

GÖRSEL / İŞİTSEL BİR DİL: VIDEO KLİP

Feridun Akyürek*

ÖZET

Televizyon bir sanat dalı değil. Ama televizyonun yarattığı kendine özgü sanatlar var: Video Art ve Video Klip. Video klip, sinema, televizyon, video, bilgisayar görselliğinin müzikle bir bileşimi. Bir müzik parçasına reklam amacıyla hazırlanan video klip, izleyene -kimi başarılı örnekleriyle- estetik duygular da veren görsel / işitsel bir anlatım dili.

Video klip'e uzanan geçmiş, değişik yapım biçimleri genellemesine bir bakışla anlatıldığı bu çalışmada, ağırlık noktası, kimi dramatik özellikleri nedeniyle Öyküsel (Concept) Video Klip'tir. İçerik/biçim çözümlemesiyle gelecekte video klip'e ya da kısa filme yönelecek gençlere bu görsel anlatım dilinin kimi özellikleri açıklanır.

Anahtar sözcükler: Televizyon, video, video klip, video klip dili.

ABSTRACT

Television is not an art form. But, television has its own unique, artistic and different forms and formats: Video Art and Video Clip. Produced as a commercial, video clip which is a combination of music and form, with its successful examples, it is a language providing aesthetic tastes to audiences.

Within the helps of the art forms, collectivity of cinema, television, video, computer technology, it is a language of daily experiences.

Broader perspective aims to help younger generations with its content/context specialities who plan to join video clip and short film experiences.

Keywords: Television, visual arts, video, video clip, video clip language.

GİRİŞ

İnsan ile iletişimin gelişim ve değişimi arasında bir koşutluk var. Bu koşutlukla, insansal duygular, doğada varolanlar, günlük yaşam içinde aynı çizgide buluşturularak, değişik alanlarda, değişik yöntemler/simgeler kullanılarak sağlıklı iletişim kurulması sağlandı. Beden dili, çizgi, sözcükler, harf, rakam, nota... Bu simgeler gelişim ve değişimle birlikte, bilim ve sanat dillerini oluşturdu: yazın dili, müzik dili, oyun dili, sinema dili... Müzik... varolduğu günden bu yana insanoğlunun hiçbir ayırım gözetmeksizin, her yerde ilgiyle dinlediği, iletilerini doğrudan veren evrensel bir dil... Şimdilik burada duralım ve konuyu bütünlüştürme adına, başka bir yönden sürdürelim.

Geçtiğimiz yüzyılda, teknolojinin, buna bağlı olarak endüstrinin gelişimi, günlük yaşama ekonomik, toplumsal, kültürel gelişim ve değişimleri de birlikte getirdi. Yadsınamaz bir biçimde yaratıcılığın boyutlarını artırdı bu ivme. Üretim...

buluşlar... beğenilerin çoğullaşması... Sonuçlardan biri bu...

Diğer bir sonuç... hızlı gelişim ve değişimin getirdiği sorunlar : Karşıt değişik düşünce, görüş ve duygular... aykırı beğeniler... çeşitli arayışlar ve beklentiler... Çağdaş insanın anlayışını bile aşan bir gelişim... Bu oluşumun adı ise, İkinci Dünya Savaşı sonrası ABD'de filizlenen, Batı Avrupa'da gelişen *Postmodernizm*. Amaç, herşeyi (eski-yeni, sıradan-seçkin) aynı değer düzlemine çekmek, seçkin sanatla popüler sanat arasındaki ayrılıkları ortadan kaldırmak... Ama seçkin kültür karşısında tüketim toplumunun, tüketim ağırlıklı kültürüne yönelik olarak... *Minimal Sanat*'in nesnel, soyut, anonim, her yerde rastlanılan yalınlığından ve aşırı biçimciliğinden sıyrılmaya çalışan, kalıcılığı olmayan bir sanat... Dilbilim ve felsefenin verilerinden yararlanan, başat anlatım biçimi derleyicilik (eklektizm) ve karma biçimlerde sunumlar... Sanatçının görevi süreci başlatmak ve sonuçlarını beklemek...

* Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi,

Şimdi konuya bir başka yönden bakalım. Televizyon, diğer araçlara oranla büyük izleyici kitle sine seslenen, çağın başat iletişim aracı... Şu andaki konumuyla, toplumdaki yeri diğer araçlardan daha önde... Teknolojisi geliştikçe daha da yaygınlaşan, sınırları kaldıran bir kitle iletişim aracı....

1960'lı yıllara dek -kendi dilini yaratmadan önce varolan sanatın (özellikle sinemanın) malzeme, teknik, biçim ve biçemlerinin birçok özelliğinden yararlandı televizyon. Programlar üretti.

1970'li yıllarda video kayıt aygıtının geliştirilmesiyle, 'Film Tekniği Çağı'ndan 'Video Tekniği Çağı'na geçti televizyon (Kılıç 1989: 137). Video teknolojisi, kayıt ve depolama boyutlarıyla hem ekonomi, hem zaman açısından büyük yararlar getirdi televizyon yapımlarına. Video ile, görsel iletişim biçim ve biçemi, diğer görsel iletişim araçlarının aleyhine geliştirirken, televizyon, kendine özgü dilini oluşturmaya başladı.

1982 sonrasında toplumsal/kültürel değişim ve gelişimler, televizyon/video teknolojisindeki hızlı gelişim, gerçek dünyada olmayan görüntüleri üreten bilgisayarın televizyon ve video teknolojisine girmesi... özel efektlerin bilgisayarla yapılabilme kolaylığı... ve anlatıya katılması... televizyonun anlatım olanaklarını daha da geliştirdi. Televizyon, pop müzikte yaşanan patlama ile birlikte popüler kültürün verilerinden, düşünsel yaratımın olanaklarından, yukarıda sıralanan teknik üstünlükten yararlanarak kendi teknolojisine uygun, en uç örneklerinin sergilendiği yeni bir biçim ve biçemi geliştirdi: Seyirlik müzik ya da video klip'ti gerçek ve yapay imgelerin kaynaştığı yeni anlatım/iletişim biçimi... Müzik, yalnızca dinlenir değil, izlenir oldu aynı zamanda. Popüler müzik, teknolojik her türlü yeniliği deneme fırsatını özellikle 'video klip'lerde buldu. Popüler müziğin videoda yer almasının en büyük nedeni teknolojik olduğu kadar, tecimsel.

Önemli bir iş alanı video klip sektörü bugün. Sayısı her geçen gün artan, yirmi dört saat video klip yayınlayan televizyon kanalları, kimileri için yaşamın bir parçası, kimileri için uykusuz gecelerin dostu. "Şu ya da bu grubun son şarkısını din-

ledin mi?" yerine, "Şu ya da bu grubun son video klip'ini izledin mi?" sorusu daha gündemde. Video klip'in bu kadar benimsenmesi, kitle iletişim araçlarından televizyonun, gazetelerin ve internet'teki on binlerce sitenin kliplerle yakın ilgi içinde olmasından. Müzik dergilerinde en çok satan albümler listesinin yanında 'en çok izlenenler' olarak kendine yer bulmasından. Video klip, başarılı ve başarısız ürünleriyle yalnızca televizyonlarda değil; konu çeşitliliği ile, her yaştan, sınıftan insanı kendisine bağlayan - yaşamın ayrılmaz bir parçası durumuna gelen bir çok internet sitesinde de yer buldu... Binlerce site, video kliplere ayrılmış durumda. Bu sitelerin herhangi birinde, istediği parçayı indirip, rahatlıkla izleyebilme şansı var kişinin. Cep telefon şirketleri de bu ilgiye kayıtsız değil. (Bu denli yaygınlaşmadığı dönemlerde, 'Senaryo Uygulama Dersi' min birkaç haftasını başarılı video kliplerin içerik / biçim çözümlemesine, video klip senaryosu yazımı çalışmasına ayırmam uzak görüşlülük değildi. Varolan ve giderek gelişen bir gerçek vardı.)

Bugün, artık her yeni günde, parlayan yeni bir sanatçının (!) ya da ünlü bir şarkıcının albümünün satış şansının artması için, şarkılarının yalnızca radyolarda yayınlanması yeterli değil. Şarkıların video klip olarak televizyonlarda gösterilmesi gerek... Müzik yapım şirketleri -kaset ya da CD- piyasaya yeni bir albüm sürerken, albümde -hit olacağına inandıkları- parçalardan birinin video klip'inin de aynı anda televizyonlarda gösterime girmesi, satışı artırma çabasıyla başka bir şey değil.

"Video klip... Pop müzik... İnternet... Yaşamımıza son yıllarda hızla giren üç kavram. Üstelik bu üçlü günlük yaşamımızda oldukça önemli yerlere sahip. Pop müzik ve ardından video klip sektörü ekonomik olgunluğa hızla ulaştı." (Sümer 1999). Müzik ve görüntü, müzik endüstrisinde bir bütün artık.

VİDEO KLİP = SEYİRLİK MÜZİK

Değişik kaynakların, değişik yanıtları var, video klip'in tanımı konusunda.

- Video klip, yakın zamana kadar, bağımsız sinema ve video sanatı ile sınırlandırılan avant-garde akımının estetik olanaklarını genişleten yeni bir anlatım aracıdır.
- Video klip, kitle iletişiminde görsel-işitsel ilişkilerini yeniden tanımlayan müzik ve görüntünün yeni bir bireşimidir.
- Video klip, pop müzik endüstrisini ayakta tutan plak, kaset/ CD'lerini pazarlamanın yeni aracıdır.
- Video klip, çocukların anlayışını zehirleyen yabanıl, seksist, sadomazoşistik görüntülerin yeni bir kaynağıdır (Kinder 1987 / 1994 : 154).

