

## KARAGÖZÜ YENİDEN HAYATA KATMAK ÜZERİNE BAZI ÖNERİLER\*

*Some Advices about Adding Karagöz to Our Life Again*

*Некоторые Советы об Ожитьи Карагоза Снова*

**Dilek TÜRKYILMAZ\*\***

*Gazi Türkiyat, Bahar 2013/12: 51-58*

**Özet:** Doğu ülkelerine has bir sanat olduğu anlaşılan "gölge oyunu"nun bizdeki uzantısı ve geleneksel Türk tiyatrosunun en önemli türlerinden biri olan Karagöz, İmparatorluk günlerinde en parlak dönemini yaşamış, günümüzde ise ne yazık ki yalnızca bazı özel gayretler ve bu sanatın son temsilcisi olan ustalar elinde varlığını sürdürme savaşı vermektedir. Bugün televizyon ve internetin başında vakit geçiren Türk toplumunun Karagöz artık ilgisini çekmemekte, yaşı müsait olanların hafızasında eski zamanların bir hatırası olarak yaşamaktadır. Oysa ki, arzu edilen, Karagöz'ün de aynı kültürü paylaşan insanlar tarafından yaratılıp, yaşatılan her yerel kültür unsuru gibi günümüze kadar getirilip, geleceğe aktarılması ve kültür turizmine katkıda bulunmasıdır. Karagöz'ü yalnızca perdede tutmak konusunda ısrarlı davranarak ve Ramazan ayı gibi periyodik zaman aralıklarına sıkıştırarak bunu sağlamanın zor olduğu kanaatini taşıyoruz. Bizce Karagöz ve Hacıvat tiplerini perdeden indirerek ve güncel olan, günümüze dair ne varsa üzerlerine giydirecek, kısacası hayata katarak bunu sağlamak mümkün görünmektedir. Örneğin sokaklara insan hakları, kadın hakları vs gibi bir takım evrensel söylemleri onların ağızından söyleten afişler asılarak, bu ifadeler daha tanıdık hale getirebilir. Çizgi kahramanlar formunda ekranlardan çocuklara seyrettirebilir. Mc Donalds çocuk menülerinde çocuklara hediye olarak verilen Walt Disney kahramanlarına alternatif olarak bazı lokantalar çocuklar için Karagöz Hacıvat figürlerinin bulunduğu hediye paketleri hazırlayabilir vb. Kuşkusuz Karagöz'ün bir hayal ve ışık mucizesi olduğu gerçeğini göz ardı etmeden, temalarını sosyal realiteye göre yeniden inşa ederek, yeniden merak uyandırmak da mümkün olabilir.

**Anahtar kelimeler:** Kültür turizmi, gölge oyunu, çizgi film, hiciv.

**Abstract:** Karagöz, which is one of the most important types of National Turkish Theatre and is known as an extension of "shadow play" peculiar to Eastern countries in Turkey, had witnessed the most brilliant period of the Ottoman Empire, but nowadays it unfortunately struggles for survival on the hands of the masters as the last representatives of this art and by some special efforts. In these days, Karagöz is not able to draw the attention of Turkish people spend most of their time in front of the televisions and computers anymore, and lives in the memories of the older individuals as an ancient memory. However, what desired is to create Karagöz by people who share the same culture, like every local culture component to be kept till today and make exist in the future and to be contributed for culture tourism. We believe that it's hard to obtain to be insistent about keeping Karagöz in theatre screen and to force into periodic time spaces like Ramadhan month. For us, by removing Karagöz and Hacıvat typecastings from the screen and currently to dress anything we have, shortly to bring back life seems possible. For example some global saying such as Human Rights and Women Rights should be written on the comics that includes the Hacıvat and Karagöz figures. Thus, these global sayings should be made more familiar for people. Hacıvat and Karagöz cartoons should be broadcasted on the TV. As we know, with the children menus of Mc Donald's, the toys of the Walt Disney heros are given. Instead of this as an alternative, the toys of Hacıvat and

\* Bu makale 27-29 Nisan 2006 tarihinde Gazi Üniversitesi tarafından düzenlenen "Somut Olmayan Kültürel Miras Yaşayan Karagöz Uluslararası Sempozyumu"nda bildiri olarak sunulmuştur.

