

## TELEVİZYON FOLKLORU: ALAN ARAŞTIRMASINDA TELEVİZYON TEKNİĞİ VE ELEKTRONİK TURİST REHBERLİĞİ

M. Mete TAŞLIOVA\*

**Özet:** Elektronik kültür önemli bir inceleme alanıdır. Özellikle televizyon en etkili araçtır. Bu nedenle makalemizde televizyonun eğlendirme ve bilgilendirme yönü ele alınmıştır. Bilgi vermek diğer önemli işlevi sayılabilir. Televizyon konusunda çeşitli görüşler ileri sürülmüştür. Televizyonun yerel kültürü olumsuz yönde etkilediği bilinmektedir. Bunun için de farklı görüşler ileri sürülmektedir. Bu makalede seyahat programları incelenmiştir. Televizyon programlarının hazırlanma biçimi, izleyici yapısı, programların etkisi, geleneksel değerlerin tanıtımı, kültürel tasarım gibi konular ele alınmıştır. Yeni programlara tasarlamak için bu çalışma önem taşımaktadır. Televizyon yayıncılığı halkbilimsel açıdan ele alınmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Televizyon folkloru, Televizyon ve eğlence, Popüler kültür, İletişim ve kültür, Halk kültürü.

### **Television Folklore: Television Technique in the Field Research and Electronic Tourist Guiding**

**Abstract:** Electronic culture is an important area of investigation. The most effective tool is especially television. Therefore, this article focuses mainly on the entertaining and teaching functions of television. Another important function of television is providing information. Television is known to negatively affect the local culture. A variety of opinions have been put forth in this context. This article sets out to examine the programs on travelling. For this reason, issues such as preparation of the programs, audience profile, impact of the programs, the promotion of traditional values, and cultural design are discussed. This study can be inspiring for similar future studies. Television broadcasting is discussed from the perspective of folkloristics.

**Key Words:** Television folklore, television and entertainment, popular culture, communication and culture, folk culture.

### **Giriş**

Çalışmanın konusunu, Türkiye merkezli <yaygın-ulusal> televizyon kanallarında<sup>1</sup> yayımlanan ve geneli “eğlence” ve “aile” kuşağında izleyiciye sunulan “gezi programları” oluşturmaktadır<sup>2</sup>. Bu programlar ülke içinde il, ilçe ve köyleri gezerek, katılımlı veya gözlem yoluyla tespit edilen “halk hayatı” ürünlerini

\* Doç. Dr., Hitit Üniversitesi.

<sup>1</sup> Yurt dışı yayınlarını aynı veya başka adlarla yapmakta olanlar da incelemeye dâhil edilmiştir.

<sup>2</sup> STV’de yayımlanan “Ayna”, TV8’de yayımlanan “Gülhan’ın Günlüğü”, TRT1’de yayımlanan “Pusula” gibi Türkiye dışını tanıtan ve bant yayını hâlinde ekrana taşıyan program örnekleri çalışma dışında tutulmuştur.

televizyondan yayımlamak üzerine kuruludur. Konunun kapsamı, seçilmiş kanallarda yayımlanan, örneklerle sınırlı tutulmuştur. Programlarından seçtiğimiz örnekler kanal ismiyle birlikte aşağıda sıralanmıştır

<u>Televizyon Kanalı</u>	<u>Program Adı</u>
KanalA	Anadolu Keyfi
KanalA	Gezelim Tozalı
Kanal7	İkbal'le Diyar Diyar
Kanal7	Ezgi ile Şifalı Yemekler
Kanaltürk	Dolu Dolu Anadolu
Star	Hakan'la Geziyorum
Star	Soframız
STV	Maceracı
TRT1	Gezelim Görelim
TRT1	Anadolu Gezini
TRT1	Gez Göz Arpacık

“Bugün gezi türünün kapsamı, matbu yayınların yanında, radyo, televizyon ve internet bağlamlarında sıklıkla rastlanmaya başlayan “gezgin programları”yla genişletilmiştir” (Özdemir 2009b:38). Dünyanın farklı ülkelerini tanıtan yayınlarda<sup>3</sup>, gidilen ülkenin başkenti olmak üzere diğer tanınmış şehirleri ve dünya kamuoyunun bildiği tarihi binalar, giyim kuşam ve festivalleri tanıtılmaktadır. Ancak bu makalede **alan araştırmasında <derleme> televizyon tekniği** veya **televizyon folkloru** yapısını taşıyan yurt içinde hazırlanan programlar, halkbilimsel açıdan amaç ve işlev yönleriyle incelenmiştir.

Televizyon konusu, günümüze kadar çoğunlukla kentli yaşam değerlerini yayması ve bir yönüyle de empoze ettiği “yaşam biçimleri” ile incelemeye ve çoğunlukla da eleştiriye uğrayan “elektronik kültür” alanıdır. Dizi filmler, eğlence programları, spor yayınları gibi açık veya kapalı mekân <alan> programları; canlı yayın <naklen> veya bant yayını ile topluma ulaşmaktadır. İncelediğimiz programlar kentleşmenin dışında kalan ilçe ve köyler öncelikli olmak üzere illeri de kapsayacak şekilde “Anadolu hayatı” genel adlandırması nitelenen her türden geleneksel-mahallî konuları ekrana taşımaktadır. Söz konusu “gezgin programı” yapısındaki yayınlar ile kentte yaşayanlara kentin dışındakiler tanıtılmakta, hatırlatılmakta ve gösterilmektedir<sup>4</sup>. Sunulan konular, halkın gündelik hayatıyla

<sup>3</sup> TV8: Gülhan'ın Günlüğü, STV: Ayna vb.

<sup>4</sup> TV8'de yayımlanan “Tayfun Talipoğlu ile Bir Yol Hikâyesi”, TRT Haber'de yayımlanan “Yol Arkadaşım” gibi benzeri programlar alan araştırması veya yöre merkezli değildir. Tayfun Talipoğlu'nun programı, bir güzergâh üzerinde seyahat ederken, yol boyunca karşılaşılan çeşitli kişi, olay veya uygulamalar “insan hikâyeleri” başlığıyla ekrana taşınmaktadır. TRT Haber'de yayımlanan “Yol Arkadaşım” ise bir konu için bir il veya ilçe-köye gidip o konuyu ele almaktadır. Bu nedenle bizim incelediğimiz programlardan farklı içeriğe ve hazırlanışa sahiptir.

ilgili her türlü geleneksel-kültürel değerleri içermektedir. Bunların arasında genellikle nişan, düğün, sünnet, köy eğlenceleri, mizah-gülmece, yöresel yemekler, mahallî deyiş ve türkü gibi sözlü kültür ürünleri; giyim-kuşam, el sanatları, geleneksel üretim biçimleri, tarihî mimari örnekleriyle birlikte yörelere ait inşa biçimleri, yöresel festivaller ile ev içi süslemeleri ön plana çıkmaktadır.

“Gelenekler gözden kaybolmamakta ancak günlük yaşamın paylaşılan mekânlarındaki köklerini kaybetmektedir” (Thompson 2008:284). Hızlı ve çarpık kentleşmeyle kaybedilen ya da “terk edilen” mekânlar ile her bir mekânı oluşturan araçlar <maddi-somut kültür> ve sözel-uygulama <maddi-somut olmayan> alanlar, toplumsal belleğe, yeniden, nasıl kazandırılacak? Teknolojinin amiral gemisi televizyon; **şehir tarihi, genel kültür/turizm atlası** veya **televizyon folkloru** özelliğini taşıyan yayınlarla, bu soruya ne kadar cevap verebiliri düşünmek gerekmektedir.