Video klip, en yalın tanımıyla, şarkıların/müziğin /şiirin/herhangi bir şeyin tanıtımının daha çok kişiye ulaşması için çekilen görsel/işitsel, renge renk bir bireşim; bir çeşit kısa film. Hiç değişmeyen ses izi üzerinde, ardi ardına hızla değişen birbirinden güzel resimler... Bir görüntüyü algılamadan, gelen bir diğeri... Belleklerde neyin kaldığı ya da kalacağı hiç önemli değil. Dinleyenleri/izleyenleri aynı müzikte buluşturan, ama her kişide değişik duygular uyandıran, kişiler üzerinde günlük yaşama yansıyan davranış biçimleri yaratan bir izlenim/dinleti türü. Video klip, bugün milyonlarca izleyenin ortak dili...

En kapsamlı tanımıyla video klip, insanları ablu-kaya alan popüler kültürün, müziği iletişim değil, çoğunlukla geri plana bırakan tecimsel araç olarak gören anlayışın ortaya çıkardığı, ilgi görmesiyle giderek gelişen, görsel ağırlıklı ürünler. Ya da 'video' olarak adlandırılan, Türkiye'de -Türkçe karşılığı olmayan- 'klip (bölüm, parça)' sözcüğüyle birleştirilen başarılı başarısız, tekrar izlenmeye değer ya da değmez seyirlik müzik.

Video klip, yarattığı yeni iş alanı ve kazanç dışında -bizi ilgilendiren- başarılı örnekleriyle, anlatımda da yaratıcılık örneklerini ortaya koyan, en yeni tekniklerin, bu tekniklerin bireşimlerinin uygulamaya geçirildiği öncü bir alan. Öncülüğü, denenen teknik ve biçimlerin sonraları reklam ve sinema filmlerinde kullanılmasından. Bu anlamda, kendileri de birer reklam olan video klip'in, reklam filmleriyle ilişkisi teknik düzeydedir. Sinema ile ilişkisine ve etkileşimine kısaca değineceğim. Kısaca... çünkü, sinema dili - video dili bireşimi ayrı geniş bir araştırmanın konusu.

DÜNYADA VIDEO KLİP

Queen Production Ltd. tarafından 1975'te çekilen *Bohemian Rhapsody* tarihe geçen ilk video klip. 1980'ler televizyon izlemenin yoğunlaştığı; müzik endüstrisinin, özellikle pop müziğin elektronikleşerek geliştiği, LP'lerin, yerini yavaş yavaş CD'lere bıraktığı yıllar... Müziğin artık video klip'lerle anılmaya başladığı yıllar...

Plak satışlarında aşırı düşüş... Müzik yapımcıları umarsız... "Televizyon yayınındaki boşlukları dolduran ya da o an yayınlanan programda oluşan bir aksaklığın giderilme anında kullanılan, müzik videosu bir çözüm olabilir mi?.." İlk girişimler sonrası elde edilen bulgular, "Plak alıcıları artık televizyonda yalnızca şarkı söyleyen bir insan görmek istemiyor... Belleklere yerleşen ilginç görüntüler plağın satış şansını daha çok artırıyor..." biçimindeydi.

Sonuç, yeni bir reklam türü ile birlikte -televizyoncular, yapımcılar, yönetmenler için- tecimsel yoğunluklu yeni bir kapının açılması... ABD'de, Music Television (MTV) adlı özel televizyonun gün boyu, aralıksız video klipler göstermeye başlaması... Çok kısa sürede, gittikçe artan izleyici sayısı, ülkenin -daha sonra ülkelerin- en etkin müzik televizyonu olması... MTV'nin başarısı, bu tür yayın yapan televizyonların sayısını artırdı (1).

1990'lar müzik adına bir curcuna... Video klip erotizmiyle pazarlanan Rock... Rap... Metal... Hip Hop... Şarkıcıların video klip yıldızı olma girişimleri... Klipleri için yönetmenlerini kendilerinin seçmesi... Ünlü sinema yönetmenlerinin bu işe el atması... (Şu an usuma gelenler, Fellini'nin Boy George'la, Ferzan Özpetek'in Tarkan'la yaptıkları video klipler.) Kimi yıldız şarkıcıların süper yapım olarak tanımlanabilecek video klip'leriyle başedemeyerek batan kimi küçük müzik yapım şirketleri ya da yalnızca video klip'lerle yaşamını sürdüren pek çok şirket...

Daha çok ABD'de ve İngiltere'de gelişim gösteren video klip, bugün artık dünyanın dört bir yanında bir endüstri... (İlginç bir not: Michael Jackson'ın *Thriller* şarkısının video klip çekimleri için harcanan para yarım milyon dolar... 35 milyon albüm satışı bu parayı fazlasıyla geri getirdi.)

TÜRKİYE'DE VIDEO KLİP

Dillerden düşmeyen şarkıların şarkıcılarıyla *'Şarkı Çekimi'* yapıldı 1990'lı yılların televizyon eğlence programları için. *'Şarkı Çekim'*leri Türkiye'deki ilk video klipler... *"Şarkı söyleyen sanatçıların görüntülerinden ibaretti bu çaba"* (Tunca). Her kanal, her şarkıcı için, hangi şarkıları yayınlanacaksa stüdyoda (dümdüz bir fon ya da çoğunlukla gazino benzeri dekorların önünde) ya da dış mekanda, yeşillikler içinde (çoğunlukla park, bahçe ve deniz kıyısında) özel çekimler yapardı. Diğer televizyon kanalı aynı şarkıcının, aynı şarkılarını yayınlamak istediğinde, yeniden *'Şarkı Çekim'* yapmak zorundaydı. Daha da ilginç, aynı kanalın, bir başka gün yayınlanacak, bir başka programı için, aynı şarkıcının aynı şarkısı için yeni bir çekim yapıldı. Varolan rekabet koşullarının gereği idi bu. Zaman ve para açısından ekonomik olmayan bir durum... Sorunlardan birincisi bu... İkincisi, aynı şarkıcının bir başka televizyon için yapılan çekimlerinin, şarkıcı ya da müzik yapımcısı tarafından -kimi zaman- beğenilmemesi... televizyon kanalı ile şarkıcı ya da müzik yapımcısı arasında mahkemeye dek giden süreçler...

1990'ların başı, birçok Popüler Türk Müziği (pop müzik) şarkıcısının parlamaya başladığı yıllar... Bu gelişimde en büyük pay, şarkı sözlerini ve hatta bestesini -TRT gibi- bir denetimden geçirmeye gerek duymayan özel televizyon kanallarının. Yine bu yıllarda, televizyonun pop müziğinin -sonraları diğer türlerin de- sunumunda dünyadaki gelişime ayak uydurması bir zorunluluk oldu: *"Bizim de MTV'de izlediklerimize benzer kliplerimiz olmalı..."*

Video kliplerin televizyon eğlence programlarına yansması kaçınılmaz bir sonuç. Yalın bir dekor önünde, kameralara bakmaya çalışarak durmadan sallanan, gerekçeli-gerekçesiz devinen şarkıcının görüntüleriyle çıktı izleyicilerin karşısına ilk video klipler.

İzleyici seçiciliğini kullanarak, *'şarkı çekimleri'* yerine -sonraları- imgelerle yüklü, devinin sınırlılığı tanımayan, görselliği yoğun video klipleri izlemeyi yeğleyince, o güne dek beğeni ile (!)

izlenen eğlence programlarının izlenirlik oranı azaldı. Çözüm... bir kaç video klip'i arka arkaya ekleyerek yeni program kuşakları oluşturmak... Yoğun ilginin sonucu ise, Amerika ve Avrupa'da olduğu gibi *'non-stop'* müzik yayınlayan televizyon kanallarının kurulması... Bunlar, genellikle hep aynı kliplerin döndüğü, *'fotokopi-VJ'*lerin *'fotokopi-sunumları'* ile şarkıların birbirine bağlandığı, yüzeyselliğin etkin olduğu *'fotokopi'* kanallar... (Eken). Video müzik kanallarının yayına başlamasıyla birlikte *'klip'* sözcüğü de girdi yaşama, bir daha çıkmamak üzere... Video klip, Türkiye'de endüstriyel bir yatırım olma yolunda ilk adımını böylelikle attı.

Video klip -dünyada olduğu gibi Türkiye'de de- yalnızca yeni adların değil, kendini kabul ettirmiş şarkıcıların/grupların yeni çıkan şarkılarını tanıtmak için milyarların harcadığı sistematik bir tanıtım yolu. Kaset, CD satışlarına olumlu katkısı olan video klip, müzik endüstrisini kurtaran bir çözüm... İlginç, başarılı bir video klip'in, yeni şarkıcı ve grupları tanıtıp, onlara şans kapısını açmada; sıradan bir şarkıcının kaset/CD'lerini binlerce satmasında etkisi büyük. Öyle ki, şarkıcı ya da grup ne kadar ünlü olursa olsun, son şarkılarından birinin video klip'i televizyonlarda gösterilmekçe, müzik listelerinde üst sıralarda yerini alması olanaksız; kaset/CD'lerinin satılma şansı az. Fuat Güner *"(...) klip müziği anlatmaz. (...) video klip müziği öldürüyor ama mecbur olarak bu sanayiye uymak zorundayız."* (1999) diyerek durumu açık seçik ortaya koyar. Video klip müzik yapımcıları için artık vazgeçilmez bir ölçü. *'Şarkı Çekimi'* döneminde, ekibin yemek giderleri düşünülürken, bugün süper yapımlara dönüşen video klip çekimleri, büyük harcamalarla Avrupa'da, Amerika'da bile yapılır oldu.

