

## TÜRK MÜZİK VİDEOLARINDA GÖRSELLEŞTİRME UNSURLARI

Yard. Doç. Dr. Özden CANDEMİR\*

### ÖZET

Ülkemizde başlangıçta devlet tekelinde bulunan televizyon, 1990'lı yıllarla birlikte özel televizyonların açılmasıyla yeni bir döneme başlamıştır. Özel televizyon kanallarının diğer kanallarla rekabet etme ve kâr amaçlı kuruluşlar olmaları nedeniyle izleyici kitlesini çekme özelliği ön plana çıkmış ve yeni program biçimleri yayınlarda yer almıştır. İzleyicinin günlük yaşamdaki ihtiyaçlarını da gözönüne alan bu kanallar eğlence amaçlı programlara büyük yer vermişlerdir. Bu süreç içinde gündeme gelen müzik videolar, müzik parçalarının görselleştirilerek tüketiciye sunulduğu, kaset, CD gibi ürünlerin satışına, şarkıcının tanıtımına yönelik reklamlar olarak nitelendirilebilir. Müzik videolar televizyona özgü bir anlatım biçimine sahiptir. Bu anlatım biçiminde görselleştirilme sürecinde belli kalıplar kullanılır. Bu çalışmada Türk müzik videolarındaki görselleştirme unsurları ve örnekler üzerinde durulmuştur.

### GİRİŞ

Türkiye'de uydu yayıncılığı radyo ve televizyon alanında devlet tekelinin kırılmasına yol açarak, özel kanalların birbiri ardına açılmasına ve her türlü müziğin yayınlanmasına olanak tanıdı. Geniş kitlelerin ilgisini çektiği halde TRT'de yer alamayan müzik yıldızları ve müzik türleri özel kanallarda yer almaya başladı. Yeni bir müzisyenin yayında yer alması, o kişinin tanınmasını ve kaset plak gibi ürünlerinin satışını artırdı. Hem müzisyen hem de kanal açısından kârlı görünen bu ilişki müzik yayınlarnının artmasıyla sürdü.

1994 yılında Interstar vericileri aracılığıyla, Türkiye'de ulusal düzeyde izlenmeye başlayan MTV hem müzik hem de televizyon endüstrisini etkiledi. Tanıtım ve satış amacını güden müzik videoların üretimi arttı. Yeni çıkan albümler ve şarkıcılar bu yolla pazarlanırken, televizyon kanalları da yayın saatlerini doldurabilecekleri bir

---

\*Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi

materyal elde ettiler. Müzik videolar özellikle genç ve kadın izleyicilerin ilgisin çeken bir form oldu ve “olmazsa olmaz” anlayışına ulaştı. Müzik videosu olmay? parçalar yayında yer alamadı. Bunların bir sonucu olarak Türkiye’nin ilk müz televizyonu Kral TV, Interstar tarafından kuruldu. Kesintisiz müzik yayını yapan bu kuruluşu Number One, Eko, Medya TV gibi müzik kanalları izledi.

Müzik endüstrisi ise tanıtımın bir gereği olarak müzik videoların yapımını üstlendi. Böylece para yatırdığı şarkıcı ve albüm için etkili bir tanıtım yolu buldu. Müzik videolarla birlikte söz edilmesi gereken bir kavram da sponsorluktur. Firmalar yapım giderleri yüksek rakamlara varabilen müzik videolar için sponsor olmakta, kendi ürünlerinin de zaten bir reklam filmi olan müzik videolarda yer almasını sağlamaktadır. İzleyiciler müzik videolarda sponsor firmanın ürününü, şarkıcı ve şarkının reklamını müzik video formu içinde izlemektedir.

Geniş izleyici kitlesi bulan, büyük bir endüstrinin önemli bir parçasını oluşturan müzik videolar genellikle bir albümün en çok ilgi göreceği düşünülen parçası için yapılmaktadır. Böylece izleyende albüm ve şarkıcı için satın alma güdüsü hedeflenir. Görüntüler teknik ve içerik olarak değişse de anlatım için bazı kalıplar kullanılır. Türk müzik videolarında kalıp olarak kullanılan görselleştirme unsurlarının örneklerle açıklanması bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Bir müzik kanalı olan “Kral TV” deki müzik videolar rastlantısal olarak kaydedilmiş kendi içlerinde gruplandırılan örneklerden tipik olanları bulmak için yine aynı yöntem kullanılmıştır.

## **MÜZİK VİDEOLARDA GÖRSELLEŞTİRME UNSURLARI VE TÜRKİYE’DEKİ UYGULAMALAR**

Amerika Birleşik Devletlerinde 1981’de yayına başlayan ve Türkiye de 1994’te izlenmeye başlanan MTV’de yayınlanan rock müzik videoları inceleyen Kinder (Kinder, 1994, s. 157) aşağıdaki üç unsurun kullanımına dikkat çeker :

**Birinci unsur**, şarkıcının veya grubun konseri veya gösterisidir. Sadece sahne performansına dayalı anlatım biçimi belgesel niteliğindedir. Ancak yaşayan sanatçılar için yapılması gereken başka şeyler vardır. Konser görüntüleri arasına bazı imgeler girebilir. Mekanlar değişebilir.

