen formlarla rahatlamaya çalışmaktadır. Sözlü kültür, sanal âlemin modern meddah/âşıkları üzerinden hatırlatılmakta/yüceltilmektedir. Dizilerde yer alan hikâye anlatıcıları, izleyicileri XXI. yüzyılın hızlı akan kent/köy yaşamından hayatın daha yavaş aktığı sözlü kültür dönemine götürmektedir. Dizilerde aksiyonun/heyecanın arttığı zamanlarda ortaya çıkan bu kişiler, zamanı yavaşlatmış, gerilimi azaltmış, yaşamı düzenlemiştir.

Televizyon eğlenceye dayalı gösterimleriyle kültür endüstrisinin önemli bir aracı olmuştur. Televizyon sözü sahibinden, bağlamından koparmış; onu ekonomik bir metaya dönüştürmüştür. Sözlü geleneğin aynı zaman ve mekânda meydana getirilen üretim-aktarım ve tüketimi farklı araç ve bağlamlarda yeniden üretilmiştir. Televizyon, hikâyeci ve hikâyesini, kurgulanan bir dünyada izleyicilere yeni formlarla sunmaktadır. Televizyon kendi amaçlarına göre sözlü kültürün zengin ürünlerinden yararlanmaktadır. Bu ürünler kültür endüstrisinin pazarlanan bir malına dönüştürülmüştür. Gelenek dönüştürülerek halkın tüketimine sunulmuştur. Toplumların sürekli değişiyor olma gerçeği düşünüldüğünde bu değişim/dönüşümlerin gerekli ve doğal olduğu unutulmamalıdır.

Medyatik hikâyeci toplum içerisindeki saygınlığı, bilgece tavırları, kendi döneminin halk giyim-kuşamını sergilemesi, çok değişik konuları ihtiva eden hikâyeleri anlatımı, hikâyelerindeki kalıp/klişe ifade özellikleri, anlatımında jest-mimiklerden yararlanması, fon müziği eşliğinde anlatım gibi nitelikleriyle geleneksel hikâyeciye yaklaşmasına rağmen; geleneksel mekânların/bağlamların değişimi, hikâyenin anlatım süresinin geleneği değiştirecek derecede kısalması, anlatıcı/hikâyeci-dinleyici/izleyici arasındaki etkileşimin niteliği, doğaçlamaya dayanmayan ezberlenmiş sabit metinli hikâyelerin anlatımı, usta-çırak sisteminden uzaklaşma gibi özellikleriyle elektronik kültür döneminin farklı bir sanatçı tipidir. Bu nitelikleri onu geleneksel Türk hikâye anlatıcıları şaman/ozan-baksı/âşık/meddahtan ayırmaktadır. Sonuç olarak, Türk toplumunda medyanın etkisiyle gelenek üreticisi ve gösterim aktörü hikâyeci tipi, ortam, ürün ve tüketici tipindeki değişmelerle dönüşmektedir. Televizyonun bizzat kendisi haber verme, anlatma ve oyun oynama işlevleriyle “modern hikâye anlatıcı”sı olmuştur. Televizyon geleneksel hikâyeci tipini tüketim ürününe dönüştüren temel araçlardan biridir. Sözlü kültürün geleneksel hikâyecileri, teknolojik araçlar tarafından şekillendirilen medyatik hikâyecilere dönüştürülmüştür.

### KAYNAKÇA

- ALTUNAY, Alper (2012). “Kes-Kopyala-Yapıştır: Bir Sanat Yüzeyi Olarak Ekran”. *Yeni Medya Ve...* (Ed.: Deniz YENGİN), s. 13-41, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- AND, Metin (2006). “Meddah, Meddahlık, Meddahlar”. *Meddah Kitabı*. (Hzl.: Ünver Oral), s. 3-17, İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- AYTAÇ, Gürsel (2005). *Edebiyat ve Medya*. Ankara: Hece Yayınları.
- BORATAV, Pertev Naili. (1999). *100 Soruda Türk Halk Edebiyatı*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- BORATAV, Pertev Naili (2002). *Halk Hikâyeleri ve Halk Hikâyeciliği*. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları
- DÜZGÜN, Dilaver (2006). “Âşık Edebiyatı”. *Türk Halk Edebiyatı El Kitabı* (Ed.: M. Öcal Oğuz), s. 169-212, Ankara: Grafiker Yayınları.

- GEÇER, Ekmel (2015). *Medya ve Popüler Kültür: Diziler, Televizyon ve Toplum*. İstanbul: Okur Kitaplığı.
- GERÇEK, Selim Nüzhet (2006). "Meddah". *Meddah Kitabı*. (Hzl.: Ünver Oral), s. 18-21, İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- GÜNAY, Umay (2005). *Türkiye'de Âşık Tarzı Şiir Geleneği ve Rüya Motifi*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- İNAN, Abdülkadir (1998). "Türklerde Demircilik Sanatı (Tarihte ve Folklorunda)". *Makaleler ve İncelemeler II*, s. 229-231, Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- KAFESOĞLU, İbrahim (2012). *Türk Millî Kültürü*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Kaşgarlı Mahmud (2005). *Divanü Lugati't-Türk*. (Çev.: Seçkin Erdi-Serap Tuğba Yurteser), İstanbul: Kabcacı Yayınları.
- KAVRUK, Hasan (1998). *Eski Türk Edebiyatında Mensur Eserler*. İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- KÖPRÜLÜ, M. Fuad (2004). *Edebiyat Araştırmaları 1*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- NUTKU, Özdemir (1997). *Meddahlık ve Meddah Hikâyeleri*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayınları.
- ÖGEL, Bahaeddin (1998). *Türk Mitolojisi 1*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- ÖZDEMİR, Nebi (2012). *Medya Kültür ve Edebiyat*. Ankara: Grafiker Yayınları.
- POSTMAN, Neil (2018). *Televizyon: Öldüren Eğlence -Gösteri Çağında Kamusal Söylem*. (Çev.: Osman Akinhay), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- SAKAOĞLU, Saim (2003). *Masal Araştırmaları*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- TAŞ, Oğuzhan (2017). *İletişim, Medya ve Kültür Anahtar Kavramlar*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- YILDIZ, Şerife (2005). *Dil Kültür İletişim ve Medya*. Ankara: Sinemis Yayınları.
- ZEYBEK, Işıl (2012). "İnternet Mucizesi Olarak Yaşam Alanı Bulan Sanal Benliklerin Ölenemez Yükselişi!". *Yeni Medya Ve...* (Ed.: Deniz Yengin), s. 276-29, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.