Türkiye'de ilk video klipleri başlangıçta -bu konuda öylesine bir bilgisi olan, yabancı kliplere öykünmekten sakınmayan- televizyon yönetmenleri geçirdi yaşama. Pop müziğinin iyi bir pazar olması nedeniyle, reklam filmi, sinema filmi yönetmenleri hatta kimi ünlü şarkıcı /türkücüler kamera arkasına geçerek video klip çekmeye başladı. Ortaya çıkan ise, mini *'Türk Filmi'* denebilecek filmcikler/klipler... Tek yanlı aşk, seven ama kavuşamayan sevgililer, ayrılıklar, sev-

gilisinden karşılık göremeyince ağlayarak yatağına kapanan genç kızlar - kendini meyhaneye atan genç erkekler... (2).

“Her türlü teknolojik yeniliği dünyanın başka hiçbir yerinde görülmemiş bir hızla kabul edip yaşama geçirme konusunda rakip tanımayan ülkemizde ne yazık ki estetik değerler hep bir gerileme içerisinde” (Pembecioğlu 2003). Değişik görüntüleri peşpeşe eklemekle video klip olmayacağı gösteren, düşünsel yanıyla kendine özgü, ayrı bir alan olduğunu kanıtlayan başarılı örnekler göz önündeysen, Türkiye’de -her şeyde olduğu gibi- ok yaydan fırladı bir kez. Kısa sürede birbirinden ayrımı olmayan, başarısız ve düzensiz (hatta gittikçe saçmalaşan) örneklerle klip çekmek otomasyona bağlandı. Türkiye’de ‘non-stop’ müzik televizyonları ilk zamanlar, şarkıcıların ya da bağlı buldukları şirketlerin hazırladığı video klipleri, izlenirliklerini artırmak amacıyla -reklam olmasına karşın ücret almaksızın- yayınladı. O günlerde, ünlü bir şarkıcının yeni video klip’ini ‘non-stop’ müzik televizyonları (hatta özel televizyon haber kuşakları) ilk kez yayınlamak için yarışırken, şimdilerde müzik kanalları, klip yayını için müzik yapımcısından ya da şarkıcı/topluluktan yüklüce paralar alır oldu. Bir süre sonra müzik yapım şirketleri, sözleşmeli şarkıcılarını, kaset/CD’lerini pazarlamak için başka bir kanala para ödemek yerine kendi kanallarını kurdu.

Türkiye’deki müzik ve video klip endüstrisinin ne durumda olduğunu ortaya koyan bir söyleşiden alıntılar: Bir müzik yapımcısının açıklamasına göre, yapımı “en az 60-70 milyara” malolan kasetin tutması, satış şansı için, “Klip şart... Televizyon şart”. “Televizyonda klip yayınlamak için para ödendiği doğru mu?” sorusuna müzik yapımcısının yanıtı kesin, “Tabii, bir klibin bir ay dönmesi sekiz bin altı yüz dolar...” “Peki televizyon programları?” Yanıt yine kesin, “Orada da adamın olacak. tabii, ama program yapımcısına bir buçuk, iki milyarlık çiçek gitmesi lâzım.” (Zengin 2004).

VİDEO KLİP DİLİ

İzleyiciler, video klip uygulamasıyla şarkıları/müzikalleri, daha değişik bir gözle görmekte ve

izlemekte artık... Başarılı bir video klip’in hiç sıkılmadan, tekrar tekrar izlenmesi; hatta tekrar tekrar yayınlanan klipte görsel ayrıntılar bulunması... Bu açıdan, amaç ve biçim olarak, televizyon programlarından ayrıldığından yeni bir dil, yeni bir biçim olarak değerlendirmek gerekir.

Günümüzde gerek çeşitli programlar içinde, gerek tematik televizyonlarda yayınlanan video klipler, daha önce varolan dillerden aldığı öğelere karşın yine de -onlarla ortak kullandığı- kendine özgü değişken bir biçimi, yepyeni bir anlatım dili var. Her geçen gün gelişen, kuralsızlığı ve sınırsızlığı ile kendine özgü etkili ve çarpıcı bu evrensel dil, müziğin evrensel dili, kimi özellikleriyle resim sanatı, performans sanatları, sinema, televizyon, video teknolojisi, canlandırma (animation), bilgisayar ortamında yaratılan sanal görselliğinin birleşimiyle oluştu. Ulaşılan son nokta ise, izleyenler açısından yoğun bir ilgi...

Şimdi yanıtlanması gereken soru şu : Video klip kendine özgü dile ulaşmada hangi sanatları, hangi teknolojileri ne ölçüde, hangi açıdan kullandı?

Resim

Özellikle yirminci yüzyılın, birbirleriyle kesişen, bütünleşen, birbirlerinin devamı ve sonucu olan görsel avant-garde sanat akımlarının kimi özelliklerinin -kimi kez görsel kimi kez düşünsel yanılla- video sanatı/video klip ile bağlantıları var.

İlkçağ -Grek ve Roma- öğelerini, biçimlerini ön plana çıkararak, Barok Sanatı’nın aşırı süslemeciliğine tepkili bir akım *Neoklasisizm*. Işığın etkilerinden uzak, perspektif ve derinlik aramayan, arka plana ağırlık veren -keskinleşen- çizgiler...

Duygu ve iç dünyasıyla, sanatçının doğrudan kendisine yöneldiği bir akım *Romantizm*. Yapıtın/yapıtların başarısı, sanatçının bireysel olarak kendini yorumlaması, kişiliğinin duygusal yanının en iyi biçimde anlatılabilmesiyle orantılı...

“Ben hiç melek resmi yapmadım, çünkü hiç melek görmedim” der *Realizm (Gerçekçilik)* akımının sanatçılarından Courbert. Önemli olan, sanatçının gerçek olanı, gözle görülüp, elle tutulana

tıpkı bir ayna gibi yansıtması... Dünya gerçeklerini gözler önüne sermesi.

Dış dünyaya ilişkin olanı -ışığı, renkleri, tepkileri, hüznüleri- ve yakalanan anlık konuları işler *Empresyonizm (İzlenimcilik)*. Kısaca, ışık yansımalarıyla konunun yittiği, ışık ile resim yapma... Işık oyunları ile oluşan gelişigüzel düzenlemeleri, düzene koyma girişimi ise, Empresyonizm'e tepki olarak doğan *Post Empresyonizm* sanatçılarından. Ekonomik sorunları, siyasal karışıklıkları, toplumsal dengesizlikleri konu alan akım ise, Empresyonizm'e tepki olarak doğan *Ekspresyonizm (Dışavurumculuk)*...

Art Nouveau, mimari/iç mimari alanlarda ve süsleme sanatında en önemli yapıtlarını veren -ressamlarca da kabul gören- bir sanat akımı. Yansıtılan konular: Gelişen teknolojiye bağımlı yaşamın iç arayışları... Sanayinin gücü karşısında insanların şaşkınlığı... Geleneksel sanata karşı çıkan, yoğun yumuşak kıvrak çizgiler... Süslemeyi ön plana çıkaran bir biçem...

Sanata bakış açısının değiştiği, sanatçının yapıtlarına özgürce sahip olma düşüncesinin egemen olduğu bir akım *Fovizm*. Resimlerin yalın ve temiz boyanması, çığ ve sert renkler kullanılması Fovizm'in görünen özelliği...

Fovizm'den kopan sanatçıların oluşturduğu *Kübizm*'in temel özelliği, üçüncü boyutu tuvalin üzerine perspektif olmadan yansıtabilme...

Kübizm'e tepki olarak ortaya çıkan *Futurizm (Gelecekçilik)*, yirminci yüzyılın bir başka sanat akımı. Dış dünyanın yansıtılmadığı yapıtlarda betimlenen, savaşların, hızlı makineleşmenin insanın iç dünyasını, duygularını nasıl etkilediği... Ustan ve mantıktan uzak, tamamen düşlerden oluşan düzenlemeler... Futurist resimlerdeki devinim anlayışına tepki *Metafizik Sanat*'in özellikleri...

Non-Figüratif, Abstre, Non-Objektif adlarıyla da anılan *Soyut Resim*'de, temel özellik : ışık ve renk; kompozisyon : sanatçının iç dünyası ya da herhangi bir nesne...

İnsanlığı karamsarlığa, umutsuzluğa yönelten Birinci ve İkinci Dünya Savaşları sırasında, filizlenen bir akım: *Dadaizm*. Akıma, Fransızca *tahta at* sözcüğünden gelen - alay etmek amacıyla *dada* adını koyan ise Ozan Tzara. Gerçeği bulma adına, çocuksu coşkularla uçuluğu, geleneksel anlayışları ve eski sanatı reddetme... Amaç, yeni bir sanat, düşün ve kültür ortamı yaratma... Önemli olan, mantık sorularının sorulmadığı anlık duyguları yakalamak. Alışılmalı resim tekniklerinin bırakılması... gündelik kullanılan kağıt, ağaç... gibi malzemenin birlikte kullanılmasıyla ortaya konan ilginç yapıtlar... Sonunda sanatı da reddederek yok olan bir akım.

Dadaizm'den doğan *Sürrealizm (Gerçeküstüçülük)*, ikinci Dünya Savaşı'ndan sonra, Freud'un geliştirdiği psikanaliz yönteminin sanatla bileşimi. Sanatsal yaratıcılığın bilinçaltı süreçlerden kaynaklandığını savunmak; yaratım eyleminin bilinç altını dışa aktarım olarak görmek... Sanata yansıyan ise, insanın anlık ruhsal çelişkileri, karşı çıkışları ve değişik tepkileri...

Yoğun olarak 1911-1914 yılları arasında görülen *Orfizim*'de, her şeye etkin olan renk ögesi... Tanımlanan ve kanıtlanan gerçek temalardan kaçış ana eğilim... yansıtılan ise, dış dünyanın dengeli ve durağan bir biçimlenmesi değil, iç dünyanın dinamizmi...