“Programın çekildiği il, ilçe ve özellikle köyler hakkında biz neler öğreniyoruz?” sorusu karşılık beklemektedir. Ekranda gösterilenler, her türden izleyiciye yönelik olmasıyla birlikte, özellikle, programın ilgili bölümünün çekildiği yörenin gurbette olan fertlerine kendi kültürünü yeniden yaşatma ve tanıtmaya imkân sağlıyor mu? Benzeri soruları çoğaltmak mümkün olmakla birlikte, televizyon formatına göre hazırlanan bu programların yayımlanmış amacının ötesinde, doğurduğu sonuçlar veya izleyici tarafından algılandığı biçimiyle çeşitli “işlevleri” bulunmaktadır. Bunları birkaç başlık altında toplayabiliriz:

- Genel tanıtım
- Tematik reklam işlevi
- Geleneği taşıma
- İzleyiciyi görsel <sanal> seviyede yöresine götürme
- Yeni turistik mekân oluşturma <turistik alan açma>

Nebi Özdemir (2009a:85) “Özgünlük ve farklılığın temel kaynağı da olan “*el işi ve ev işi*” ile “köy hayatı/geleneksel yaşam alanları, mekânlar ve *sözlü kültür ürünleri/belleği*” yeniden *moda olmuştur*” tespitini yapmaktadır. Bu “moda” tanımı, incelediğimiz televizyon folkloru yapımlarının da hareket noktalarındandır. Ancak unutulmuş bir konu vardır ki bu yapımlar Türkiye’de olduğu kadar uydu ve internet üzerinden yurt dışında da izlenmektedir. Esasen Türkiye izleyicisine hitap edildiği düşünülerek hazırlansa da Türkiye dışında Türk dünyası, komşu devletler ve Avrupa ülkelerinde Türk kültürünü ve Türkleri tanıyan yabancılar tarafından da takip edilmektedir. Bu yönüyle, programların “etki” kapsamının bu boyutta düşünülmesi gerekmektedir. Ancak izlediğimiz programların tamamına yakınında “yerli” izleyiciye dönük söylem ve gösterim ön plandadır.

Programların yayımlandığı günler ve saatler farklılık göstermektedir. Pazartesi, Çarşamba ve Cuma günleri tercih edilmekle birlikte, “tekrar” yayımlanan bölümlerle birlikte haftanın hemen her gününe yayılan bir dizilim görülmektedir. Program saatleri de çeşitlidir. Kanal7’de yayımlanan “Ezgi ile Şifalı Yemekler” haftanın hemen her günü öğlen kuşağında saat 12.30’da yayına girmektedir. Diğer

örnekler daha çok saat 19.00'da başlamak üzere, 20.30 ve 21.30 saatlerinde başlamaktadır. Geneli bant yayını olarak hazırlanan programlar ortalama 45 dakika ile 1.5 saat sürmektedir. Kanalların genel yayın politikasına ve hitap edilen kitleye bağlı olarak özellikle STV, Kanal7 ve KanalA gibi örneklerde, en çok izlenen yayın saatleri, incelediğimiz yapıdaki *televizyon folkloru* örneği programlarla doldurulmaktadır.

### **Televizyon Folkloru Ve Elektronik Turist Rehberliği**

Ait olduğu toplumun mahallî hususiyetlerini ve beşerî unsurlarını tespit eden ve bu tespitten toplum yararına neticeler çıkarmaya çalışan (Aytaç 2010:15) folklor bilimi, akademisyenlerin ve araştırmacıların inceledikleri en geniş alanın adıdır. Son yıllara kadar sözlü <somut olmayan> ve yazılı <somut değerlerle birlikte> iki ana başlık etrafında yürütülen çalışmalar; elektronik kültür (Çobanoğlu 2000:237-255; Görkem 2009:411-422) üst başlığında gramofondan başlayıp televizyon ve internete kadar gelmiştir.

Televizyon hakkında Mehmet Mete'nin tespitlerini alıntılama konuyu ana hatlarıyla açıklayıcı olacaktır:

“Bir anda milyonlarca izleyiciye ulaşma imkânı sağlayan televizyon yayınları izleyicilere yönelik olarak üç amacı gerçekleştirebilmektedir: 1.Eğitim ve kültür düzeyinin yükseltilmesi, 2.Haber ve bilgi edinme, 3.Hoşça vakit geçirebilmek, eğlendirebilmek, dinlendirebilmek. Bugün için ülkemizdeki kamu ve özel TV kanallarında yer alan programları türlerine göre ayırmak mümkündür: 1.Eğitim programları, 2.Kültür programları, 3.Haber programları. Hedef kitle açısından bakıldığında da televizyon programları 7 ayrı grup içinde toplanabilir: 1.Çocuklara yönelik programlar, 2.Gençlere yönelik programlar, 3.Ailelere yönelik programlar, 4.Yaşlı ve emeklilere yönelik programlar, 5.Sosyal bakımdan korunması gerekenlere yönelik programlar, 6.İş ve meslek kesimine yönelik programlar, 7.Özel izleyici kitlesine yönelik programlar.” (Mete 1999:36-37)

*Alan Araştırmasında Televizyon Tekniği* olarak adlandırdığımız programlar, televizyon yayınları içinde haber ve belgesel kuşağı dışındaki “en gerçek” konuları ve kavramları yansıtmaktadır. Zira diziler, filmler ve eğlence yayınları “kurgusal”dır. “Medya bir kitlesel üretim aracıdır ve (çoğunlukla) yapay bir dünya görünümü sunmaktadır” (Nacaroğlu 2007:47).

STV kanalında yayımlanan Maceracı Programı'nın 25 Mart 2011 tarihli bölümünde Balıkesir'in Sındırgı ve Edremit'le beraber Dursunbey ilçesinde çekilen gösteriminde *Barana* toplantısı ve *Kır Oyunları* ekrana taşınmakta; yerel kıyafetlerle orta ve genç yaştaki yöre halkının halk danslarından, yerel deyiş ve türkülerinden örnekler verilmektedir. *Maceracı* programının sunucusu, yerel oyun ve mahalli danslara “katılımlı gözlem” yapmaktadır. Diğer bir ifade ile sadece gözlem veya röportaj yapan biri olarak <pasif derleyici> değil de katılımlı çekim <derleme> yaptığı için doğallığı olabildiğince yansıtmaya dönük yapıyı oluşturmaktadır.

Halk hekimliği uygulamaları bu programlarda ele alınan konulardan bir diğeridir. TRT1'de yayımlanan Gezelim Görelim programı 26.04.2011 tarihli

bölümüyle Kayseri'yi ele almıştır. Kayseri'nin Bünyan ilçesinde yetiştirilen üzüm türünün suyuyla hazırlanan karışımın bazı iç hastalıklarının tedavisinde yoğun olarak kullanıldığı bilgisi verilmektedir.

Programlarda ortak motiflerden biri de gidilen yöreye ait sözlü kültür ürünlerinin tanıtılmasıdır. Bunların içinde en yaygını yöreye ait türkü-deyiş örneklerinin şiir hâliyle veya ezgisiyle icra edilmesidir. Örneklendirmeler genellikle mahallî icracılar aracılığıyla yapılmaktadır. Sözel ürünlerin arasında o yöreye ait efsane anlatımlarını da görmekteyiz. KanalA'da Gezelim Tozalım programının 28 Mart 2011 tarihli Amasya bölümünde; Ferhat ile Şirin Hikâyesi, Ferhat'ın açtığı kabul edilen su kanallarının başında sunucu tarafından özet hâlinde anlatılmaktadır. Masal ve diğer uzun hikâye örneklerine programlarda pek yer verilmemektedir. Amaç "görsel" boyutu ön planda tutmak olduğu için, söze dayalı metinler program formatına uyarlanamamaktadır. Mert Savaş'ın sunumunu yaptığı ve Kanaltürk'te yayımlanan "Dolu Dolu Anadolu" programının Muğla bölümünde "kavun güzellik yarışması" işlenmekte ve "ev yapacaksan tuğladan, kız alacaksan Muğla'dan" sözü Muğlalı kızların ağzından izleyiciye sunulmaktadır<sup>5</sup>.