Bu unsurun Türk müzik videolarındaki uygulanış biçimi şarkıcının veya grubun ya stüdyo ortamında şarkılarını söylemelerini, ya da bir konser ortamındaki gösterilerini içermektedir.

Müzik videolarda amaç şarkının tanıtılıp tüketilmesinin yanında şarkıcıyı tanıtır ve albümün satışını sağlamaktır. Burada şarkıcının veya grubun imajını izleyene kazandıran bir anlatım biçimi vardır. İzleyici, şarkı boyunca şarkıcının çeşitli ölçeklerdeki çekimlerini izler. Tek mekanda geçse bile bu müzik videolar yine de hatırlanmaya elverişli unsurlar içerirler. Gerçek bir konser ve izleyicilerinden oluşan müzik videolara örnek olarak Zülfü Livaneli'nin “Nefesim Nefesine” parçası verilebilir. Parçaya eşlik eden, dinleyen, sanatçıya sevgi gösterisinde bulunan izleyiciler ve şarkıcının konser görüntüleri ana yapıyı oluşturmaktadır. Benzer bir örnek Çelik'in “Cici Kız” adlı müzik videosu için de geçerlidir. Orkestra üyelerinin hazırlıkları, izleyenlerin konser salonuna gelişleri, konser ve izleyicilerin şarkıcıya eşlik edişleri ve sevgi gösterileri müzik videonun temel görsel öğeleridir.

Stüdyo ortamında geçen ve öykü içermeyen, şarkıcıya odaklanan müzik videolara verilebilecek örneklerden birisi Candan Erçetin'in ilk müzik videosu olan “Yakarım”dır. Görsel öğe sandalyeye ters oturmuş şarkıcının çeşitli ölçeklerdeki çekimlerinden oluşmaktadır. Yine şarkıcı ve sandalyeden oluşan bir diğer müzik video Ragga Oktay'ın “Ola Ley”idir. Şarkıcı müzik video boyunca sandalye ile bütünleşmiştir. Oturur kalkar, ceketini çıkarıp sandalyeye asar, bir ara ölçekten çıkıp kaybolur, ekranda sadece sandalyeyi görürüz. Şarkıcı yeniden çerçeveye girer dans eder, ekranın dışından kime ait olduğu belli olmayan bir el bir gazete uzatır. Şarkıcı gazeteye şöyle bir bakar sonra fırlatıp atar. Tek tek ayakkabılarını çıkarır. Birisini telefon gibi kullanır. Müzik bitmesine rağmen şarkıcı bir süre dans eder. Müzik video tek sandalyeli bir görüntüyle bir süre daha devam eder. Rap türü bir parçaya çekilen bu müzik videodan akılda kalan şey şarkı sözlerinden çok şarkıcının hareketleri ve kendisidir.

Muazzez Abacı'nın “Cesaretim Var” adlı şarkısına çekilen müzik video da tek mekanda geçer. Şarkıcının çekimleri dışında odadaki diğer nesnelere -küre, piyano, beyaz güvercinler, çiçekler- müzik videonun görsel öğelerini oluşturur.

Bu örneklerde seyircinin ilgisini çekme yöntemleri olarak değişik bir oturma biçimi, dans, komedi unsurları, cinsellik kullanılmıştır. Dans yeteneğinin sergilenmesine örnek olarak Rober Hatemo'nun “Esmer” müzik videosu verilebilir. Şarkıcı tüm müzik boyunca dans eder. Kırmızı bir mekanda kırmızı elbiseleri ve aksesuarlarıyla görünür. Kamera hareketleri hareketlerdeki hız duygusunu daha da artırır. Müzik videonun son karesi elindeki şarap kadehiyle yakın çekim şarkıcının görüntüsüdür. Dans ağırlıklı bir diğer müzik video ise İzel'in “Geceler Kara” müzik videosudur.

**İkinci unsur**, basit ya da karmaşık bir öyküdür. Öykü şarkı sözleri ve/veya görsel imgeler üzerine kurulur. Kimi zaman misafir oyunculara da yer verilir. Böylece müzik video belirli bir film türünün özelliklerini taşıyan mini bir filme dönüşür.

Görüntülerin kolay hazırlanmasını sağlamak, izleyiciye önceden hazırlanmış bir gündüz düşü

sunmak ve bireysel katılımı sağlamak için değişik uzunluklarda boşluklar bırakılır (Kinder, 1994, s. 157).

Basit ya da karmaşık bir öykü içeren Türk müzik videolarını yarı öyküsel ve öyküsel olarak sınıflamak olasıdır. Öyküsel müzik videolarda olay örgüsü ve karakter sayısı daha fazladır. Yarı Öyküsel müzik videolarda şarkıcılar “sunan” ve “sunulan” bölümlerde başrol oyuncusu olarak görev alırlar. Şarkıların “sunan” kısmında şarkıcı kameranın direkt noktasını oluşturur ve şarkının belli kısımlarını doğrudan kameraya bakarak söyler. “Sunulan bölümü” ise bir öykü anlatır. Yarı öyküsel müzik videolarda “sunulan” kısmındaki öykü daha çok sevgili ile olan ilişkileri anlatır.