Konstruktivizm ve geleceğe yönelik tavrı ile Futurizm'den etkilenen *Kinetic Art*, devinimin etkisiyle ilgilidir, devinimin kendisiyle değil. Bu etki de, yapıtları elleyleyebilen, devindirebilen izleyicisinden ortaya çıkar. Adı geçen akımlardan ayrımsal olan yanı devinimi biçimsel değil, devinimli bir nesne biçiminde göstermesi. 1950 yıllarında gelişim gösteren akım devinimi dört tip olarak ele alır: (1.) gerçekten devinimli (2.) izleyicinin devinimiyle devindirilen (3.) ışık yansımaları yapanlar (4.) izleyenin katılımını gerektirenler.

1960'lı yılların ortalarında gelişen, bağımsız kavramsal düşünceleri / görüşleri maddesel olgulardan üstün tutan, bilgi yanı yoğun bir sanat eylemidir *Conceptual Art*. Sanatın, kesin bir tanımının yapılması... ve diğer düşün alanlarındaki yerinin tanımlanması... temel noktaları bunlar. İletici

şimsel bir özellik kazanması için, düşünce ve görüşlerin tek bir oluşumla değil, yeni vurgulamalarla -afişler, filmler ve videolar aracılığı ile yansıtılması.

Pop Art (Popüler Sanat = Halk Sanatı), İkinci Dünya Savaşı sonrasındaki köklü değişimlerin sanata yansması. İlk örnekleri 1954'te İngiltere'de; gelişimi ise, Amerika ve Fransa'da. Sanat aracılığıyla bir takım iletilerin verilebileceğini savunan akım, İngiliz sanatçılar tarafından romantik bir coşkuyla benimsenir. (Lyton 1982: 297-298). Film oyuncularını, şarkıcıları ve popüler kişiler, İngiliz sanatçıların ilk Pop Art resimlerinin konusu. Pop Art, Amerika'da, kimi sanatçılar tarafından hızla özümseilirken; kimileri, sanatın kapitalist dürtü ve kapitalist tavırla satılığa çıkarıldığını söyler. Tüm ülkelerde Pop Art'ın ortak noktası ise – gelişimine destek olan- kitle iletişim imgelerine dayanmaları ya da kitle iletişim araçlarının yaratım sürecinden geçmeleri. Bir yanı sıra iletişim biçimlerini keşfetmeye... kitle iletişim araçlarına eleştirel gözle bakıp, bu araçlarının insanların dünya görüşlerini değiştirdiğini kanıtlamaya çalışan; diğer yanı sıra renkli afişler, resimli dergiler, çizgi romanlarla tüketimi çekici kilmaya çalışan reklam aracı bir sanat akımı... 1962 de konu, tema ve biçimlerin bir yana bırakıp, alanın genişletilmesiyle kazanılan ayrımsal bir boyut... Ana amaç, popüler ve elit sanat ayrımına karşı çıkmak; entellektüellikten çok fiziksel bir etkili yaratma ve günümüz dünyasındaki sıradan insanın ruhunu yansıtmak... Ana anlatım araçları, kent kültürünün odağını oluşturan fotoğraflar, çizimler ve reklamlardan alınma ve sıradan insanın belleğindeki imgelem biçimleri... karma bir biçim... daha çok dekoratif bir anlayış... Kitle iletişim araçlarında kullanılan sözcüklerin, imgelerin gerçek dünyanın bir parçası olması nedeniyle, gerçekliğin çeşitli yönlerinin az ya da çok doğrudan betimlenişini (Lyton 1982 : 308).

Değişik sanat dallarından değişik (çeşitli) biçimlerde ortaya çıkar Pop Art. Kitle iletişim araçlarındaki (gazete, dergi, sinema, televizyon) imgelerin uyandırdığı çekiciliği, en belirgin yoldan yapıtlarında kullanır sanatçılar. Sonuç: Resimli dergilerin görsel dili / konuları / teknikleri, günlük yaşamın olgularıyla bileşimi ve imgelerin

değişik tekniklerle yinelenmesiyle elde edilen ilgi çekici sonuçlar. Kullanılan imgeler: Film yıldızları (Marilyn Monro, Elvis Presley, Elizabeth Taylor...); kamu oyununun iyi tanıdığı kişiler (Suikasta öldürülen ABD Başkanlarından J.F. Kennedy, Che Guevara, Lenin...); çizgi roman kahramanları (Conan, Tenten, Spider Man...); ölüm aygıtları (balta, tabanca, tank); otomobil kazaları, antik yapılar, heykeller, ünlü tablolar, stilize kalp, çiçekler... Duruma göre, imgelere olduklarından daha bayağı, daha çekici ya da daha korkunç özellikler kazandırma... Rengin, biçimin, boyutların ve diğer öğelerin etkili bir biçimde kullanılması...

Verdiği tat ve yarattığı etkilerle, canlılığı ve anlaşılabilirliği ile kitlelerin ayırıcısına vardığı Pop Art, ünlü modacıların, televizyoncuların, belli iletiler iletmek zorunda olan reklamcılarının da ilgi odağı oldu. 1960'larda olağanüstü bir ilgi uyandıran Pop Müzik şarkıcıları ve toplulukları ile tüm sanat akımlarının kimi özelliklerini barındıran Pop Art akımı arasında varolan ilişki ise video kliplerde...

Kısaca geleneği olmayan, uydurulan, düzenlenen yeni bir halk sanatı... Savaşçı olduğu kadar, eğlendirici bir akım. Sanata yaklaşımı çeşitlilik içeren, toplumsal kaynaklara, psikolojik ve psikanalitik temellere dayanan tüketim uygarlığının sanatı Pop Art...

1962'den sonra Kinetic Sanat'tan etkilenen, gözün yanılabilirliği üstüne araştırmalardan yola çıkan *Op Art*'ın yönelimi, ikinci ve üçüncü boyut... Amaç, beyin ya da gözde fiziksel etkilenmeye neden olan ve izleyiciyi hayret ve aldanmaya yöneltecek imgeler yaratma. Oluşturmak istenen, ruhsal etki ve fiziksel gerçekler arasındaki zıtlığın vurgulanarak çok boyutlu görüntü üzerine yerleşen sanatsal bir biçim...

Video klip görsellik açısından sıralanan görsel sanat akımlarının (kompozisyon, renk, ışık) kimi özelliklerini kullanır. Video kliplerde bu özellikleri gözlemleyebilmek için sıralanan akımları ve yapıtları daha yakından, daha ayrıntılı olarak tanımakta yarar var.

Sahne Sanatları

Topluluk önünde müzik, dans, şiir, tiyatro ve videoya ilişkin öğeleri, bir bireşimle gerçekleştiren sanat etkinlikleridir *Sahne Sanatları (Performance Art)*.

The Living Theatre (1960 sonrası). İzleyicilerine 'aşk, özgürlük ve anarşi' düşüncesini aşılama ereğinde olan, kendilerini 'anarşi tiyatrosu' olarak tanıtan ama anarşizmi daha çok dinsel ve cinsel açıdan ele alan bir topluluk. İzleyicileri sahneye çağırması ya da oyuncuların izleyiciler arasına inmesi... Kimi kez çıplak, kimi kez bikini ve kimi kez bez parçalarıyla izleyicisini şaşırtma... Kimi gösterilerinde toplu cinsel birleşme... Biçimsel olarak -dışsal- yeni bir görünüş... ama 'aşk, özgürlük ve anarşi' sloganlarıyla sığ bir öze sergilenen aşk sevgisiz, özgürlük zincirli ve anarşi de çocuksudur.

Kara Tiyatro. ABD'deki zenci toplulukların güncel olayların ışığında, yalnızca kendilerinin değil, dünyadaki ezilenlerin temel sorunları üzerine, yeni bir özü ve biçimi ortaya koyarak yaptıkları gösteriler...

Sanatçı açısından, belirgin bir anlamı olmayan, değişik zamanlarda ve yerlerde tasarlanmadan, rastlantısal olarak gelişen ve tamamlanan, birbirleriyle bağlantısız gibi görülen, güldürü yönü güçlü, kimi zaman izleyicilerin de katıldığı bir eylem bileşimidir *Happening (Oluşum)*. Yalnızca müzik ve tiyatro olarak görülmemeli *Happening* etkinlikleri... Her şey yapılabilir: Ağlama, resim yapma, dans etme, soyunma, bir şeyler kırma... vb. Ancak kendiliğinden değil, iç itkiyle ortaya çıkar bu 'oluş'. Tiyatrodan çok psikiyatryi ilgilendiren bir eylem *Happening*. (Bu, bir anlamda, 'içe doğuş-oluş'tan söz eden Antonin Artaud'un tiyatro anlayışı.)

Burjuva kapitalizmine ve uluslararası siyasete doğrudan doğruya ve gerçekçi sahnelerle yönelen başkaldırı tiyatroların önde geleni ise, *Sokak Tiyatrosu*. Her yer sahnedir. Şarkılar, şiirler, danslar ve çeşitli devinimlerle kurulu -çok kısa tutulmuş- dağarcıkları ile sokaktan geçen halkın ilgisi

çekilir. *Politik Tiyatro*'nun bir özeti Sokak Tiyatrosu (Nutku 1972: 807-808).

60'lı yıllarda sokak gösterileri, elektronik anti müzik konserleri ile saldırgan enerjiyi boşaltmayı amaçlayan *Fluxus* etkinlikleri, yaratım ve yok oluşu arasındaki -geçici- yaşam akışını sergiler. Burjuva tavır ve tutum kalıplarını kırmak isteyen *Fluxus* sanatçısında da estetik kaygıdan çok toplumsal kaygı öncelikli. Popüler kültürü canlandırmak gibi bir amaçları da yok. Yalnızca müzik ve tiyatro etkinlikleriyle sınırlı değil. Etkinlik sanki bir içerik birlikteliği yokmuşçasına, ama gülmece yönü güçlü bir anlatımla rastlantısal olarak gelişir.