STV kanalında 22.04.2011 tarihinde yayımlanan "Maceracı" programında Bitlis'in Ahlat ilçesinde hazırlanan yöresel yemekler, konuk olunan evde, ev hanımlarının sunumu ile gösterilmektedir. Selçuklu'nun önemli yerleşim alanları olan yörenin tarihî simgesi mezar taşları gösterilmektedir. İlçede geleneksel sanat dallarına da yer verilmiştir. Ağaç ve deri işçiliği örnekleri; ayakkabı, çarık ve baston yapımı, ürün örnekleriyle, programa dâhil edilmiştir. Kendir ve keçi kılı hammaddeleriyle tamamen el yapımı olan "harik" isimli ayakkabının hazırlanması, yöreye ait geleneksel giyimin parçası olarak gösterilmiştir. Programda erkek meclisinde yapılan "eğlence" toplantısında görüşme yapılan kişilerden yöresel deyimler, yöre repertuarından türküler, alkış ve kargış örnekleri tespit edilmiştir. Türkülerin icrası sırasında, yöresel halk danslarının otantik yapısıyla sunulması da diğer programlarla ortak noktalar arasında sayılabilir. Anadolu'nun hemen her ilinde görülen türbe ve yatır ziyaretleri de program yapımcılarının görüntülediği mekânlar arasında yer almaktadır.

TRT1'de yayımlanan Gez Göz Arpacık programının 03.11.2011 tarihli bölümünde Bursa tanıtılmaktadır. Sunuculuğunu Bekir Develi'nin yaptığı program şehrin mutfak kültürünü tanıtan yönüyle, diğer programlarla, benzer yapıdadır. Yöresel yemek ve tatlı çeşitlerinin tanıtımı ile bazı örneklerin yapımı, program içinde izleyiciye gösterilmektedir. Bazı bölümleri tek bir il ve ilçelerine ayrılan, bazı bölümleri de montajlanarak birden fazla il ve ilçeyi ekrana taşıyan Gez Göz Arpacık programının internet sayfasında, programın amacı ve içeriğine dair verilen bilgi şöyledir:

"Bekir Develi'nin başarılı sunumuyla Gez Göz Arpacık, Türkiye'nin ekranı TRT1'de... Gez Göz Arpacık bu bölümünde ilk olarak atletizm şampiyonu 80 yaşındaki Mustafa Amca'nın hayat hikâyesini konu olarak sağlıklı ve uzun

<sup>5</sup> <http://www.kanalturk.com.tr/tv/dolu-dolu-anadolu/> (E.T.:30.10.2011)

yaşamının sırlarını seyircisiyle paylaşıyor. Programın devamında Bursa'nın Osmaneli ilçesine konuk oluyor, "ayva lokumu"nun yapılışı ekrana taşınıyor ve Bursa'nın Gemlik ilçesinin Küçükkuşla Köyü'nde yol üzerinde salça yapan hanımlarla keyifli bir sohbet gerçekleştiriliyor. "Kekik suyu nasıl yapılır?" sorusuna yanıt aranıyor. Programın ikinci bölümünde Lapseki Romanları ile gerçekleştirilen keyifli bir sohbet ekrana geliyor. Çanakkale'nin Lapseki ilçesinde dünyanın en güzel Roman mahallelerinden biri<sup>6</sup>...

Reklâm bu programların önemli işlevleri (Aitchison 2009) arasındadır. Tanıtım, yeni marka (mekân, alan, kuruluş) oluşturma amacı bir arada yürümektedir. Bu programların bir kısmı program yapımcısı tarafından seçilen yerlerde çekiliyorsa bir kısmı da Ankara, İstanbul, İzmir gibi büyük illerde bulunan dernek, federasyon gibi kuruluşların daveti veya "sponsorluğunda" gerçekleşmektedir. Bazı programların "sponsorluğunu" ulusal veya uluslararası seviyedeki kurum, kuruluş veya markalar yapmaktadır. Bu markaların "program başlangıcında, içinde veya bitiminde yaptığı reklâm" (Aaker 2010:21-21) dolaylı bir işlev olarak bu yayınların içeriğinde yer almaktadır.

Programlarda iç mekân <ev, düğün-panayır-festival yeri, kahve, lokanta, fırın, atölye veya küçük imalathane vb.> ile dış mekân derleme <kayda alma> oranları farklılık göstermektedir. Programın içeriği mevsime bağlı olarak değişmektedir. Yaz aylarında tarla bahçe, çay-ırmak-dere kenarı, yamaç veya dağ manzaraları, deniz veya göl kenarı gibi alanlar kullanılmaktadır. Özellikle yayla şenlikleri programlarda geniş şekilde yer almaktadır. Ayrıca bahar ve yaz aylarında yemek, el işi örnekleri ve geleneksel sanat ve üretim örnekleri açık havada kaydedilmekte, diğer bir ifade ile derlenmektedir. Kapalı mekânlar özellikle sonbahar ve kış aylarında çekilen programlarda kullanılmaktadır. Mevsime bağlı olarak sonbahar ve kış aylarında doğu Karadeniz ile doğu Anadolu illeri cazip hâle gelmektedir. Kar ve kış turizmi ile kış yemekleri, kış eğlenceleri, giyim ve yöreye bağlı diğer konular üzerinde daha fazla durulmaktadır.

Televizyon kanalının izleyici profiline göre ve kanalın (veya kanal sahibinin) görüşü (veya yayın politikası) doğrultusunda (Shoemaker-Reese 2002:127-133) bağlı olarak yapılan bu programları *Elektronik Seyahatname* veya programla beraber sunucusunu da *Çağdaş Seyyah* olarak adlandırmak, sınırlı bazı benzer yönleriyle, mümkün olabilir. Geçmişten bugüne bazı konuları birebir örtüşmeyle, geçmişte var olanın günümüzdeki devamı biçiminde tam olarak eşleştiremeyiz. Önemli olan, geçmiştekine benzeyenin bugün hangi "işlev(ler)"i üstlendiğidir. Seyahatnameler veya tematik bir konuya bağlı gezi raporları, orijinal yönler taşımakla beraber, yapılan seyahatin amacına veya hazırlanan raporun ya da seyahatnamenin niteliğine göre bazı konuları ön plana çıkarmaktadır. Seyahatnamelerde bazı konularda görülen abartı veya tek kaynaktan alınmaya bağlı yanlış bilgiler, o geziyi yapanın veya gördüklerini "değerlendirerek" yazıya geçirenin sübjektif düşüncelerini yansıtmaktadır. Bu nedenle *televizyon folkloru* başlığındaki "elektronik derleme"

<sup>6</sup> <http://www.trt.net.tr/televizyon/sayfa/detay.aspx?pid=23432> (E.T.:03.11.2011)

alanında yapılanlar daha az taraflı veya olabildiğince yalın hâliyle görüleni yansıtmaya yöneliktir. Tabî ki çekim öncesinde seçilen konular, tercih edilen mekânlarda ve kaynak kişilerle yapılan görüşmeler, bazı örnekler için geçerli olmak üzere, “orijinal”i tespiti aykırı bir durumdur. Ancak yine de yönlendirilmiş veya bazı parçaları daha önceden hazırlanmış da olsa, neticede izleyicinin kendi gözüyle görmesi söz konusudur. Bu da anlatılan veya gösterilen hangi yönüyle ön plana çıkartılmak istenirse istensin, izleyicinin algısıyla şekillenen bir serbestiyi sağlamaktadır. Ayrıca, bu tür programların televizyonlardaki fazlalığı da dikkate alındığında, aynı il, ilçe ve köyde orijinal görülen folklorik veya güncel konuların, birden fazla kanalda ve birden fazla programda üstelik de sunucularının veya program hazırlayanlarının oldukça farklı olduğu düşünüldüğünde, aykırılık taşıyan görüntülerin oluşmasını önleyici bir konu olarak ortada durmaktadır.