Kadın ve erkek arasındaki ilişkilerin anlatıldığı örnek bir müzik video Muazzez Ersoy’un “Kulakların Çınlasın”dır. Türk müzik videolarında geçmişi hatırlayış hep mutlu günlere ait görüntülerin aralarına, şarkıcının girmesiyle sağlanır. Yarı öyküsel müzik videolar anlatım açısından streotipleşmiş bir anlatım biçimini benimserler. Çoğunlukla yitirilmiş bir sevgili eskiye dönüşlerle anlatılır. Müzik videoların pek çoğunda ilişkinin neden bittiği, hangi toplumsal, psikolojik, ekonomik nedenlerin buna eklendiğine dair bir ipucu yoktur. Şarkı sözleri ise doğrudan bu konuya ilişkin bilgi vermezler

Çelik’in “Hercai” adlı müzik videosu ayrılık nedeninin ortaya konulduğu nadir öykülerden birisini içerir. Ayrılık nedeni, şarkıcının işi nedeniyle aksayan evlilik ilişkileridir. İki sevgilinin geçmişe ilişkin görüntüleri tarihlerin yer aldığı kısa açıklamalar içeren grafik materyallerin araya girmesiyle verilir. Eskiye dönüşlerin genellikle siyah beyaz görüntülerle verildiği müzik video mutlu bir beraberliğin bitmesini anlatır. Bebeğin doğumu, evlilik, mutlu günler. Konser çıkışı hayranları yüzünden eşine ulaşamayan, evlilik yıldönümünde yine konserleri yüzünden eşinin yanında olamayışını kabullenemeyen bir kadın ve yalnızlıkla biten bir öykü.

Ayrılık ve birleşme temalarını işleyen müzik videolara bir başka örnek yine Çelik’in “Ayrılık Deme Bana” müzik videosudur. Bu kez toplumsal roller tersine döner. İş nedeniyle evinden, sevgilisinden ayrı kalması gereken ve beklenen kişi kadındır. Kadın donanmada görevlidir. Çelik şarkısını söylerken kadının donanmadaki işine ilişkin görüntüler araya girer. Sloganlaşmış bir grafik “Aşk ölümsüz bir hayattır” yazısı araya konur. Mutlu bir yemek sahnesi kızın göreve çağrılmasıyla yarım kalır. Çeliğin üzerindeki giysideki sponsor olan kurumun markası özellikle vurgulanır. Son sahne bir kavuşma sahnesidir.

Yarı öyküsel müzik videolara diğer örnekler olarak, Tarkan'ın "Unutmamalı", Aşkın Nur Yengi'nin "Yabani", Harun Kolçak'ın "Gitme Seviyorum", Çoşkun Sabah'ın "Kaldım Buralarda", Seda Sayan'ın "Mutsuzum", Adnan Şenses'in "Erkekler Ağlamaz" Nalan'ın "Acemi Balık" müzik videoları verilebilir.

Türk müzik videolarında zaman zaman sunan kısmı yok edilip sadece öykü anlatılır. Bu tür öyküsel müzik videolar melodram özellikleri içerebilir. Türk sinemasında örnekleri görülen "salon filmleri", "arabesk melodram" ve "köy melodram" bölümlenmelerini müzik videolarda görmek mümkündür. Öyküler üç dakikaya indirilmiş uzun metrajlı filmlere benzemektedir.

Muazzez Ersoy'un "Karagözlüm" adlı şarkısına çekilen müzik video "salon filmlerinin" bir kopyası gibidir. Anlatı sevdiğine melodram filmlerinin bir geleneği olarak üçüncü bir kişinin araya girmesiyle kavuşamayan bir kadın üzerine kurulmuştur. Entrikalar kadınla erkeği biraraya getirmekten alıkoyar. Üçüncü kişinin gerçeği anlatmasıyla sevgililer biraraya gelir. Müzik video sürpriz bir sonla biter. Kadının gördüğü sadece bir rüyadır.

Bu müzik videoda ilginç olan nokta bağlayıcı unsur olarak söz ve diyalog gibi unsurların -aslında müzik parçasında yer almamasına rağmen- kullanılmasıdır. Müzik video görüntülerin yanı sıra ses kayıtları açısından da eklememelerin yapıldığı bir biçim olmaktadır.

Köy melodramları diğer melodramlarla aynı özellikleri gösterir. Olaylar köy dekorunda ve kırsal kesimin kültürel değerleri çerçevesinde geçer. Bu bölüme örnek olarak yine Muazzez Ersoy'un "Dumanlı Dumanlı" şarkısının müzik videosu verilebilir. Örnekte, şarkıcı, tüm müzik video boyunca oyuncu olarak yer alır. Anlatıdaki rolü sevdiğine kavuşamayan bir köylü kızıdır. Oyuncular yerel kıyafetler giymekte, kültürel değerler anlatıda yer almaktadır. Sözel metin köy atmosferine, kültürüne göndermeler yapmaktadır. Sponsor firmaların kendi reklamlarını yapma özelliğine bu müzik videoda da rastlanmaktadır. Çeyiz sandığına ilişkin çekimlerde kamera açıları çeyizlerden çok dantel yumaklarını vurgular. İzleyici olay örgüsününün yanısıra yarı gizli bir reklamı izler.