Geleneksel halk dansları, klasik salon dansları, popüler müzikle birlikte çoğullaşan danslar, video kliplerin vazgeçemediği, profesyonel dansçıların geri planda yer aldığı, kimi zaman şarkıcının da katıldığı bir öğe. (İlginç örnekleri Hint video kliplerinde görmek olası.)

Sinema

Video klipler, bağımsız bir tür olarak yansıtılsa da, sinemanın pek çok geleneğini -müzikal, canlandırma (çizgi / kukla), kısa film türünü- kullanılır. Görsel biçim ya da öyküleme açısından Hollywood müziklerinin, giriş - gelişme ve sonuç olarak bir bütünlük gösteren şarkı bölümlerini örnek aldığı söylenir (Allan -Kaplan akt.- 1996: 162). Yine bu bakış açısıyla, Walt Disney'in gerçeküstü görüntülerle örülü *Fantasia* adlı müzikal çizgi filmi, video klip'in ilk örneklerinden biri. Diğer bir ilk örnek, bilindik konser çekimlerine yepyeni ve yaratıcı bir biçimde görüntüler kurgulan Beatles'in *Imagine* (1960) filmi. Pink Floyd'un *The Wall* albümüyle aynı adı taşıyan filmi (1978), 'dev' bir video klip değil mi?.. Görünen, Pink Floyd'un beyni Roger Water'in yaşamından esintiler... ama *The Wall* filmi insanların düzenli yaşamak adına koydukları kuralların, kendilerini hapseden duvarlara dönüşmesine umutsuz bir öfkeyle saldırıp eleştirir. Konuşma örgüsü'nün (diyalog) çok az kullanıldığı, müzik ve canlandırma (animation) ile gerçek yaşam görüntülerinin uyumlu olduğu film, yaşa-

nan çağda kendini arayan insanın, umutsuzca haykırışını yansıtır.

Kısa süre içerisinde, sinema kurallarına ve sanatına sadık kalınarak, yönetmenin kendi yeğlediği bir yöntemle, özgün, anlaşılır öykü anlatılmak... Sinemaya sadık kalması, kişilerin değil olayın ön plana çıkması dışında, birbiriyle biçim ve biçim benzeşmesi olmaması nedeniyle, kısa film şudur ya da budur diye belli kurallar koymak olanaklı değil. Önemli olan, tasarlanan olayı/öyküyü/duygu ve düşüncüyü anlamı oluşturan, destekleyen devinimli görüntülerle anlatmak... Bu sinemanın önemli bir türü olan *kısa filmin* özellikleri. Televizyonun yarattığı video klipleri etkileyen de -ilk başlarda- sinemanın müzikal filmlerin şarkı sahneleri ve kısa film anlayışı. Bu açıdan bakıldığında video klip'i, bir televizyon sunumu olduğu kadar, minyatür bir film olarak da değerlendirmek doğru bir yaklaşım olur (Allan - Holdestein akt. - 1996 : 162).

Video Teknolojisi

Daha önce değinildiği gibi, televizyon gerçek dilini ancak video teknolojisinin gelişiminden sonra buldu. Video Art ve Video Klip, kendisi sanat olmayan televizyonun iki sanat dalı (3) . Tüm bunların yanına, görsel yansımaları video kliplerde görülen *Fotoğraf* ve *Bilgisayar Teknolojisi*'sini de eklemek gerekir.

Reklamlar

Video klip bir reklam aracı olduğu düşünüldüğünde, televizyon reklamcılığının görsel öğelerini, kurgusunu, biçimini kullandığı rahatça görülebilir. Video kliplerde, reklam anlatı tekniklerinin kullanılması, bu tekniklerin izleyicinin dikkatini çeken ve tutan özelliklere sahip olmasından. (Kinder 1994 / 1990 : 158).

Video klip, reklam ilişkisini ilginç bir olayı anlatmadan geçemeyeceğim. 1990 yılında Madonna'nın Amerika ve Avrupa ülkelerinde beklenilen üzerinde satan *Like A Prayer* dört dakikalık şarkısının erotik video klibinin televizyonda gösterilmesiyle de ortalık birbirine girdi. Katoliklerin tepkisiyle karşılaştı. Madonna, Hıristiyanlığı aşağılamakla suçlandı, hatta İtalya'da tutuklama

kararı çıkarıldı. Madonna, kilise ortamında çekilen klipte, erotik dansıyla haça gerili -zenci bir oyuncu tarafından canlandırılan- İsa'yı baştan çıkarmaya çalışır. Sonuçta bunu başarır ve İsa'yı haçtan indirip kilisenin ortasında sevişir. Bu klip sonrasında öyküsü de ilginç. Hıristiyan dünyasının, o sıralarda Pepsi reklam filmlerinde oynayan Madonna nedeniyle, boykot tehdidi karşısında, Pepsi şirketi Madonna'lı reklamları yayından kaldırdı.

Tüm bu açıklamaları göz önüne alarak, Yuriy M. Lotman'ın *Sinema Estetiğinin Sorunları* adlı kitabındaki film dili öğelerini küçük ekleme ve değişimlerle video klip dili oluşumuna uyarlamak olası (Lotman 1986, s.49-50).

VİDEO KLİP TÜRLERİ

Bir müzik eşliğinde, ülke, kent vb. ya da başka amaçlar için yapılan tanıtım... yine müzik eşliğindeki şiir... yalnızca şarkıyı / müziği yayan, evrensel olarak şarkıcıyı tanıtan türleri var video kliplerin (4). Müzik için yapılan klipleri üç yaklaşımla ele almak olası : *Konser Video Klipleri*, *Şarkıcı Odaklı Stüdyo / Dış Çekim Video Klipleri* ve herhangi bir şarkı için yapılan *Öykülü (Concept) Video Klipleri*.

Konser Video Klipleri

Şarkıcı ya da grubun konserlerinden elde edilen görüntülerle oluşur bu tür klipler. Albenisi olan bir video klip, gösterişli bir konser, televizyon teknolojisinin olanakları, kamera kullanımı, bilgisayar ve sayısal (dijital) araçlarla eklenen değişik efektler ve sahnenin görsel tekdüzeliğini gideren ışıklama, laser oyunları ile elde edilir.

Konser video kliplerinde,

- Dramatik öykü anlatımı yok. Amaç yalnızca şarkıları / müziği sunmak.
- Görüntüde yalnızca şarkıcı/grup/müzisyenler ve arada bir şarkıya eşlik eden, sevgi gösterilerinde bulunan izleyiciler yer alır.
- Şarkı sözlerinin/müziğin iletileri dışında -görsellik yoğun olmakla birlikte- görsel anlatımın kavramsal iletileri bulunmaz.

Şarkıcı / Grup Odaklı, Stüdyo / Dış Çekim Video Klipler

Ünlü bir şarkıcının ya da grubun imaj değişimini; yeni bir şarkıcı/grup ve şarkısının tanıtımını amaçlar bu video klipler. Şarkı boyunca şarkıcının/grubun şarkıya uygun devinim ya da - profesyonel dansçıların da kullanıldığı - dansları... Çeşitli ölçeklerdeki kısa, anlık çekimler ve elbette yine şarkıya uygun kamera devinimleri... Stüdyo çekimlerinde, şarkıyla uyumlu ya da değil, yalın bir dekor -koltuk, hazır yemek masası, vazoda ya da saksıda çiçek, pencere görüntüleri... ya da fotoğraf/film arşiv - belgesel görüntüleri... kimi ünlü filmlerden görüntüler... kullanılır. Dış çekimlerde ise, kullanılan mekan, şarkı çekim'lerinde olduğu gibi park, kır, orman, deniz kıyısı, dağ... Dramatik bir anlatım içermeyen stüdyo/dış çekim video klipleri kısaca böyle...

Öykülü (Concept) Video Klipler

Toplantılar, güdüleyici programlar, çalışanları tanıma, kuruluşu / kurumu... bir ürün ya da hizmeti tanıtmaya, vs. için kullanılan öykülü (concept) video klipler, kısa film ya da televizyon programı anlayışıyla yapılır. Yapımın gereğine uygun, önceden saptanan tipik bir tema... temaya uygun, çoğunlukla ciddi ya güldürücü öğeleri olan ya da her ikisinin bileşimi bir senaryo... Belgesel, parodi ya da istenen herhangi biçimde bir anlatımla düzenlenen içerik... (Akyürek 2004 : 79-294).

Yalnızca müzik sınırlandırılmasıyla, öykülü video kliplerin özellikleri :

- Uzunluğu üç ya da en fazla beş dakika arasında değişir.
- Öykü, son derece yalın iletiler de taşıyan dramatik bir öykü çerçevesinde, sözlerinin içeriği ve müziğinin ritmi doğrultusunda, görsel imgeler üzerine kurulan kısa film anlayışıyla yazılan - hızlı anlatılı- bir senaryoya temellenir. Ama, başı - ortası - sonu belli, dramatik bir öykünün temel ayrıntıları yoktur. Öykü, duyguların şöyle bir kıpırdanmasını amaçlayan sınırlı sayıda sözcük, kısaca anlatılan durum ve bunları somutlayan görüntünün zincirleme kurgusuyla oluşur. Olay-

lar dizisi, yapı ve anlatı olarak gevşek dokulu müzikal filmlerin şarkı sahnelerine benzer.

- Öykü, kişilerin devinimi, kamera devinimi, ilginç anlık çeşitli görüntüler, dekor, giysi, makyaj, aydınlatma, görselliği öne çıkaracak biçimde tasarlanır. Bunların yanı sıra teknolojinin en son verilerinden yararlanılarak, çeşitli görsel efektlerle anlatımın daha hızlı ve etkileyici olmasına çalışılır.