Gezelim Görelim gibi on yıllardır devam eden örnekler bulunmaktadır. Bu program ile Türkiye’nin “kamera ve mikrofon” girmeyen köyü, ilçesi kalmamıştır, diyebiliriz. Ama başta TRT olmak üzere, son yıllarda özel televizyonların ilgi duyduğu bu programlar mahallî halk danslarını sadece birer “oyun” olarak görmüşlerdir. Türkiye’nin sahil kesimlerinde gezilip görülecek turistik mekânlar ön plana çıkartılırken Anadolu’nun diğer yerlerinde yöresel değerler hâlen görülebilecek konular arasında derlenebilmektedir. Örnek olarak halk dansları, birçok ilçe ve köyde icracılarıyla sunulabilecek durumdadır. Bu programların figürlerinden kıyafetlerine, tekli olanlarından kadın-erkek karışık oynananlarına kadar gösterebileceği en önemli zenginliklerden birisini bu yöresel halk dansları oluşturmaktadır. Bu alana yoğun olarak eğilmek her hâlde bu yapımların kaçınmaması gereken konular arasındadır.

#### **Program Yapısı**

“Televizyon izleme oranı; kişinin yaşı, cinsiyeti, eğitimi, mesleği, gelir düzeyi ve bir ülkede yaşayan insanların yazılı kültüre verdikleri öneme göre değişmektedir” (Mutlu 2007:41). Ülkemiz televizyon izlenmedeki “abartılı” oranıyla, yazılı kültürle arasındaki mesafeyi her geçen gün açmaktadır. Televizyon kanallarının sayısı ve hazırlanan programların yapısı, “televizyon bağımlılığını” sürekli kılmaya yönelik hazırlanmaktadır. Popüler kültür veya dizi-magazin etrafında yoğunlaşan yayınların arasında, geleneksel ve kültürel konulara yönelen yayınlar ancak birkaç kanalla sınırlı kalmaktadır. Bu darlığa bağlı olarak az sayıdaki program sayısı, belli kanallarda toplanmakta ve bu da içeriğin “benzeşmesini” bazı örneklerde de “aynılığını” doğurmaktadır.

Ancak diğer yayınlar içinde sayısal olarak az görünse de incelediğimiz programlar hazırlayanlar, yayımlayanlar ve izleyenler için artık akademisyenlerin bile pek tercih etmediği alan araştırmasıyla <derleme> tespit edilenleri evin içine getirmesi yapısıyla önem taşımaktadır. Evlerinde televizyon karşısında herhangi bir kanalda veya bir kanalın ya da kanala bağlı olmaksızın o programın takipçisi için, ister kendi memleketi (ili, ilçesi, köyü) olsun isterse daha önce kısmen gördüğü veya görmediği hâlde ilgisini çeken yörelerin geleneksel <otantik> değerlerini ekran başında takip etmektedir.

Program yapımcıları bakımından “elektronik turist rehberliği” gibi bir fonksiyon yerine getirilerken izleyiciler açısından da “ev içinde derleme” <alan araştırması> sayılabilecek işlev oluşmaktadır.

“Bilgi ve eğlence” (Dağtaş 2009:163) bir arada izleyiciye sunulmaktadır. 06 Mayıs 2011 günü yayımlanan Maceracı programında, Hatay’ı konu alan bölümün açış konuşmasında şu ifade kullanılmaktadır: “Farklı olan nedir, değişik neyi sunabiliriz?” Bu yönüyle ortaklıkların yanında, benzeri programlardan farklı olan yönlerin de sunulması için bir arayış ön plana çıkmaktadır

Hedef “genel izleyici kitlesi”ne (Medya ve Kadın 2006) hitap ettiği için programların hazırlanış biçimi benzerdir. TRT’nin resmi kimliği, özel kanallarda görülen programların hazırlanışı ve ekrana yansması bakımlarından bir fark oluşturmamaktadır. Programlarda “tanıtım” ön planda olduğunda genel olarak yöresel yemekler (her türlü tatlı, yemek, hamur işleri ve bitki dünyası gibi) daha çok gösterilmektedir. Bunun dışında doğal karakteristiğe bağlı olarak dağlar ve dağ turizmi, dağ ve orman köylerinde hayat gibi konular üzerinde durulmaktadır. Sahili olan il, ilçe ve köylerde ise deniz kültürü üzerine kurulu bir plan ve sunum görülmektedir. Karadeniz illeriyle Ege ve Akdeniz illerinin sunumunda farklı bir yapı görülmektedir. Karadeniz’de “Karadenizlilik” kimliği üzerinde işlenen konulara; hamsi, fındık, çay üçlemesi ön plana çıkmaktadır. Ege ve Akdeniz illerinde ise balıkçılık ve zeytinciliğin tanıtıldığı görülmektedir.

Düğün, nişan gibi genel konuların yanında; sünnet merasimleri, asker uğurlama, hac ve umre yolcularının gönderilmesi ve karşılanması, takvime bağlı bazı kutlama ve uygulamaların yeterince görülmemesi tek yönlü bir işleyişi “sürekli” kılmaktadır. Ancak, çalışmanın farklı yerlerinde vurguladığımız gibi “ticari” (turistik) değer taşıyan yer ve yöreler daha yoğun olarak ön plana çıkarılmakta veya yeni yer ve yöreler, ticari kazanç getirecek alanlar mesire yeri olarak takdim edilmektedir. Ancak unutulmuş bir konu vardır; bu programlarda sadece “turistik tesis” olarak gösterilenler, aynı zamanda o yöre insanının yaşadığı yerlerdir. Esasen orası, ekranda yansıtıldığı gibi, tatil köyü veya bir örnek uygulama alanı değildir. Geleneksel özellik taşıyan konular, belki şehirli insan için artık unutulmuş veya kent kültüründe uygulanma şansı olmayan “özlenen” konulardır. Fakat henüz daha mahallî kültürü yaşayan toplum kesimlerinin birer “turistik değer” olarak sunulması yanlış oluşturmaktadır. O yöre insanı da kendi geleneksel veya kültürel değerlerini, geçmişten bugüne yaşattığı şekliyle değil de dışarıdan gelenlerin ilgisini çekecek biçimde “sunma-gösterme” çabası veya mecburiyetine yönlendirilmektedir.

Hazırlayanlar ve sunucular<sup>7</sup> “maddi değerler” ile “yeni lezzetler” öne çıkarttığı için, “insan unsuru” arka planda kalmaktadır. Bazı örneklerde yöre insanı, kendi geleneksel veya kültürel değerlerini, geçmişten bugüne yaşattığı şekliyle değil de dışarıdan gelenlerin ilgisini çekecek biçimde “sunma-gösterme” çabası veya

<sup>7</sup> Bazı programların (TRT1 Gezelim Görelim, KanalA Gezelim Tozalım) hazırlayanı aynı zamanda sunumunu da yapmaktadır. Bir kısmında ise sunucu yalnızca girişkenliği veya olur olmaz tavırları ile “dikkati çekmeyi başaran” görseiliği ile yer almaktadır.



mecburiyetine yönlendirilmektedir. Bu yönlendirme de sonucu itibariyle olanı değil, görülmek isteneni “yakalama” üzerine kurulu bir “yapaylık” oluşturmaktadır.