\*\* Yrd. Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Türk Halkbilimi Bölümü, dturkyilmaz74@hotmail.com

*Karagöz should be given in some restaurants as a gift. It is undoubtedly true that, it is possible to take attention to Karagöz and Hacivat by constructing the themes of them according to social reality without denying the fact that it is an imagine and a light miracle.*

**Key words:** Cultural tourism, galanty, cartoon, political satire

**Аннотация:** Театр Теней- это одно из искусств суцая восточным странам. Оно у нас знаменита как Карагоз и имеет важное значение в Турецком театре. Карагоз пережил свой самый яркий период во времена Османской Империи, к сожалению на данное время этот вид искусства старается остаться на ногах только с помощью частных мастеров. На сегодняшний день Туркам не интересен Карагоз, они предпочитают проводить свое свободное время перед телевизором или же интернетом. А у престарелых людей этот вид искусства живёт только в воспоминаниях. Хотелось бы, чтобы и Карагоз как другой вид народного искусства сохранился и передался в последующие поколения, таким образом продолжался бы его вклад в культурный туризм. Довольно трудно его будет сохранить продолжая выставлять его только по Рамазанам и настаивая на том чтобы его держали за шторами. Будет легче оживить Карагоза и Хаживата сняв их со штор и одев их в современные одежды. Например можно на улицах обвешивать рекламные доски где Карагоз и Хаживат защищают права людей, женщин и вообще ценности мира. Можно создать из них мультимедийных героев. Некоторые рестораны могут изготовить игрушки или подарки в форме Карагоза и Хаживата как это делает фирма М. Доналд; как известно у них вместе с детским меню раздаются игрушки героев Уолт Диснея. Обязательно существует возможность заново заинтересовать людей имея в виду современные социальные реалии не забывая о том что Карагоз чудо воображения и света.

**Ключевые слова:** культурный туризм, театр теней, мультфильм, сатира

Menşei itibariyle doğu ülkelerine ait bir sanat olduğu bilinen gölge oyununun bizdeki uzantısı ve Geleneksel Türk Tiyatrosu'nun Orta Oyunu, Meddah ve Seyirlik Köy Oyunları'yla beraber dört önemli ayağını oluşturan Karagöz, deriden yapılmış insan, hayvan, eşya, olağanüstü varlıklar vb. figürlerin arkadan ışık verilerek beyaz perde üzerine yansıtılması suretiyle hayat bulan ve başkahramanları Karagöz ile Hacivat olan bir sanattır. Bu asırlık sanat Hayâl, Lu'b-ı Hayâl, Zıll-ı Hayâl, Hayâl-ı Zıll, Hayâl Oyunu, Perde Oyunu, Küşterî Meydanı, Karagöz Perdesi, Hacivat ve Karagöz, Gölge Oyunu, Gölge Kuklası, Gölge Tiyatrosu gibi adlarla anılmıştır. Suretbâz, Hayalbâz, Şehbâz, Karagözcü, Karagöz Oynatıcısı adlarıyla da tanınan hayalî, oyunu kuran ve icrâ eden kişidir. İcrâcının aynı zamanda eserin yazarı da olması, Karagözü Türk tiyatrosu türlerini içinde "söz" ögesinin en çok önem kazandığı tür haline getirmiştir.

Karagöz ile ilgili araştırmalar bu sanatın 17.yüzyılda estetik ve teknik bakımdan gelişmiş bir yapıya kavuştuğunu ve özgün bir sanat olarak İstanbul yaşantısında ve diğer büyük şehirlerde yerini aldığını göstermektedir. Karagöz gösterileri genellikle Ramazan ayında, sünnet düğünlerinde, şenliklerde, açık alan, çadır, konak, kahvehane gibi mekânlarda yapılmaktaydı.