- Video klipte öykü sınırlılığı söz konusu değil. Her türlü olay ya da durum video klip için bir öyküdür. Gerçek yaşamdaki olaylar ve durumlar kadar, düşsel/sanal dünya yaratılardan da yararlanır, bu nedenle öyküsel video kliplerin son derece geniş bir öykü alanı var. Bunlar kimi kez iç içe kullanıldığında, video klip öyküleri için karmaşık ve anlaşılmaz, kimileri için yalın, kimileri için de sıra dışı açıklamalar yapılır. Öykünün karmaşıklığı ya da anlaşılmazlığı klip için sorun değil. Önemli olan, öykü içinde varolan ana değişim noktalarını çarpıcı bir biçimde işlemek...

- İmgeleri öyküsel, grafik ya da belgesel görüntüler içerse de, video klip değişken biçimlerde (hatta zaman zaman kısa olarak ya da aralıklarla) şarkıcıyı şarkı söylerken gösterir. Böylece şarkıcı, -kimi aykırılıklar olsa da- klabin betimlediği dünyadan geliyormuş gibi görünür. (Allan 1996/1990 : 163). Çoğu kez, öykünün kahramanı / kahramanları şarkının / müziğin üreticisi / üreticileridir. Bu tür kliplerde, kimi kez şarkıcı ya da müzisyenlerle birlikte öyküyü canlandıran oyuncular; kimi kez şarkıcı ya da müzisyenlerin olmadığı, yalnızca öyküyü canlandıran oyuncular ya da canlandırma (çizgi film / kukla) kullanıldığı olur.

- Çağrışımlarla 'özgür-yalın' görüntülere başvuru olarak, bir nesnenin yalnızca kendini ya da kendisi dışında yeni bir anlam/anlamlar taşıdığı gösterilebilir. (Örneğin, solist "seni seviyorum" derken sözlerle ilgisiz bir görüntünün çerçeve kaplaması.) Kimi zaman şarkı sözleri ile görüntüler arasında bir bağlantı/koşutluk aranmaz... Söz ve görüntü bilinçli ya da bilinçsiz kaydırılır. Şarkının/müziğin bellekte kalıcı olması için yinelemeler yapılır...

• Anlık çekimlerle ve simgeler, siyah/beyaz çekimler, geriye dönüşler, ileriye gidişler kullanılarak görüntü çarpıcı bir duruma getirilir. Hızlı, sözlerle uyumlu ya da ilintisiz göz kamaştırıcı görüntüler birbirini ritmik bir biçimde izleyerek akar gider.

• İzleyicilerin görüntüleri kolay anımsanmasını sağlamak, önceden hazırlanan bir 'gündüz düşü' sunmak ve bireysel katılımını sağlamak için görüntüler arasında değişik uzunlukta boşluklar bırakılır (Kinder 1994/1987 : 157).

"Bir öykü radyoda da kitapta da anlatılabilir. Ama görsel olarak sunuluyorsa bir ayrımı olmalı, kendi diliyle bir öykü anlatabilmeli. O yüzden klübini çektiğim şarkının sözü ne derse desin; hayal gücü görüntüyle ilerler" der bir klip yönetmeni (Tunca).

Klip öykülerini yarı öykülü ya da öykülü olarak sınıflamak olası. Yarı öykülü klipler iç içe kurgulanan iki ayrımdan (sequence) oluşur : 'şarkıcı' ve 'öykü'... Her iki bölümde de başroldeki kişi şarkıcı'dır. 'Şarkıcı' ayrımında, şarkıcı şarkının önceden belirlenen sözlerini doğrudan kameraya bakarak söyler. 'Öykü' ayrımında ise bir öykü anlatılır. Çoğu kez öyküleme, parçalanmış şarkıcı/öykü ayrımıyla verilir. Cinsellik ve gözyaşının yoğun olduğu melodram özellikli öyküsel kliplerde olay örgüsü ve kişilikler öne çıkarılır. Öyküsel video kliplerde -her öykü anlatımında olduğu gibi- ortaya bir sorun konur ve sorun müzik eşliğinde ele alınır çözüme kavuşturulur.

Video klip öyküleri çoğunlukla, toplumsal yaşamın yansımaları örnekleridir; şarkıların sözleri müzikal filme benzeyen geleneksel pop temalarını ele alır, özellikle kimlik ve duyguların anlatımı: aşk, karşılıksız aşk, yitirilen sevgili, kadın-erkek ilişkisi, çeşitli açılardan evli çiftler, mutlu günlere özlem, sevgiliden ayrı düşme ya da ayrılık, kavuşma, kader, hasret, acı, gözyaşı, baskı altına alınan istekler, cinsellik, güncel yaşamın baskıları, ezilmişlik, çeşitli yönleriyle toplumsal sorunların boyutları, toplumsal bunalım, açlık, din, siyaset, bireysel başkaldırı, varolan düzene karşı şiddet, üstün güce karşı durma, sınıf atlama, çeşitli yönelimlere eleştiri... kısaca her türlü olay ya

da durum... Yalın ya da karmaşık bir öykü. Böylece, video klip belirli bir film türünün özelliklerini (korku, gangster, western, güldürü, melodram...) taşıyan kısa bir filme dönüşür (Kinder 1994/1987). Kimi video klip öyküsü, varolan dünya gerçeklerine, karşı olduğu kadar eğlendiricidir de. Öykünün eğlenceli yanı, dünyada nesnesini tanıyan şeyleri aşarak gerçeküstü bir dünya yaratılarak ve değersiz bir takım gerçekler kullanılarak sağlanmaya çalışılır.

Sponsor firmanın reklamları da belli belirsiz klip-te yer alır.

Kişileştirme. Kimi klipler gerçek yaşama uygun, kimileri gerçeği bir başka açıdan vurgulamak adına yaşam dışı kişilik yaratımına gider. Her iki durumda, yaratılan kişilik -ilk bakışta- yaşamla ilintili gibi görünse de yine yapaydır. Video klip kişilikleri, çizgi roman ya da popüler sinemanın kalıp kişiliklerinin izdüşümüdür.

Kimi kliplerde, şarkıcı/grup dışında kimi kez oyunculara /mankenlere/ünlü kişilere ya kendisi olarak ya da yukarıda açıklanan anlayışla oyuncu olarak yer verilir. Klip'in izlenebilirliğini ve kaset/CD'sinin satış şansını artırıcı bir öğedir bu yaklaşım.

Mekan. Kimi klipler gerçek mekanlar (evin salonu, merdivenler, bar tezgah önü, gece klübü, cezaevi hücreleri, metro, antik yapıların olduğu bir sit alanı, cadde/sokak, deniz ormanı...) kullanırken; kimi klipler gerçek yaşamdan uzaklaşma eğilimiyle, düşsel/mechanik görünümü iç ve dış mekan kullanımını yeğler : Boşluk, ürperten vadiler, uzay... Görkemli salonlar... koridorlar... değişik biçimdeki eşyalarıyla odalar, örümcek ağları sallanan bodrumlar, şarap mahzenleri, renkli görünümüleriyle mağara içleri...Tüm mekanların yapay olduğu duyumsar ama yine de etkilendirir izleyen.

Video Kliplerde Işıklama

Film çekimi ya da video çekimi olsun teknik, dramatik/sanatsal işlev açısından, kişileri/ nesnelere... aydınlatmadır ışıklama. *Teknik olarak:* Kişi /nesne... filmin/videonun teknik özelliğine ve içeriğin gereklerine bağlı olarak aydınlatılır.

Dramatik ve Sanatsal olarak : Öykünün gerek-
sindiği atmosfer yaratımını sağlayacak parlaklık,
kontrastlık, gölge, üç boyutluluk (hacim)- bilin-
dik sinema kurallarına bağlı olmadan- kişileri,
çeşitli görüntüleri, nesnelere ve anlatım biçimini
ortaya çıkaracak biçimde, yönetmenin isteğine
bağlı olarak yapılır. Bunlara bağlı olarak, ışıkla-
ma ile, dikkatler belirli bir kişiye, bir yere, nes-
neye çekildiği gibi, istenilen ayrıntılar gösterilir;
gerçek boyut değiştirilir ya da deforme edilir.

Kamera Kullanımı ve Çekimler

Video klipler de, devinim yoğun bir anlatım et-
kindir. Sinemada olduğu gibi, video klipte de
kamera devinimleri, teknik ve sanatsal olarak iki
amaçla kullanılır. Yönetmen senaryonun öngör-
düğü ya da istediği amaca göre, video klip'in
doğası gereği, uzun çekimlere eğilim gösterme-
den kameraya her türlü devinimi verir. Sine-
madan ayrılmış olarak, video klip'te yönetmen,
bilinen, kalıplaşmış herhangi bir kuralı yerine
getirme ya da getirmeme düşüncesi olmadan '*öz-
gür ve kendi beğenileri*' çerçevesinde çekilecek
görüntünün görsel düzenlemesini yapar.

Yapay (Düşsel) Görüntüler

Pek çok klipte görsel düzenleme düşlerle ilgilidir.
Düş - gerçek birbiri içine girer çoğu kez. Hangisi
gerçek hangisi düş ayrısız olarak sergilenir.

Birbiriyle bağdaşmayan, tutarlı bir bütünlük oluş-
turmayan imgelerin kullanıldığı kliplerde deney-
sel bir tavır vardır (Kinder 1994 : 157). Bu klip-
lerde en fazla kullanılan anlatım biçimidir. Düş-
ler... Herşey retinaya yönelik olduğundan - Op
Art'ta olduğu gibi- görsel denge, bir önceki çe-
kimle uyum önem taşımaz. Görsel anlatı kimi
zaman sıçramalarla sürer. Bu sıçramalar, kimi
açıklamalara göre, 1960'ların sonundaki pop mü-
zik - uyuşturucu bağlantısından. Uyuşturucu son-
rası görülürle... video klipte görülürler arasın-
daki benzerlik... Görme ile ilintili algı bozuklu-
ğu... Uzaklık ve derinlik algısının değişimi... bi-
çim bozulması... karmaşık renkler... Ve görsel
olarak bunların kamera kullanımı / çekimler ve
bilgisayarla yapay olarak elde etmeye çalışma...
yapısal olarak sürrealist görüntüler ve tablolar.