Programlarda yüz yüze konuşma kısımlarının dışında çoğunlukla “fon müziği” kullanılmaktadır. Tercih edilen ezgiler farklılık göstermektedir. Programların bir kısmında, çekimleri yapılan yöre repertuvarına kayıtlı sözlü veya sözsüz müzikal parçalara yer verilmektedir. Özellikle çok bilinen ve ülke genelinde tanınmış bazı deyiş türküler bir icracının sesinden verilmekte bazen de sadece enstrümantal olarak yer almaktadır. Bazen de o yöreye ait ezgiler, mahallî bir sanatçı veya herhangi bir kişi tarafından programa “renk katan” unsur olarak kullanılmaktadır. Ayrıca Kanala’da yayımlanan “Gezelim Tozalım” örneğinde olduğu gibi, programın sunuş-açılış müziği, hangi yöreye gidilirse gidilsin, program boyunca “sürekli” çalınmaktadır. Arada farklı örnekler az da olsa kullanılmaktadır ancak genelde aynı müziğin tercih edildiği görülmektedir.

#### **Amaç Ve İçerik Yönüyle Örnek Programlar**

Kanala’da yayımlanan “Anadolu Keyfi” programının tanıtımı amacıyla internet sitesinde şu bilgiler verilmektedir:

“Anadolu Keyfi, bu cennet toprakların neşesini ve hüznünü ekranlara taşıyor. Anadolu halkının içtenliğini, misafirperverliğini, hayat hikâyelerini, sıra dışı yeteneklerini, gelenek ve göreneklerini su yüzüne çıkarıyor. İl il dolaşarak Anadolu’yu ekranlarınıza taşıyan programda; gelenek ve görenek yüklü köy düğünlerini, birbirinden ilginç yetenekleriyle yöre insanlarını, hiç eğitim almadığı hâlde icatlarıyla şaşırtan mucitleri, 90 yaşını devirdiği hâlde gençlere taş çıkartan delikanlıların yaşam sırlarını, tadı damaklarda kalan yöresel yemekleri, doğal şifa kaynaklarını ve daha fazlasını bulabilirsiniz. Her hafta farklı bir ilde konaklayan Anadolu Keyfi, dinamik kurgusu ve yöresel şarkılarıyla dopdolu görüntüleri ile izleyicilere keyifli dakikalar sunuyor<sup>8</sup>.”

“Hedef kitle” (Bilgili 2009:169) yaklaşımının en açık örneği, kadınların daha yoğun ilgisini çeken bölümlerde kendisini göstermektedir. Bu amaçla açık veya kapalı mekânlarda mutfak kültürünün yöresel uygulamaları çeşitli esprilerle renklendirilerek katılımlı icra örneğine göre bir program sunulmaktadır. Bunun bir örneğini Kanal7’de yayımlanan “Ezgi İle Şifalı Yemekler” programında görmekteyiz. Yemek ağırlıklı bir program olduğu için, sunucunun da bayan olmasından dolayı, genellikle kadınlarla yapılan görüşmeler yer almaktadır:

“Ezgi ile Şifalı Yemekler, Uşak yollarında: Sempatik sunucu Ezgi Sertel’in sunduğu Ezgi İle Şifalı Yemekler bugün Uşak’ta. Haşhaşlı fırın pidesi, keşkeği, kapaması, alacatanelisi, otlu yumurtası ve birbirinden leziz yemekleriyle Uşak ekranlara geliyor. Tarhanası ile meşhur Uşak’ta birbirinden renkli görüntüler izleyicilerle paylaşılıyor. Lezzetten uzak kalmadan sağlıklı beslenmenin yolu Ezgi İle Şifalı Yemekler’de. Programda şifalı yemekler tanıtılırken aynı zamanda birbirinden özel şifalı bitkiler ve bu bitkilerin nasıl kullanılması gerektiği de uzmanlar tarafından ayrıntılı bir şekilde izleyiciye aktarılıyor<sup>9</sup>.”

<sup>8</sup> <http://www.kanala.com.tr/programicerik.asp?id=215> (E.T.19.04.2011)

<sup>9</sup> <http://www.kanal7.com.tr> (E.T.:20.04.2011)

KanalA'da yayımlanan "Gezelim Tozalım" programının internet sitesinde şu bilgi yer almaktadır: "Gafur Uzuner, Türkiye'nin her yerini karış karış geziyor, samimi sohbetleriyle yurdumuzun sıcak insanlarını sizlerle buluşturuyor. Gün ışığına çıkmamış yemek tarifleri ve keşfedilmemiş mekânlar, yöre yöre ekranlara geliyor<sup>10</sup>."

"İkbal'le Diyar Diyar" programının internet sitesinde, 20 Nisan 2011 tarihinde yayımlanacak bölüm hakkında aşağıdaki bilgiler verilmektedir:

"İkbal'le Diyar Diyar bu hafta birbirinden renkli görüntülerle Kütahya Tavşanlı'da. Her hafta Anadolu'nun farklı yörelerini gezen ve oranın güzelliklerini ekrana taşıyan, aynı zamanda yörenin sanatçılarını da hemşehrileriyle buluşturan İkbal Gürpınar bu hafta Kütahya Tavşanlı ilçesinin Çaltılı köyüne Türk Halk Müziği Sanatçısı Emel Örgün'ü götürüyor. Soğan kıran, hamur yoğuran, ağaç diken, at binen, tüm köy hanımlarıyla birlikte köy çeşmesine gelinin elindeki kınayı yıkamaya giden, yağmur duasına çıkan, bakla tarlasında mani söyleyip çapa yapan, en sonunda bir kına gecesinde yine bir geleneği anlatmak için yer yatağına uzanan İkbal Gürpınar'ın eğlenceli görüntüleri programda ekrana geliyor. Gelenekleri, rengârenk kıyafetleri, kına gecesinde söylenen, yürek dağılayan ağıtları, oyunları, leziz yemekleri ve kulaklarımızda yer edecek türküleriyle Kütahya, bu hafta İkbal'le Diyar Diyar'da...<sup>11</sup>"

Star TV'de hafta içi her gün saat 11.00'de yayımlanan "Soframız" programı her bölümü yeni bir ilde çekim <derleme> yapılarak hazırlanmaktadır. Program yemek, mutfak ve kadın ağırlıklıdır. İnternet sayfasında, programın kendi ilinde ve kendi mutfağında da çekilmesini isteyen izleyiciler için "davet" linki verilmiştir. Sitede "davet etmek isteyen izleyiciler" için şu açıklayıcı bilgi yer almaktadır:

"Soframız'dan hepinize merhaba... Bundan böyle hafta içi her gün yepyeni yemek tarifleriyle evlerinize geliyoruz. Her gün "Acaba ne pişirsem?" derdine son. Bildiğiniz malzemelerle, kolayca uygulayacağınız tariflerle her gün Star TV ekranlarındayız. İl il, yöre yöre dolaşıp hünerli ev hanımlarının mutfaklarına konuk oluyoruz. Artık cesaret edemeyeceğiniz yöresel yemek kalmayacak. Tarif defterinize yeni tatlar eklemek için hazır olun... Başvurun Soframız evinize gelsin<sup>12</sup>."