Köy Melodramına diğer bir örnek olarak Şükriye Tutkun'un "Gaziantep Yolunda" sı verilebilir.

Müzik videoların bir bölümü müzik türüne bağlı olarak arabesk melodram olarak nitelenebilir. Örnek olarak Emrah'ın "Götür Beni Gittiğin Yere" müzik videosu verilebilir. Burada şarkıcının yanısıra ünlü bir sunucu da oyuncu olarak yer almıştır. Müzik videolarda yer alan oyuncuların popüler kişilerden seçilmesi onun izlenebilirliğini ve sonuçta tekrara dayanan yöntemle izleyicinin kaset ya da CD'yi tüketmesini artıran bir unsur olarak kullanılmaktadır.

Arabesk melodram olarak nitelenebilecek müzik videolar söz ve görüntü açısından içeriklerini izleyiciye, şarkı adlarından hissettirebilmektedir. Tıpkı melodram filmlerinin adlarından -bunlar genellikle kader, hasret, acı, gözyaşı, ezilmişlik duygularını içeren film adlarıdır- içeriğinin anlaşılması geleneği müzik videolara da yansımaktadır.

Melodram olarak nitelenebilen müzik videolar Türk sinemasındaki geleneği (cinsellik-gözyaşı-şarkılar) ve kalıbını kullanmaktadırlar. Yine Türk sinemasındaki melodramların temel karakterleri olan güzel kadın, yakışıklı erkek motifi ön plana çıkartılmakta, böylece izleme oranı artırılmaktadır. Burada baskı altına alınmış düşünceleri, bilince çıkarmak yoluyla çözümlenmeden “catharsis” den (Mutlu, 1993, s. 31) söz edilebilir. Türk sinemasında sıkça kullanılan güncel bir yüze ve vücuda acı çektirilmesi ve ağlatmak, pişmanlık, nefret ve ihtiras gibi duyguların sergilenerek seyircinin düşünsel değil fiziksel anlamdaki verilerle fiziksel boşalmasının sağlanması müzik videolara da yansımaktadır.

Yılmaz Morgül’ün “Dertler Benim Olsun” müzik videosu “Bu Şarkıyı Gerçekten Sevenler Dinlesin” şeklinde bir yazıyla başlar. Burada da yine ulaşılamayan bir çocukluk aşkı ve hüsrarla gözyaşıyla biten bir öykü anlatılır.

Levent Yüksel’in komedi unsurları içeren “Bir Daha” ve “Hayrunnisa” müzik videoları da izleyenlere bir sinema filmi havasında sunulmaktadır. Giriş yazılarında film şirketinin müzik videoyu iftiharla sunduğu başrol oyuncularının rolleri, mağdur eş, mahallenin gülü, yardımcı roller, çapkın koca- ve canlandırıcılar ya da olayın gerçek bir öyküyü anlattığı yılın en iyi filmi olduğu gibi bilgiler yer alır. Her iki müzik videoda da aynı kişilerin belli rolleri oynamaları bir dizi izlenimi yaratmaktadır.

Birinci müzik video evli bir çiftin kavgalarını ve barışmalarını anlatır. Popüler bir manken -şişman manken olarak medyada sıkça yer alan- kocasını seven bir kadın canlandırır. Oysa adam hem içkici hem de çapkındır. Küfelik olduğu bir gün kadın kocasını terk edip annesinin evine gider. Anne kızını destekler. Karısını almak için kapıya gelen koca reddedilir. Bu arada fondan gelen konuşmalar vardır. Müzik devam ederken -kadının annesi “bitti gitti hadi” şeklinde müziğe ekleme yapar. Pencereden saksılar, sandalyeler, televizyon, elektrik sobası adamın yüzüne doğru atılır. Adam karısından özür dilerken bile mahallenin gülüne sıcak bakışlar atar. Adamın arkadaşları duruma düzmece bir araba kazasıyla müdahale ederler. Kocasını kaza geçirmesine dayanamayan kadın kocasını affeder. Ama koca yine de bildiğinde vazgeçmeyecektir.

“Hayrünnisa” ise oğunun evlenme isteğine karşı çıkan huysuz bir anne ile oğunu anlatır. Oğunun evlenme isteğine sudan sebeplerle karşı çıkan anne sonunda oğunun kendisine de bir koca bulmasıyla durumu kabullenir. Oğlu ilk müzik videoda eşini canlandıran kızı gelin olarak kapıya getirmiştir.