Kurgu

Sinemada teknik ve sanatsal amaçla kullanılan
kurgu, video klip'in de temeli. Kurgu, kamera
tarafından saptanan gerçek ya da bilgisayar tek-
nikleriyle elektronik olarak yaratılan sanal görün-
tülerin ya da her iki kaynaktan elde edilen görün-
tülerin bir arada kullanılmasını içerir. Video klip
kurgusunda öncelikli olan, sürekli devinimi oluş-
turun *ritmik kurgu*'dur. Video kliplerin gerçek ya
da sanal görüntülerle yüklü oluşunda, anlık gö-
rüntülerin hızlı birleştirilmesinde yitirilecek ya da
gereksiz yere harcanacak zamanı olmayan çağdaş
toplumun zamanla yarışan insanının güncel yaşa-
yış hızına ayak uydurma zorunluluğu etkilidir.
İnsan kısa bir zaman sürecinde çarpıcı anlıksal,
anlıksal olduğu kadar da kalıcı iletileri almakla
karşı karşıyadır. Bu yanı sıra görsellik, çağın insa-
nının yaşam biçimi ile, yaşama uygun, hızlı ya da
yavaş akışı ile, video kliplerde yerini aldı. Küçü-
cük parçaların akıcılığı, çekiciliği, görsellik ve
anlatım hızı video klipin herkesce kabul edilen
vazgeçilmez ve en önemli anlatım özelliği. Kurgu
oyunlarından kaçınmaz yönetmen. Bir çekim üç
saniyeden fazla mı, kes gitsin... Sakin duran bir
plaj görüntüsü mü, at gitsin. Elbette bu oluşum
sıradan sinema filmleri içinde geçerli (Evren,
1985). Marsh Kinder'e göre, "*Video klipler tıpkı
düşler gibi kurgulanır. Anlatımın akışı, yapı iti-
barıyla kopuk kopuktur. Anlatımın seyri çağrışımlı
düzeni içinde, görüntüleri merkezi bir temel tara-
fında dönmez, dönmez, infilak etmiş bir öykünün
mozaiklerini oluşturur.*"

Yönetmen kamera kullanımı ve çekim ölçekle-
rinde olduğu gibi, kendi kuralları dışında, hiç bir
kısıtlayıcı kurala uymaksızın, '*herşeyi*' altüst
ederek dilediğince -ama rastgele değil- kliplerini
kurgular. Yönetmenin '*özgür ve kendi beğenisi
dışında*' izleyicinin belleğinde nelerin kalacağı o
kadar önemli değil. Herhangi bir düzeyde kamera
ve sanal görüntülerin birleşimi için, ortak anlamlı
öğeler içermesi gerekmez. Kurgu da, -belki- bir
ayrıntı, belki çeşitli içerikteki -gerçek ya da sanal-
görüntülerin ayrılık gösteren öğesi yinelenir.

Altman, Hollywood müzikallerindeki kurgusal
müziğin (önceden kaydedilmiş ama aynı anda
kaydedilmiş izlenimi veren müzik eşliğinde çeki-

len görüntülerin eşlenmesine (senkronizasyon) dayanan teknik incelikleri nedeniyle ideal dünyayı gerçek dünyaya katan bir özelliği olduğunu belirtir. Genel bir çekimden yakın çekime geçerken şarkıcı –hep- aynı uzaklıktan söyler gibidir. Sesin uzaklığının değişmezliği ideal etkiyi artıran bir işlev görür (Allan 1996 : 167). Video klip dilinin oluşumu, yukarıda sıralanan öğelerin teknik bileşimi ile sınırlı değil. Dış yapıyı oluşturan bu öğeler aynı zamanda video klip'in dilini içsel yapısı belirler. Her görüntü iki türlü anlamı belirten bir imdir.

- Görüntü gerçek dünyadaki nesneyi yansıtır. Nesne ve görüntü arasında içsel bir ilişki oluşur. Nesne gösterilen görüntünün anlamı durumuna gelir. Bu durumda çekimler, çekimlerin olağan dizimi (birbirini izlemesi), olağan kurgu.

- Görüntü -ara sıra- şaşırtıcı anlamlar içerir. Kendisi dışında yeni bir anlam taşır. Bir bileşimi sağlar. Kamera devinimleri, değişik ölçekte çekimler, çekim hızının değişimi, aydınlatma ve kurguyla görüntüdeki nesnelere simgesel, değişimci, değinimci ek anlamlar kazandırılır.

Video Klip kurgusu iki değişik yönelim gösterir :

- İzleyicinin umduğuna, beklentilerine ilişkin bir dizilim oluşturulması... Bu durumda, öğelerin yinelenebilirliği, izleyicinin yaşam uygulamalarına ve estetiğine dayanır.

- İzleyicinin beklentileri bir yana bırakılarak – yok edilmeden- olağan dizilimin kimi noktalarda yıkılması... Böylelikle alışılmış sıralama, olguların, görünüşlerin ve biçimlerinin bozulması, senkronizasyon video klip'e özgü anlatımın temelidir. Ne var ki, 'anlam taşıyıcı' ve 'biçimi bozulan' öğeler, klip dilinin oluşum sürecinin ilk aşamasında eşanlamlıdır.

Müzik yapımcısı, şarkıcı ya da klip yönetmeninin eğilim hangi anlatımın ağırlık kazanacağını belirler.

VIDEO KLİP DİLİNİN SİNEMA DİLİNE ETKİLERİ

Video klip'in tekniğine, hızlı kurgulu anlatım biçimine ilgisiz kalmadı sinema yapımcı ve yö-

netmenleri. Sonuç... 1990'lı yıllarda aynı teknik ve aynı biçim kullanımıyla, kurgunun giderek hızlandığı video klip estetiğine uygun filmler... On filmin dokuzunun video klip estetiği ile yapılması ve daha da abartılan bir biçimde süreceği izlenimi - kötü olmamakla birlikte- sinema adına düşündürücü. Ve asıl ilginç olan, izleyicinin bu anlatım türünü, insanın başını döndüren abartılı çeşitlemeleri benimsemesi ve hatta yalnız bu filmlere ilgi göstermesi... Bu yaklaşım başlı başına yeni bir çalışmanın konusu olmakla birlikte bir iki söz söylemekte yarar var.

Flash Dance, Fame, Grease, Footloose ya da Carlos Saura'nın müzik ve dansı bireşimlediği filmler, video tekniği ve biçimi kullanılarak yapılan filmlere örnek... Michael Bay'in *The Rock*, Simon West imzalı *Con Air*... *Matrix*, bilim kurgu sineması anlayışını, uzakdoğu dövüş sanatları, canlandırmalar ve video klip estetiği ile birleştiren bir yapımdır. Film, eğlence yanında, derin incelemeler gerektiren düşünsel tartışmalara açması Wachowski kardeşlerin tecimsel başarısı. *Fight Club (Dövüş Kulübü)*, bir yazın uyarlaması. Ama video klip yönetmenliğinden gelen David Fincher, alışılmış roman uyarlamalarının dışında bir biçimle, video klip estetiğine yakın bir anlatımla -filmin bütününe yayılan, çok fazla kullanılan özel efektler ve hızlı ve şoke edici kurguyla- anlatılacağını. Bu alandaki ilginç bir örnek, Fritz Lang'ın 1927 yapımı ünlü sessiz klasiği *Metropolis*'in, 1990 yılında özel tekniklerle renklendirilmesi... ve besteci Giorgio Moroder tarafından Rock müziği ile seslendirilmesi... ve 'Tarihsel Video Klip' olarak sunulması... Sessiz sinema döneminin ünlü filmi bir video klip artık.

Video klip dünyasının kamera arkası olaylarını anlatan filmler de yapıldı. Senaryosunu Alonzo Brown, Kim Watson, Lonette McKee'nin yazdığı, Bille Woodruff'un yönettiği, Jessica Alba'nın başrolünü oynadığı romantik bir dram: *Honey* (2003, ABD). Hızlı kurgu tekniği ve video klip estetiğiyle konusuna uygun bir anlatımı gerçekleştirir bu film. Honey Daniels, sıkıcı işlerde çalışan ama dansçı olmak isteyen güzel bir genç kız. İşe gitmediği zamanlarda çevredeki hip hopçu çocuklarla dans çalır. Bu günlerin birinde, bir video klip yönetmeni Honey'i dans ederken gö-

rür, ona bir şans verir. Hayalleri gerçekleşir Honey'mın... Ama özlediği yaşam bu değildir, eski yaşamına geri dönmeye karar verir.

SONUÇ

Video klip, var oldukları kültürel ortamın özelliklerini taşımasına karşın, içerik ve görselliğe ağırlık veren biçimiyle, kuralsızlık ve sınırsızlığıyla, yeni sunum biçim olarak özgür bir yaratıcılık sunar. Bu da video klip'i diğer televizyon yapımlarından ayrımlı kılar. Video klipi incelemek ve bir takım yargılara varmak, ancak televizyonda bir aşama olarak kabul edilmesiyle olası. Gerçek anlamda sanatsal değeri ve önemi olan yapıtlar sergilendiği kadar, sanatsal değer taşımayan yapıtlarda sergilenir televizyonda. Video klip için de geçerlidir bu ayrımı yapmak. Ama yine de video kliplerin reklam amaçlı oluşunu unutmamak koşuluyla...Bu anlayışla biçimlenen, öğeleri eşit oranda olmayan karmaşık bir yapıyı içeren video klip, bir düzeydeki ayrımsal imlerin toplamını yalnızca devinime geçirmekle kalmayıp, çeşitli düzeylerde eşzamanlı devinimler oluşturmasını da sağlar. Her izleyici, bu yapı içinden kendi kültürel yapısına göre değişik anlamları 'seçip alır'. İşin bir yanı bu.