Benzerleri içinde "ilk" olan ve yirmi yılı aşan örnek TRT1'de yayımlanan "Gezelim Görelim" programıdır. Türkiye'nin hemen her yerini ekrana taşıyan program, sonraki yıllarda yapılanlar için de "model" olmuştur. Zira sonraki yıllarda yapılanlar, Gezelim Görelim örneğine göre hazırlanmaktadır. Bu "model" olmanın

<sup>10</sup> <http://www.kanala.com.tr/programicerik.asp?id=173> (E.T.:18.04.2011)

<sup>11</sup> <http://www.kanal7.com.tr/content.php?id=1180> (E.T.:19.04.2011)

<sup>12</sup> <http://www.startv.com.tr/soframiz/basvuru> (E.T.18.04.2011) Programı kendi evine ve mutfağına davet etmek isteyen izleyiciler için *doldurulması ve internet üzerinden gönderilmesi istenen* linkte yer alan bilgi kutucukları şu başlıklardan oluşmaktadır: "Adınız Soyadınız, Sizin Fotoğrafınız, Mutfak Fotoğrafınız, Salon Fotoğrafınız, Yaşınız, İliniz, İlçeniz, Telefonunuz, E-posta adresiniz, Öğrenim Durumunuz, Medeni Durumunuz, Evinizde Kimlerle Beraber Yaşıyorsunuz, Yapmak İstedığınız Yemekler, Adresiniz"

olumlu yönleri bir yana bırakılacak olursa, Gezelim Görelim'deki eksik ve tek tip “devlet televizyonunun sınırlayıcılığı”na bağlı kalmak özel televizyonlara, olumsuz örnek olarak yansımıştır.

Diğer örneklerle benzer bir örneği 30 Ekim 2011 tarihinde Kanaltürk'te yayımlanan “Dolu Dolu Anadolu” programı oluşturmaktadır. Programa ait internet sitesinde yer alan genel bilgi aşağıdaki biçimdedir:

"Mert Savaş, 29 Ekim 2011 tarihli programın ilk bölümünde 600 yıl dünyaya hükmeden Osmanlı İmparatorluğunun kurulduğu Söğüt'te başlıyor. Ertuğrul Gazi türbesini ziyaret eden Dolu Dolu Anadolu, ardından, Osmanlının ilk eseri olan mescit ve son eseri olan çeşmeyi ekranlarınıza getiriyor. Şeyh Edeb Ali'nin türbesinden izlenimler ve Edeb Ali'nin bugün bile insanlara yol gösteren vasiyeti anlatılacak... Dolu Dolu Anadolu'nun ikinci durağı ise Bilecik'in Pazaryeri ilçesi... Pazaryeri'nin köylerinde coşku ve kalabalıkla karşılanan Dolu Dolu Anadolu ekibi bölgenin el sanatlarını, yöresel yemeklerini geleneklerini, keyifli ve eğlenceli sohbetleri ekranlarınıza taşıyacak<sup>13</sup>..."

#### **Sunucu: Sunum <Takdim>**

Bu programlar “metin merkezli” halkbilimi kuramları gibi en ideali veya en orijinali bulma gayretindedir. O nedenle daha yoğun olarak “ürüne” veya “olaya” endeksli bir yönelim görülmektedir. Bunun bir kusur olduğu açıktır. “İnsan unsurunu” programlara dâhil ederek, derlenen veya kaydedilen her türlü geleneksel-kültürel konuları üreten-tüketen-ürün-mekân unsurlarıyla ve “yaşayan ya da yaşatılmaya çalışılan” yönleriyle “bağlam merkezli” anlayışa göre tespit etmek ve ekrana taşımak gerekmektedir. Bunun da halkbilimsel yaklaşım veya halkbilimci desteği ile sağlanabileceği malumdur.

Programların “eğlence” ve “aile” kuşağında yayımlanmasından kaynaklanan; bu itibarla da bütün beklentinin (diğer bir ifade ile hünerin) “sunucu”ya yüklendiği bir yapıda, temel sorunlardan biri de yine sunum yapısıyla birlikte “sunucu”ların şova dönüştürmeye çalıştığı tavırları oluşturmaktadır. Sunucuların genel özelliği, oldukça “amatör” tarzda gösterdikleri hareket, söz ve yaklaşımlarıdır. “Alımlayıcıya (izleyici) doğrudan hitap...” (Thompson 2008:155-156) eden “sunucu”ların *Elektronik derleme* türündeki programlarda, olanı göstermek amacıyla oldukları ve kaynak (kişi, konu, icra) ile izleyiciyi birleştiren bir aracı oldukları hâlde, programın başından sonuna kadar “şaşıklık” hâline bürünerek “hayret” tavırlarıyla programı takdim etmeleri, izleyici açısından da derlenen <çekimi yapılan> konu ve kişiler açısından da sorun teşkil etmektedir.

Burada “hayret” veya “şaşıma” konusunu; gördükleri kişi, kaynak veya olayı bazen daha önce hiç görmedikleri ve gördüklerinin ne kadar farklı belki de biraz şaşırtıcı olmasına bağlı olarak bazen de tattıkları bir yemeğin veya gördükleri bir geleneksel sanat türünün veya doğal bir güzelliğin “fevkaladeliğini” ifade etmek için kullandıklarını düşünmek durumundayız. Hatta bazen “şoka uğrama” biçiminde

<sup>13</sup> <http://www.kanalturk.com.tr/tv/dolu-dolu-anadolu/> (E.T.:30.10.2011)

bir portre ortaya konulmaktadır. Burada izleyiciyi “meraklandırma” ve televizyon mantığı içinde “izlenirliği sürekli kılma” amacı da elbette ki belirleyici olmaktadır.

Sahil bölgelerine gidip yabancı veya yerli turist ile yapılan söyleşi tarzının veya konulara bakış açısının, Anadolu içlerinde yaşayan insanlara uygulanması başka bir yanlışlık örneği oluşturmaktadır.

Sunucuyu tanımlayan iki görüntü ortaya çıkmaktadır: Birincisi doğal <kır, köy> hayata gelen ve her şeyiyle ne görse beğenmeye hazır bir “turist” manzarası, ikincisi de şehir kültürünün ürünü olan “modern-çağdaş insan”ın, Anadolu hayatına “inmesi” ile giyiminden konuşmasına ve verdiği tepkilere kadar görünmez bir şehir-köy tezadını yansıtmaması...

Günümüzde köy hayatında televizyonun uydu antenlerle günlük hayatın bir parçası olduğu gerçektir. Bu nedenle artık şehirden bir televizyoncunun mikrofonu ile “üzerine” (hücum görüntüsü ile) gelmesi, köy veya geleneksel “taşra” hayatını yaşayan kişi için bir “heyecan” nedeni değildir. Mikrofonun kullanılmasında sunucuların özensizliği olumsuz bir husus olarak görülmektedir. Ancak, program sunucusunun, genel hatlarıyla “alan araştırması” tekniği üzerinde bilgilenmesi, bu kusuru kolayca giderecektir.

Sunucuların, toplumun farklı kesimleriyle yaptıkları konuşmalarda “farklı yöntem kullanma” bilincinde olmaması da görülen en önemli kusurlardan birisidir. Çocukla yapılan konuşmanın, bir kadın veya erkekle ya da yaşlı bir kaynak kişiyle yapılan söyleşiyile aynı olması, teknik açıdan nasıl bir kusurun ortaya çıktığını göstermesi bakımından önemlidir. Görülen ilginç veya farklı (aykırı) örnekleri ekrana yansıtmak ve bu yönüyle TV izleyicisinin beğenisini veya dikkatini çekme düşüncesi, aslında olmaması gereken görüntüleri doğurmaktadır.

Programların genelinde takdimi yapan kişi değişmemektedir. Diğer bir ifade ile sunucu tipi (sabit-sürekli) yapıdadır. Cinsiyete göre dağılımına baktığımızda kadın ve erkek sunucu sayısı birbirine yakındır. Gezelim Görelim, Soframız, İkbal ile Diyar Diyar, Ezgi ile Şifalı Yemekler programlarının sunucuları bayandır. Maceracı, Gezelim Tozalım, Anadolu Keyfi, Dolu Dolu Anadolu gibi programları da erkek sunucular takdim etmektedir.