Genel bir ifadeyle Karagöz, İstanbul'u merkez alarak, dönemin imparatorluk yaşantısını yansıtan, perdedeki tiplerin her birinin, ait oldukları çevrenin özelliklerinin komik taraflarıyla yansıtıldığı, hem büyüklerin hem de küçüklerin rağbet ettiği bir sanattır. Hiç şüphe yok ki, Karagöz yalnızca bir halk eğlencesi değil, aynı zamanda sosyal işlevlere de sahip bir sanattır. Sabri Esat Siyavuşgil'in

ifadesiyle, “Karagöz oyunlarında çevresi ve tarihi gelişimi belli bir halk tabakasının yalnız nüktesi değil, aynı zamanda çeşitli cemiyet hadiseleri karşısındaki hissî, zihnî davranışları da belli bir sembolizm dâhilinde tezâhür eder ve bu oyunları psiko-sosyolojik bakımdan tetkik etmekle o halk zihniyetinin bazı karakteristiklerini tespit etmek mümkündür” (Siyavuşgil 1941: 19). Yani halk zihniyetiyle Karagöz oyunları arasında bir paralellik söz konusudur.

Asırların kültür birikimini kullanarak gelişen Karagöz sanatı, yüzyıllar boyunca Türk zekâsını en iyi ifade eden araçlardan biri olmuştur. Ancak batı tarzı tiyatro geleneğinin imparatorluk sınırlarından yavaş yavaş sızmaya başlaması, Karagöz sanatının yok olma sürecine girmesinde etkili olmuştur. Batı tiyatrosu karşısında Karagöz kaba saba bulunmuş ve Batı kültürüyle yetişen kimi aydınlar hem Karagöz’e hem de Karagöz’ün perdeden inmiş hali olan Orta Oyununa yüz vermemişlerdir.

Karagöz sanatının ustalarından bazıları böyle bir etkiye, modernleşmeye çalışarak tepki vermişlerdir. Yazar Ahmet Mithat ile Karagözcü Kâtip Salih gibi ustaların, (Usta 2005: 42) teknikte bazı değişiklikler denemek, konuları batı, özellikle de Fransız romanlarından seçmek, Karagözü canlı aktörlerle tiyatro sahnesine çıkarmak, günümüz olaylarına açık bir sanat türü olduğu için zamanın ilgisini ve eğilimini göz önünde bulundurarak, dağarcığa her dönem yeni oyunlar eklemek şeklindeki modernleşme ve çağa ayak uydurma çabaları pek de başarılı olamamıştır. Bunun yanı sıra Karagöz geleneğini, bu geleneğin icapları sabit tutularak, bozmadan yozlaştırmadan da canlı tutma denemeleri yapılmıştır.

Karagözün yok olmaya başlamasını sadece Batı tarzı tiyatro geleneğiyle olan mücadelesinde yenik düşmesiyle açıklamak, eksik bir yaklaşım olacaktır. Olguyu tek bir nedene bağlı olarak açıklamak, türün iç (icracı+seyirci+sözel metin ve/veya hareket) ve dış bağlamını (dönemin tarihî, ekonomik, siyasî, sosyo-kültürel, fizikî çevre şartları) göz ardı etmek anlamına gelir (Özdemir 2001: 122). Bu noktadan hareketle denebilir ki, Karagöz’ün yok olma sürecine girmesinde onun bir imparatorluk mizahı olması ve Karagöz perdesinde yer alan etnik grupların imparatorluğun parçalanmasıyla beraber halkın gözünde buruk, hatta acı bir tada bürünmesi sonucu eski eğlence tadını veremez olmasının da payı oldukça büyüktür (Öngören 1998: 65). Ayrıca 20.yüzyılın başlarına kadar Karagözü tekelinde oynatan Kasımpaşa loncasının II. Meşrutiyet’in ilanı ile kapatılması sonucu yeni hayalîlerin yetişememesi de nedenler arasında sayılabilir (Öngören 1998: 65).