Diğer yandan, şarkı/müzik parçasının promosyonunu yapan video klip'in, yaratıcısı –diğer sanatlarda olduğu gibi- etkileme, düşünme ve algılama biçimlerinde değişikliklere yol açmak isteğindedir. Bu durumda izleyicilerin yaratıcılığı kısıtlanır. Herhangi bir video klipi izleyen kişi, sonraki salt dinleme/izlemelerinde artık daha önce izlediği görüntüler çerçevesinde düşünür. Kendisi bir yaratıma geçmez. Yalnızca, önceden izlediğinde ayırdına varamadığı ayrıntıları, imleri yakalar ve onlarla oyalanır. Bu oyalanma sırasında, her zaman büyük bir etkilenim söz konusu olmasa da -gözle görülür bir takım değişimlerden söz etmek olası- bir kültürlenme sürecini de yaşar.

Kimi programlarıyla tüketim ekonomisinin dizginlerini elinde tutan televizyon, izleyicisinde -özellikle çocuklarda- popüler kimlik de oluşturur. Video klipler de artık yalnızca müziğin değil, endüstrinin de bir parçası. Çocukların popüler kimlik modellerinin başında ise pop şarkıcıları

gelir. Kaset/CD tanıtımı amacıyla üretilen video klipler zamanla kendi başarılarına bir varlık olduğunu kanıtlayınca toplumsal etkileri de görülmeğe başladı. Piyasaya yeni çıkan bir müzik yapıtının reklamını yaptığı kadar şarkıcının giysileri, şapkası, gözlüğü... gibi kimi şeyler de reklam taşıyıcısıdır.

Bir konser için, arkaya her ne kadar görkemli dekorlar yapılsa da müzik, dünden bugüne izlenen değil dinlenen bir sanat. Video klipler ile sanat arasında daha doğrudan bir ilişki arayıp, "videoklip yeni bir sanat türü mü?" "Değilse bu sanat yanlış biçimde mi sergileniyor?.." soruları sorulduğunda, yanıt olumsuz olmak zorunda. Videokliplerde imgelerin bir başka dünya oluşturma özelliği, izleyicisini video ile sanat arasındaki ilişkinin kavşağına getirip bırakır. Nedeni ise, videoklip'in getirdiği yenilik, video ve bilgisayar teknolojisi ile sinemadan aldığı ve odağı sinema olan alanın sınırları içinde televizyonun anlatı dilini kullanması... Ancak, görsel ve içerik açısından kuralsızlık ve sınırsızlıkla birlikte... Video klip en kalıcı kabulde, televizyon dilinde -müzik aleyhine- bir aşama.

Bir noktayı açıklama gereği var. Bir video klbin iyi olması için gerekli ölçütler şunlardır ya da şunlar olmalıdır diyen bir rehber yok. Örneğin çoğu kez iyi bir klbin şarkıyla uyum içinde bile olması gerekli değil. Yabancı klipler içinde diğerlerinden ayrılmayı başarabilen, yaratıcı düşünce ve görüşle çekilen kliplerin daha çok ilgi çektiği de bir gerçek. Sözüün özü, klip yönetmenlerinden binbir ileti içeren, en gelişkin tekniklerle çekilen/kotarılan klip çekmeleri beklemesi de o kadar yanlış.

Bitirirken... Buraya kadar söylenen her şeyin dışında, işin değişik boyutunu, diğer yanını görme adına bir video klip. Gazetede ilginç bir haber: "El Kaide, İngilizce rap şarkı klipi ile gençleri cihada çağırıyor." Haberin içeriği ise şu : "Müziksever Müslüman gençleri, örgüte kazandırmak amacıyla, Londra'da kurulan 'Soul Salah Crew', internette yayınlanan, yoğun şiddet görüntü ve sözlü İngilizce rap şarkılarıyla El Kaide propagandası yapıyor." Suudi Arabistan Kralı Fahd'ın şeytan, Mısır Cumhurbaşkanı Hüsnü

Mübarek'in vampir, Filistin önderi Yaser Arafat'ın hain, ABD Başkanı George Bush'un şempanze, İsrail Başbakanı Ariel Şaron'un domuz olarak betimlendiği, Usame bin Ladin'in örgütüne sempati besleyen 'Soul Salah Crew' Dirty Kuffar (Pis Kâfirler) adlı şarkının video klbinde, grubun solisti Şeyh Terra bir elinde Kuran'ı Kerim, diğer elinde tabanca, "Haçlılara ve dinden çıkmış Arap liderlere karşı cihad başlatalım" "Cehennem ateşinde yanacaklar"; "Kâfirlerle savaşa hazır olun" çağrısı yapılmakta. 11 Eylül saldırısıyla ilgili görüntülerin de kullanıldığı video klip, "Pis kâfir, nerede olursan ol / ister Kandahar'da ister Ramallah'ta / UBL (Usame bin Ladin) timi parlayan bir yıldız gibi ortaya çıkacak / Kulelerini nasıl yıktıysak öyle" uyarısı ile sürmekte. Video klipte Saddam Hüseyin'e de gönderme var : "Allah tiranları korumaz."

Usame bin Ladin yandaşlarının bu yaklaşımı, günümüzün bir toplumu ayağa kaldıracak kadar en izlenen en etkili iletişim yolu olan video klipin gücünden yararlanmak...

NOTLAR

(1) Bu konuda daha geniş ilgi için bkz : Blaine Allan "Müzikal Sinema, Müzik Videosu, Müzik Televizyonu", Çev : Peyami Çelikcan, *İletişim / Gazi Üniversitesi Dergisi*, sayı : 1, 1996.

(2) Türk video kliplerine ilişkin ayrıntılı bir çalışma için bkz : Candemir, Özden, "Türk Müzik Videolarında Görselleştirme Unsurları", *Kurgu / Ana.Ü. İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, sayı: 19, Temmuz 2002.

(3) Video sanatı konusunda kapsamlı bir çalışma için bkz.: Küçükcan Ufuk, "Modernizm Sonrası 20. Yüzyıl Sanatında Video Sanatının Konumu", *Kurgu, A.Ü. İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, sayı: 19, Temmuz 2002.

(4) Türkiye'yi tanıtıcı, başarılı video klipler için bkz : http://www.kulturturizm.gov.tr/portal/turizm_tr.asp?belgeno=44719.

KAYNAKLAR

Ablay E (1986), Videoclip, Milliyet Sanat Dergisi, Şubat 1986, yeni dizi : 138.

Akyürek F (2004), Senaryo Yazarı Olmak, Senaryo Yazmak, MediaCat Yayını, İstanbul.

Allan B (1996), Müzikal Sinema, Müzik Videosu ve Müzik Televizyonu, Peyami Çelikcan (çev), *İletişim, Gazi Ü. İletişim Fakültesi Derg*, sayı : 1.

Candemir Ö (2002), Türk Müzik Videolarında Görselleştirme Unsurları, *Kurgu / Anadolu Ü. İletişim Bilimleri Fakültesi Derg*, Sayı: 19.

Demirayak Ş (1996), Görsel ve İçerik Olarak Video Klip, Yüksek Lisans Tezi AÜ. Sos. Bil. Enst., Eskişehir.

Eken, Ali Nihat. 'Fotokopi-Kanallar',

http://www.nethaber.com/haber/haberler/0,1082,68583_7,00.html

Kaprow A (1995), Sanat Dünyası, YKY, İstanbul.

Kılıç L (1994), Görüntü Estetiği, YKY, İstanbul.

Kinder M (1994), Müzik Videosu ve İzleyici : Televizyon, İdeoloji ve Düş, Peyami Çelikcan (çev), *İletişim, Gazi Ü. İletişim Fakültesi Derg*, sayı : 1-2.

Küçükcan U (2002), Modernizm Sonrası 20. Yüzyıl Sanatında Video Sanatının Konumu, *Kurgu, A.Ü. İletişim Bilimleri Fakültesi Derg*, Sayı: 19.

Lotman Y M (1986), Sinema Estetiğinin Sorunları, Oğuz Özügül (çev), de Yay., İstanbul.

Lynton N (1982) Modern Sanatın Öyküsü, Sade Öziş (çev), Remzi Kitabevi, Yayını, İstanbul.

Nutku Ö (1972), Dünya Tiyatrosu Tarihi, (II. cilt), Ankara Ü. D.T.C.F. Yayını, Ankara.

Oskay Ü (1983), Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar, Popüler Kültürün İşlevi Üzerine, Savaş Yayınları, Ankara .

Pembecioğlu Y (2003), Pop Müziğimiz ve Klip'lerimiz, http://www.arizadergi.com/kisa_devre/yazi_detay.asp?KategoriID=8&IcerikID=328

Sümer M Z (1999), Hürriyet Gazetesi, 5 Haziran.

Tunca E, "İstisnai Yönetmenler (Ömer Faruk Sorak)", *Aksiyon Derg*, Sayı: 483.

Turani A (1983), Dünya Sanat Tarihi, Türkiye İş Bankası Yayını, Ankara.

Görsel/İşitsel Bir Dil: Video Klip (98-113)

Zengin N (2004), Sana da bir Kaset Yapalım mı?, Cumhuriyet Pazar Dergi, sayı:939,

http://www.kulturturizm.gov.tr/portal/turizm_tr.asp?belgeno=44719.

“Fuat Güner Super Chat’te hayranlarıyla Buluştu”, 10 Haziran 1999, <http://www.superonline.com/superchat/fuatguner/chatsonu.htm>.