Sunucunun bayan olduğu programlarda, mutfakla ilgili hususların daha geniş yer aldığını görmekteyiz. Sunucu bayan, yapılan yemeklere kendisi de dâhil olmakta, fikir bildirmekte, ayrıntılı malzeme ve hazırlanış bilgilerini ekrana yansıtmaktadır. Sunucunun bayan olduğu programlarda, ayrıca düğün ve “çeyiz” konuları daha yoğun olarak işlenmektedir. Bayan sunucuların, kadın meclislerine girmesindeki rahatlık veya kadınların bayan sunucu yanında daha rahat olmalarına bağlı olarak böylesi bir zenginlik ortaya çıkmaktadır.

Erkek olduğu örneklerde ise, sunucu kişi, yemeklerin tadına bakan bir “gurme” rolünde görünmektedir. Erkek sunucular, tattıkları yemek karşısında abartılı beğeni ifadeleri ile bayan sunuculardan oldukça farklı bir görüntü ortaya koymaktadırlar.

### Sonuç Veya Öneriler

Televizyonun eğlendirerek eğitime fonksiyonu taşıyan bu programları “kültürü, çeşitli konular etrafındaki kaybedilmiş birliğin arandığı yer” (Debord 2010:144) hâliyle değerlendirmek mümkündür. Alan Araştırması’nın <derleme>, televizyon tekniğiyle uygulanan örneklerinde, her bölümde bir şehir, ilçeleriyle tanıtılırken belki bütüncül ve diğer başlıklar için de “dijital derleme” mantığıyla aynı il için (ilçe ve köylerle birlikte) birden fazla bölüme yayılabilir.

Esasen eğlence <eğlendirme> yönünü ön plana alarak izlenme oranını yüksek ve sürekli kılabilecek düşünce ile program hazırlanması, televizyonculuk mantığı için temel şart olmakla birlikte; program yapımcılarının önünde hazır yöntem ve konu başlıkları bulunmaktadır. Bu yönde “yaşayan insan hazineleri, geleneğin ustaları, sözlü gelenekler ve anlatımlar, gösteri sanatları, toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şöenler, doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar, el sanatları geleneği” gibi konular izleyicinin de ilgisini çekecek başlıklar arasındadır.

Monografi taslağı (Çobanoğlu 1999:32-44) ve SOKÜM başlıkları (Oğuz 2009:133-142) kullanılmak için hazır durumdadır.

“Okumanın ötelendiği elektronik-sanal-dijital-görsel kültür çağında, kültür ekonomisi kapsamındaki değişim ve eğilimlerin belirlenmesini, gelecekle ilgili öngörü ve planlamaların yapılmasını sağlayacaktır” (Özdemir 2009b:38). Bu nedenle program çekimlerinde o yöreye ait mahallî danslar, yöresel türküler veya deyişlerin <varyant> icraları; çeşitli gündüz ve akşam programları, diğer bir ifade ile fasıllar <oturma geceleri, türkü geceleri, damat adaylarının bekâr toplantıları>, sadece “olanı gösterme” veya “artık kaybolmuş veya kaybolmaya yüz tutmuş” uygulamalar biçiminde gösterilmemeli; işlevleri yönüyle bugüne taşınmasına dönük açıklamalı “öğretimi” yapılmalıdır.

Bu programların içeriğindeki temel sorun, sadece Anadolu’yu tanıtmak veya geleneksel otantik yerleri Türkiye geneline göstermek gayretidir. Ancak sunucuların veya yapımcıların nitelikli bir “ön çalışma” yapmadıkları görülmektedir. Bu nedenle bir kanalda yayımlanan bir programın ekrana yansıttığı konuların aynısını, başka bir kanalda yayımlanan programda görmekteyiz. Belki her kanalın izleyici tipolojisinin veya hitap ettiği kitlenin farklılığından dolayı, aynı konuların farklı kanallarda da olsa tekrarının bir sorun oluşturmayacağı söylenebilir. Ancak, bu durumun adeta “süreklilik” kazandığı görüldüğü için bu “aynılaşma”nın, günlük hayatta unutulmuş veya zaman zaman “özel günlerde” hatırlanan veya yaşama geçirilen konu ve uygulamaların yanlış takdim edilmesi veya hep sanki tek bir tip üzerinde yaşatılmış gibi algılatılması sakınca taşımaktadır. İzleyiciler için olduğu kadar derleme <çekim> yapılan yöre insanı için de bu “aynılaştırma” diğer konu ve kültürel türler için “ilgi görmeme” veya “değersizleştirme” tehlikesini doğurmaktadır. Geniş bir yelpaze oluşturulabilecek konular, bu anlayışa dayalı olarak sınırlı <cazip, farklı, ilgi çekici(!), şaşırtıcı> konular öne çıkartılarak yelpaze daraltılmaktadır.

Çekimlerden önce, uzmanların da yardımı alınarak “metin yazarlığı” yapılsa, “farklılığın” bulunması daha kolay olacaktır. Program hazırlayanlar, farklı

kanallardaki örnekleri görerek tekrara düşmek yerine bilineni veya ilk kez görüntülenecek olanı daha iyi ekrana yansıtma fırsatı bulacaklardır. Bilimsel nitelikteki derleme çalışması yapılacağı zaman yazılı ve diğer kaynaklar üzerinden yapılan ön çalışmada, geçmiş yıllarda yapılmış derlemelerden yararlanılmaktadır. Nelerin yapıldığı taranmaktadır. Daha önce derlenenlerin ne durumda olduğu ve aynı konuların tekrar aynı kişilerden veya farklı amatör veya usta kaynak kişilerden derlenebileceği üzerinde durulmaktadır. Veya daha önce derlenmiş olanlardan farklı olarak nelerin yapılabileceği üzerinde çeşitli ön tespitler yapılmaya çalışılmaktadır. Aynı durum, birebir olmasa da televizyon folkloru konumundaki bu programlar için de geçerlidir. Daha önce hiçbir kanalın gitmediği veya görüntülediği konuları tespit için veya daha önce görüntülenen konu veya kişilerin “acaba hangi farklı yönlerle” ele alınacağı için mutlaka daha önce yayımlanmış bu program bölümlerinin izlenmesi gerekmektedir.

Mizah yönü, programların en önemli eksikleri arasındadır. Oysa gizli veya açık çekimlerle veya farklı yöntemler kullanılarak mizahın programlarda bariz olarak öne çıkması sağlanabilir. Zira “televizyon anı yakalar” (Eker 2009:218). Sunucular, görüşme <derleme> için yüz yüze gelerek bilgi almaya çalıştıkları kişiye şakalar, taklitler yaparak ve izleyicinin de sadece bilgilenmesini değil eğlenerek öğrenmesini <görmesini> sağlamaya çalışmaktadırlar. Yöresel oyunlara, özellikle erkek sunucuların katılması ve yapılanları taklit ederken <katılımlı gözlem>, komik duruma düşmesi, bir yönüyle ortaoyununun ebasi konumunda kalması örnek gösterilebilir. KanalA televizyonunda yayımlanan Gezelim Tozalm programında “tekerleme” üzerine kurulu eğlence örnekleri görülmektedir. Televizyon programlarında taklit ve tekerleme yapmasıyla tanınan Gafur Uzuner’in sunumunu yaptığı programın hemen her bölümünde söylenmesi zor olan tekerleme örneklerini, programın çekim yapıldığı yörenin her yaştan kişinin söylemesi istenerek eğlence yönü öne çıkarılmaktadır.