Her iki müzik videoda temel bir içgüdüsel eylem olan cinsellik üzerine kurulmuştur.  yk  basittir. Sözler ve görüntüler birbirlerini destekler. Dahası müzikte yer almayan konuşmalar oyuncuların duygularını dile getirir. Seçilen tipler sıradan halk tipleridir. Őřman bir kadın, apkın koca, huysuz anne, iki alemleri, sakızlı, apartman topluku mini etekli mahallenin g l  gibi. Melodram öğelerinin gözyaşı ve cinsellikten oluşması ve boşalımın ağlayarak sağlanması gibi komedi tarzındaki müzik videoda cinsellik+gülme gibi bir formül yoluyla, d şunsel değil fiziksel bir boşalma sağlanmaktadır.

Ebru Aydın’ın “Sen Gidince” müzik videosu da benzer anlatımlar içerir. Esas oğlan, esas kız gibi roller, cinsellik, komedi unsurlarıyla anlatılmıştır.

** inc  unsur**, müzik videolarda düşsel görüntülerin egemen olmasıdır. Birbiriyle bağdaşmayan tutarlı bir bir bütünlük oluşturmeyen imgelerin kullanıldığı bu tür müzik videolar deneysel bir tavır içerirler (Kinder, 1994, s. 157).

Bu unsur günümüzde en çok kullanılan anlatım tarzı olarak gözümüze çarpar. İmgeler çok yönlü bir anlayışla kullanılırlar. İzleyicilerin  zel fantezi ve düşleriyle ilişki kurularak üretilen müzik videolar en çarpıcı müzik videolardır. Düşler her Őeyden önce yüksek oranda ve g rseldirler ve popüler kültürde de d ş görmeye ilgili en yoğun kullanımlar görsel sanatlarda görülür. Televizyon izleme uykuyla geçici biçimde ilişkilidir. İnsanlar günlük işlerini bitirdiklerinde televizyon izlerler. İkincisi, televizyon izlemek kişisel, hoşlanılabilir, gereksinim duyulan gündelik bir Őeydir. İnsanlar fantezi materyali sağlayabildiği için televizyon seyretmektedirler.

Müzik videoların içerikleri ise neredeyse hep fantezidir. Müzik video, **a.** Kendisi bir fantezi olduğunda, **b.** Kendisi veya bir başka fantezi hakkında anlatı düzeyinde olduğunda, **c.** Fantezinin beyin tarafından yaratıldığı ve algılanmasıyla ilgili düşünüldüğünde sıklıca bir çok anlam katmanlarıyla karşımıza çıkacaktır. Müzik videolar film, televizyon ve videonun yarı anlatımlı bir karışımıdır. Tüm medya ürünleri içinde en fazla d ş  andıran ürün müzik videodur. İlk önce müzik video apaçık bir d ş veya fantezidir (Burns, 1988, s. 44-45).

Birçok videoda insanların düşlerine yer verilmektedir. Yine pek çok müzik video sürrealist film ve tabloların görsel ve yapısal özelliklerini göstermektedir. Bir rock parçası olan  zt rk’ n “kaç gel” müzik videosu algılanması g  hareketlerle, yapımcının adının yer aldığı görüntülerle başlar. Çekimlerin yapıldığı mekanda

duvarlara asılmış üç klasik tablo, bir çüce, bir küçük kız ve şarkıcı vardır. şarkıcının görüntüleri sık sık hareketsiz duran diğer objelerin tabloların, çücenin, kızın veya onların ayrıntılarının görüntüleriyle kesilir. Sonra duvarlardaki tablolar hareketlenmeye başlar. Çücenin kızın ellerindeki ipin, tabloların görüntüleri araya girer. Bir çok müzik videodaki anlatı parçalara bölünmüş, düz olmayan ve belirsiz anlamlara sahiptir. Televizyon ve video tekniği anlamında gerçek olmayacak bir çok yöntem kullanılmaktadır. Geçmişin mirasından yararlanmak onu yeni bir biçim içinde eritmek özelliği duvarlardaki tablolarda görülebilir. Işık, renk, objelerin yerleştirilmesi iyi bir kopyalama çalışmasıdır. İzleyici tablo olduğunu sandığı şeylerin hareketlenmesini izler. Sözsels mesajla görüntülerin anlamsal bir bağı yoktur.

Mirkelam'ın "Anılar" adlı müzik videosunda günümüzün pop şarkıcısı teknik olanaklarla eskiye bir dönüş yapar. Siyah beyaz görüntülerle Türk sinemasının jönerlerinden Ayhan Işık'la bir sahneyi paylaşır. Filmin bir karesinde birlikte düşmana karşı karşı kavgta ederler. Atatürk'ün sigarasını yakar. Kapıya sıkışmış bir "Ses" dergisi vardır. Günümüze dönüşü ise renkli görüntülerle bir merdivenden tırmanma sahnesiyle verilir. Her kat geçmişin bir mitine gönderme yapar. Beatles, ünlü bir televizyon dizisi olan "Uzay Yolu" gibi. Malın satımı için ilk ilke olan izleyicinin dikkatini çekmek bu yolla sağlanmışır. Bir firmanın sponsorluğunu yaptığı bu çalışmada bir derginin içindeki bir sayfadan eski aynı firmanın mayo fotoğraflarına yer verilmiş, bu firmanın günümüzde de varlığını sürdürdüğü izleyiciye hatırlatılmışır.