Sanal gezi, turistik tanıtım (reklâm) “yapay” biçimde ön planda görünmektedir. Sistematik bir yapı taşımadığı ve yönlendirilmiş derleme tekniğine uygun olarak hazırlandığı için, gezilmesi tavsiye edilen yerler için yayınlar yalnızca birkaç tema üzerinde durulmaktadır.

“Kitle iletişim araçları geniş halk yığınlarına seslendikleri için kişileri ve toplumları inandırma ve seferber etme işlevini de üstlenirler” (Mutlu 2007:18). Bu nedenle programlarda, yerel kelime, deyiş-deyim ve sözler de özellikle üzerinde durulması gereken konulardan biri olmalıdır. Bu yönüyle Türkçeyi kullanma ve kendini daha kolay ifade etmek için “bilinç oluşturma” işlevini gerçekleştirmek amacıyla televizyon folkloru başlığında değerlendirdiğimiz programlar oldukça etkili kullanılabilir. Sözlü ürünlere daha geniş yer vererek halk filolojisinin unutulmuş bazı söyleyişlerinin yeniden kullanılması sağlanabilir. Zira Türkçenin bozulmamış örneklerinin “hâlen” kullanıldığı yerlerde tespit edilecek değerler, şehir kültürünü yaşayan ve televizyon nedeniyle “dil daralması” yaşayan günümüz “şehirli insanı”nın eğlenerek-öğrenme yoluyla ihtiyacını karşılayabilecektir. En azından bu “ihtiyacın” farkındalığı sağlanacaktır.

Bu programların halkbilimi için yeni kazanımları da söz konusudur. Öncelikle şunu söylemek gerekmektedir; özellikle ilçe ve köy halkı için “televizyona çıkmak”, günümüzde çekinilen bir durum olmaktan çıkmıştır. Özellikle beyaz camı gören ilk kuşağın hayattan çekilmesini takiben, televizyonu 1970 ile 1980’lerde tanımaya başlayan günümüz orta ve ileri yaş izleyicileri için bu tespiti net olarak söyleyebiliriz. En azından bu ikinci kuşak, çekinmeyi bir önceki kuşağa göre terk etmiş görünmektedir, diyebiliriz. Bu nedenle bayan, erkek veya grup hâlinde yapılacak derleme <alan araştırması> çalışmalarında tespit edilmesi kolay veya mümkün olmayacak konular, televizyon folkloru yapısındaki program çekimleri ile tespit edilebilmektedir. Bunun örneklerini de bazı bölümlerde görmekteyiz. Televizyonun çekiciliği ve benzer programları ekranda sürekli izliyor olmanın alışkanlığı veya program konusunun kendi hayatını anlatıyor olmasına bağlı olarak özel el işleri, sözlü ürünlerin en bilinmeyen veya unutulduğu düşünülen örnekleri mikrofonla söylenmekte veya kamera karşısında görünür hâle gelmektedir.

Son olarak bu programların tanıtım ve diğer işlevlerinin yanında aşağıdaki işlevleri de ekleyebiliriz;

-Tersine göçü hızlandırma,

-Marka şehir oluşumuna katkı sağlama,

-Nadir örnekleriyle “halk mizahı”na ait figür, taklit, araç-gereç yapımı ve parçalarını topluma tanıtma ve yaygınlık kazandırma,

-Yöre halkı için, tarım ve hayvancılığın yanında, çeşitli yerel el sanatı örnekleriyle para kazanmayı sağlama,

-Yerel festivalleri ekrana taşıyarak ülke geneline tanıtma ve ortaklıkları çoğaltma.

## KAYNAKÇA

- AAKER, David A., (2010), **Güçlü Markalar Yaratmak**, Çev.: Erdem Demir, 2. Baskı, Mediacat Kitapları, İstanbul: Yeni Güven Matbaası.
- AITCHISON, Jim, (2009), **Televizyon Reklamı Böyle Yapılır**, Çev.: Aytül Özer, Marka Yayını, İstanbul: Pasifik Ofset.
- AYTAÇ, Pakize Aytaç, (2010), **Folklor ve Edebiyat**, Berikan Yayınevi, Ankara: Bilge Ofset Matbaa.
- BİLGİLİ, Can, (2009), “Ekonomi İçindeki Yeri ve Zenginliğin Aktarım Aracı Olarak İletişim Yatırımı Kavramının Değerlendirilmesi”, **Kitle İletişimi ve Toplumsalın Üretimi**, Derleyen: Nesrin Tan Akbulut ve Can Bilgili, Beta Yayını, Yazın Basın Yayın Matbaacılık, s.163-188.
- ÇOBANOĞLU, Özkul, (1999), **Halkbilimi Kuramları ve Araştırma Yöntemleri Tarihine Giriş**, Ankara: Akçağ Yayını.
- ÇOBANOĞLU, Özkul, (2000), **Âşık Tarzı Kültür Geleneği ve Destan Türü**, Akçağ Yayını, Ankara: Başer Matbaası.
- DAĞTAŞ, Erhan, (2009), “Türkiye’de Tektipleşen Medya Ortamı: Magazin Rüzgârları Eşliğinde Magazinleşen Haberler”, **Medya ve Popüler Kültür**, Ed.: Enderhan Karakoç, İstanbul: Literatürk Yayını, Seba Ofset Matbaacılık, s.155-188.

- DEBORD, Guy, (2010), **Gösteri Toplumu**, 3. Basım, Çev.: A. Ekmekçi, O. Taşkent, İstanbul: Ayrıntı Yayını, Mart Matbaa Sanatları.
- EKER, Gülin Ögüt, (2009), **İnsan Kültür Mizah –Eğlence Endüstrisinde Tüketim Nesnesi Olarak Mizah-**, Ankara: Grafiker Yayını, Grafiker Ofset.
- GÖRKEM, İsmail, (2009), “Dünden Bugüne ‘Türk Sözel Edebiyatı’: Değişim ve Dönüşüm”, **Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi**, Prof. Dr. Hüseyin Ayan Özel Sayısı, S.39, Erzurum, s.411-422.
- MEDYA VE KADIN**, (2006), Ed.: Dilek İmançer, Ankara: Ebabil Yayını, Nobel Basımevi.
- METE, Mehmet, (1999), **Televizyon Yayınlarının Türk Toplumu Üzerindeki Etkisi**, Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayını, Düş Atelyesi.
- MUTLU, Mustafa, (2007), **Kitle İletişiminde Sorunlar ve Sorumluluklar**, İstanbul: Okumuş Adam Yayını, Çalış Ofset.
- NACAROĞLU, Derya, (2007), “2000’li Yıllarda Popüler ve Geleneksel Kültür Arasında Yerel Televizyonların Duruşu ve İzlerkitle İle İlişkisi”, **Medya Okumaları**, Derleyen: Özgür Yılmazkol, Ankara: Nobel Yayını, Nobel Basımevi, s.41-55.
- OĞUZ, M. Öcal, (2009), **Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?** Ankara: Geleneksel Yayıncılık, Grafiker Matbaacılık.
- ÖZDEMİR, Nebi, (2009a), “Kültür Ekonomisi ve Endüstrileri İle Kültürel Miras Yönetimi İlişkisi”, **Millî Folklor Dergisi**, Yıl 21, Sayı 84, Ankara, s. 73-86.
- ÖZDEMİR, Nebi, (2009b), “Turizm ve Edebiyat”, **Millî Folklor Dergisi**, Yıl 21, Sayı 82, Ankara, s. 32-49.
- SHOEMAKER, Pamela, Stephen D. Reese, (2002), “İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi”, **Medya Kültür Siyaset**, Derleyen: Süleyman İrvan, Ankara: Alp Yayınevi, s.127-178.
- THAMPSON, John B, (2008), **Medya ve Modernite**, Türkçesi: Serdar Öztürk, İstanbul: Kırmızı Yayını, Can Matbaası.