Görüntülerin seçilmesi, eskiye duyulan özlemi ve onu günümüzde yaşamının getirdiği hazzı yaşatır. Yine eskiye gönderme yapan bir başka örnek Kenan Doğulu'nun "Gelinim" müzik videosudur. Siyah beyaz Türk filmlerindeki düğün sahneleri ve şarkıcının görüntüleri birbirini izler.

Pek çok müzik parçası düşlerle ilgilidir yada görsel düzenleme düş sahnelerini içerir. Hem sözlerin hem de görüntülerin düşle ilgili olduğu müzik videolara örnek olarak Sibel Alaş'ın "Adam" müzik videosu verilebilir. Sözsels düzen bir düşü anlatır. Görsel düzenlemelerde ise neyin düş neyin gerçek olduğu bilinemez. Gerçek ve rüya arasındaki sınır belirsizleşmiştir. Şarkıcı müzik video boyunca uyur, uyanır, gerçek ve düş iç içe girmiştir.

Düşle ilgili bir söz dizimine sahip olan bu müzik parçasına yapılan müzik video gerçeikle düş arasındaki bulanıklığın, sergilendiği örneklerden birisidir. Sadece işitsel olarak algılandığında rüyanın anlatımı gibi bir izlenimin uyanmasına rağmen müzik video sonuçta kadının düşü şeklinde yorumlanamaz. Düş gerçeğe göndermeler yapar. Sık sık verilen uyanma sahnelerine rağmen uyanmanın bile bir düş olduğu izlenimi edinilir.



Düşlerle ilgili verilebilecek diğer iki örnek Mahzun Kırmızıgül'ün parçalarına çekilen müzik videolardır. “Sevdalırım” kırsal bir yörede geçer. Köy delikanlısı Mahzun Kırmızıgül düşlerinde gösterişli bir kadınla beraberdir. Şık giysiler içindeki kadın ve erkek birlikte dans ederler. Şarkı sözleri kadına duyulan aşkı anlatır. Müzik video Mahzun'un annesinin “loo loo Mahzun” diye seslenmesi ve düşünden uyanan Mahzun’un kızgınlığı ile biter.

İkinci müzik video birincisinin devamı niteliğindedir. “Kızlar” adlı müzik video köy delikanlısının yaşadığı yerle ilgili gerçek görüntülerle başlar. Köylü insanlar, kiremitsiz evler, atlar sözsüz bir giriş niteliğindedir. Köylü Mahzun bir önceki müzik videodaki ailesi tarafından otobüsle uğurlanır. Bir otele garson olarak çalışmaya gelir. Mahzun oteldeki güzel kızlarla ilgilenirken şişman genç bir kadın müşteri verdiği siparişlerle Mahzun’u rahat bırakmaz. Mahzun yine düşlere dalar. Kendisini güzel kızların arasında hayatın tadını çıkarırken düşler. Kendisine hizmet eden kişi ise şişman kadındır. Müzik videonun sonunda düşten uyanma yine “loo loo Mahzun” seslenişiyile gerçekleştirilir. Müzik video yine gerçek bir görüntüyle sona erer. Mahzun’un annesini canlandıran kadın çekim ekibine “yeter aaa” diye bağırır.

Bu müzik videolar bir sınıf atlama düşünü anlatır.“looo looo Mahzun” seslenişiyi ise ilk müzik videoda bu cümlelerin ilgi çekmesi üzerine yinelenmiştir.

Müzik videoları pek çok iletişim aygıtının görünümünü içerir. İzleyiciler zaman zaman sadece bir müzik parçası dinlediklerini bilirler. Böylece gerçek, gerçek dışı iç içe girer. Bu da düş dünyasındaymış gibi bir etki yaratmaktadır. İnsanların farklı düşleri vardır. Müzik videolar türsel olarak farklı gruplara seslenerek bu düşselliği sürekli yaşatırlar. Düşler ve müzik videolardaki söylemler değişirler. Çünkü teknolojik değişim ve gelişimlerle yeni anlatım biçimleri ortaya çıkmaktadır.

Türk müzik videolarında kullanılan bu görselleştirme biçimleri için televizyonda kullanılan bazı sistemlerden yararlanır. Esslin (1996, s. 84-85) dramatik medyanın kullandığı sistemleri aşağıdaki gibi sıralar:

- Oyun dışında kalan çerçeveleme sistemleri (Mimari çatı, çevre, başlık, jenerik)
- Oyuncunun emrindeki gösterge sistemleri (Kişilik, rol dağılımı, jest, gövde dili, makyaj, giysi saç stili)
- Görsel gösterge sistemleri (Yöre, renk, aksesuar, ışık)
- Metin
- İşitsel gösterge sistemi (Müzik, ses efektleri)
- Çekim ve kurguya ilişkin sistemler

Bu sistemlerin Türk müzik videolarında kullanımları aşağıdaki gibi özetlenebilir:

Oyun dışında kalan çerçeveleme sistemleri açısından bakıldığında müzik videolarda çekim için dikkat çekmenin bir gereği olarak en ilginç yerler kullanılır. Elektrik santralleri, doğal, tarihi yerler, atölyeler, stüdyolar gibi. Mekanı vurgulayan bir örnek Soner Arıca'nın "Yüreğime Ektim Seni" müzik videosudur. Müzik video 'Babama ve Fatsaya' yazısı ile başlar. Şarkıcı Fatsa'nın değişik yerlerinde görüntülenir. Turizm kuruluşları ise müzik videolarda reklam şansı bulur.

Başlık ve jenerik açısından ise, müzik videoların başında veya sonunda parçanın, albümün, şarkıcının adı, yönetmen, sponsor firma ve plak şirketi, kullanılan mekan ve şarkıcının e-mail adresi gibi grafiksel bilgilere yer verilir.

Müzik videoların baş oyuncularını şarkıyı seslendiren solist ya da gruplardır. Görsel anlatı genellikle yoğun olmayan bir biçimde şarkı sözlerine bağlıdır. Videodaki baş oyuncu olan şarkıcı öncelikle kendi fiziksel karakteristikleri sesi ve doğası olan "gerçek" kişidir. Bu kişiliğini doğrudan kameraya bakarak seslendirdiği bölümlerde gösterir. Bu bölümlerde yine şarkıcının "imaj" dediğimiz özellikleri gözönüne serilir. "İmaj" bir şeyi, ya da birisini farklı kılan özellikler olarak özetlenebilir. Şarkıcılar kılık kıyafetleri, makyajları, davranışlarıyla kendilerini, müzik videoları aracılığıyla topluma sunarlar. Şarkıcılar müzik video boyunca farklı giysilerle görüntülenir. İzleyici, Sibel Can'ın "And İçelim" müzik videosunda beş ayrı kıyafetli sanatçıyı izler. Zara tüm müzik videolarında ilginç saç şekilleri ve aksesuarlarıyla dikkat çeker. Bunların çoğu Türk folklorüne ait örneklerdir. Rock söyleyen bir sanatçının imajıyla pop, Türk halk müziği ya da sanat müziği söyleyen sanatçıların imajları da söyledikleri müzik türüne göre değişmektedir. Rock şarkıcısı olan Özlem Tekin "Dağları Deldim" müzik videosunda yırtık çorapları, botları dağınık saçlarıyla görüntülenir. Müzik videoda rol alan herkes gövde dilini kullanır. Dans grupları da müzik videolarda önemli bir yer tutmaktadır. Müziğin ritmine uygun anlatımlar sıkça başvurulan yöntemlerdendir.

Müzik videolar, şarkı sözleri anlamında bir metne sahiptirler. Metnin yöneldiği kişi veya kişiler vardır. Hacer'in " Erkekler" müzik videosunun söz yapısı erkeklere ilişkin bazı eleştirileri içerir. Çoğunlukla şarkılarda metinler doğrudan "sen" diye hitap eden bir yapıya sahiptir. Çok az şarkı sözü, sınırları belli olan bir öyküyü ve konuşmaları içerir. Şarkıların bazıları film ya da televizyon gösterisine dönüştürüldüklerinde güçlü bir öykü etkisi yaratırlar. Şarkılar genellikle toplumsal ama evrensel olmayan sözlerden oluşurlar. Bu tip şarkılar geleneksel özellikler taşırlar. Sözcükler tam olarak televizyon ya da radyo izleyicisine gönderilmese de "Sen" şeklindeki hitap tarzı yüzünden izleyici etkilenmeye açıktır. Şarkılardaki sözcükler müzikal filmlerdeki gibi partner'a yönelmez. Müzik videolarda ne partner'a ne de belirlenmiş bir izleyiciye yönelik sözcükler yoktur. Konser kayıtlarında belki böyle bir izleyiciden söz edilebilir. Ancak günümüzde bu tip anlatım tarzı, yerini

konulu ve düşsel anlatımlara bırakmaktadır. Bazı müzik videolarda stüdyoda ya da sette bir izleyici bulunabilir, ama şarkıcı yine de kameraya dönük olarak şarkısını söyler. İzleyici olarak bizler şarkıcının görünümünü altında bize şarkısını söyleyen birisini izleriz. Müzik videolar şarkı sözlerini yansıttıkları gibi, çoğu zaman da onun ötesine geçip başka anlamlar verebilirler. Bu görsel metnin yorumlanmasıyla ilişkili bir durumdur.

Görsel sistemler başlığı altında toplanan renk, ışık, gibi özellikler açısından müzik videolar klasik anlatımı yada deneysel yöntemleri kullanabilir. Müzik videolarda ışık ve renk, aşırı veya düşük pozlamalar, parlak renkler, animasyonların veya görüntülerin sonradan renklendirilmeleri gibi yollarla kullanılabilir. Televizyona ilişkin olanakların kullanımına gelince, neredeyse her bir video bu anlamda “gerçek olmayacak” şeyleri içerir. Bozulmuş renkler, renkli ve siyah/beyaz çekimlerin karışımı canlandırma sahneleri, robotlarla yapılan özel sahneler, birbirine uymayan ya da belirsiz kurgu, akıl almaz dekorlar veya hareketler, fiziksel olarak mümkün olmayan hareketler, hızlı çekim, yavaş çekim, devamsız hareketler, donmuş karelerle oluşturulmuş etkiler, şarkıcıların çift ya da daha çoklu görüntüleri gibi. Aşkın Nur Yengi'nin “ Çek Babam Çek” müzik videosunda kullanılan çoklu görüntüler tek mekan kullanımının sıkıcılığını önleyen unsurlardan birisi olarak kullanılmıştır.

Burada kameraya, noktalama işaretlerine, kurguya değinmek gerekmektedir. Müzik videolarda kullanılan araçların kendileri teknolojinin son ürünleridir. Kamera dışında teknik her tür olanak (crane, dolphine) gibi aksanlar da değişik kamera hareketlerine olanak sağlamaktadır. Drama bölümlerinde kullanılan klasik anlatım biçimi şarkıcının doğrudan kameraya bakarak yer aldığı bölümlerde yerini yeni bir anlatım biçimine bırakabilmektedir. Televizyonun noktalama işaretleri açısından müzik videolar tam bir bombardımanı andırmaktadır. Oya Bora'nın “Yalancı Sevgilim” adlı müzik videosu ise 100'den fazla kısa çekimle gerçekleştirilmiştir.

Hareketli anlatım tekniğine uygun olarak kullanılan kesmelerin yanısıra mix'ler açılma - kararmalar, wipe'lar ya da üst üste bindirmeler sıkça kullanılan noktalama işaretleridir. Kurgu ve imgelerin sıralanışı ise müzik videoların yeni bir dil kullandıklarını göstermeleri açısından ilginçtir. İzleyici artık bu anlatım biçimini kabullenip bunu bir kalıp olarak algılamaktadır.

İşitsel sistemler ise müzikler, şarkı sözleri ya da son zamanlarda dramatik yapıya giriş yapan diyaloglu müzik videolardaki konuşmaları kapsamaktadır.

## SONUÇ

Müzik videolar birer reklam filmidir. Sanatsal ve kültürel bir biçim altında, albümün, şarkının, şarkıcının satışını, şarkıcıyla ilgili gösterilerin karlılığını, şarkıcının kullandığı ürünlerin ve sponsor firmaların ürünlerinin satışını, televizyon kanallarının izlenirliğinin artışıını sağlamayı amaçlamaktadır.

Medya ve müzik endüstrisi birbirlerine gereksinim duyan ve birbirlerini yaşatan bir ilişki içindedir. Radyo ve televizyon eğlence yayınlarının bir parçası olarak müziğe gereksinim duyarlar. Müzik endüstrisi de medyaya gereksinim duyar, çünkü bu yolla geniş kitlelere ulaşarak ürünlerinin tanıtımını ve tüketimini sağlar. Günümüzde müziğin televizyon yoluyla kitleye ulaştırılmasında kullanılan en yaygın biçim müzik videolardır.

Müzik firmalarının kâr edemeyecekleri özel biçimlere yatırım yapmaktan kaçınmaları ortak bir müzik zevki yaratmaktadır. Bu standartlaşma müzik videolarına da yansımaktadır. Müzik videolarda standartlaşmış anlatım biçimleri dışına çıkılamamaktadır. İşitsel olarak yaratılan ortalama kültür biçimleri görsel olarak da yinelenmektedir. Türk müzik videolarında da yurt dışındaki örneklere benzer anlatım biçimlerini bulmak olasıdır. Bunlar şarkıcı yada gruba odaklanan anlatım biçimleri, öyküsel anlatım biçimleri ve düşsel sahnelerin yer aldığı anlatım biçimleri olarak sıralanabilir. Ürünler aslında birbirine benzemesine rağmen her ürün içinde izleyiciye cazip gelecek küçük farklılıklar yaratılmaktadır. Müzik videolarda yaratılan bu farklılıklar için bazı sistemler kullanılır. Oyuncular, giysi, makyaj, mekan, ışık, renk, kurgu gibi.

Müzik videoların üretimi günümüzde astronomik rakamlara ulaşabilmektedir. Müzik firmalarının yanısıra sponsor firmalar da yapım giderlerini karşılamaktadır. Böylece müzik firmalarının giderlerinin azaltılmasına katkıda bulunurken kendi ürünlerini tanıtacak starları kullanabilmektedir. Hatta bu kullanım zaman zaman şarkıcı ve şarkının önüne geçerek sponsor firmanın ürününe yönelik olabilmektedir.

## YARARLANILAN KAYNAKLAR

Burns, G. (1988). Dreams and Mediation in music video. Wide Angle. 10, 2.

Esslin, M. (1996). Dram sanatının alanı. Ö. Nutku (Çev.). İstanbul: Yapı Kredi.

Kindler, M. (1994). Müzik videosu ve izleyici: Televizyon, ideoloji ve düş. P. Çelickan (Çev.). İletişim. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını.

Mutlu E. (1994). İletişim sözlüğü. Ankara: Ark.