Günümüze gelindiğinde Karagöz sanatının eski gücünü, tesirini azaltan ve egemenlik alanını küçülten en önemli etkenin, hiç şüphesiz dünyayı hızla tek biçimli hale getiren, her kültüründen pek çok değerini ortadan kaldıran küreselleşme olgusu olduğunu söyleyebiliriz. Yalnızca Karagöz sanatının değil, yerel ve ulusal olan bütün değerlerin, küreselleşmenin yarattığı popüler kültürün tehdidi altında varlık savaşı verdiği yadsınmaz bir gerçektir. 20. yüzyılda gerçekleşen sanayileşme sonucunda

yeni ve benzeri olmayan egemen bir kitle kültürü ortaya çıkmıştır. Popüler kültür olarak nitelendirilen olgu ise kitle kültürünün içinde, egemen pazar yapısının ekonomik amaçlarına hizmet için yaratılmıştır. Bu şekilde bu pazarın sürdürülebilirliği sağlanmış ve kitle üretiminin kalıcılığı ve sürekliliği de garanti edilmiş olur. Çünkü popüler kültür kalıcı değil, geçici ve hızlı tüketilen bir kültürdür. Televizyon, radyo, seri üretim, basın, internet bu kültürün olmazsa olmazlarıdır ve bu kültür doğrudan bu araçlara dayanır.

Popülizmin son derece etkili olduğu günümüzde, onun yarattığı kültürden hiç de azımsanmayacak ölçüde etkilenen bir toplum olarak yapmamız gereken, mahir birtakım insanların ve kurumların millî kültür unsurlarımız için tehdit olarak düşünülen ne varsa örneğin radyo, televizyon, sinema, animasyon, internet gibi popüler kültür ürünlerinin karşısında durarak değil, bunları kendi taraflarına çekerek, bunlardan yararlanarak, hayatî kabiliyeti, temsil gücü<sup>1</sup> olan ulusal değerlerimizin ayakta kalmasını, gelecek nesillere aktarılmasını, kültür turizmüne katkıda bulunmasını ve evrensel boyuta taşınmasını sağlamak olmalıdır. 19.yüzyılda “yaşatmak için saklamak” amacıyla uygulanan halkbilimi ürünleri günümüzde “yaşatmak için yaymak” düşüncesiyle uygulanmaktadır ve Türkiye bu süreçleri yeterince iyi değerlendirememiştir (Oğuz 2002: 8). Bu gecikme, bir an önce konuyla ilgili hedeflerin belirlenip, projelerin hızlı ve etkin bir biçimde hayata geçirilmesiyle, bu projelerin teşvik edilip desteklenmesiyle telafi edilmelidir.

Burada sunduğumuz tekliflerin, genelde millî kültür değerlerimize, özelde Karagöze yeni formlar kazandırmak ve yeni yaşam alanları sağlamak hususunda katkıda bulunacağını umuyoruz. Yeni formlar ve yeni yaşam alanları diyoruz, çünkü bugün Karagözün bütün icaplarıyla ve aslı karakteriyle, eski kudretini bir dereceye kadar ve bir grup meraklı üzerinde sağlayabileceği kanaatini taşıyoruz. Karagöz yaşadığı dönemde eğlendirici, sosyal ve siyasî işlevlere sahipti, ancak bu geleneği oluşturan şartların, taleplerin ortadan kalkması ve yerine yenilerinin ikame edilmesiyle birlikte bu sanat da zayıflama sürecine girmiştir. Nasıl ki Orta Oyunun Karagöz’den sonra ortaya çıkışı, farklı bir sosyo-kültürel ortamın etkisi sonucunda oluşan talep değişiklikleriyle gerçekleştiyse (Özdemir 2001: 121), şimdi de değişen sosyo-kültürel ortam etkileri sonucunda Karagöz’ün başka yerlere taşınması gerçekleşmelidir. Karagözü ve Hacivat’ı geleneksel icra ve konularıyla ve yalnızca perdede tutmak konusunda ısrarlı bir tutum içinde olmak, geleneksel Karagöz icrasını Ramazan ayı gibi periyodik zaman aralıklarına sıkıştırmakla, bu geleneğin hayata yeniden katılabileceğinin zor olduğu kanaatindeyiz. Elbette tekniğine hiç dokunulmamış gösterimlerin, günümüz olaylarından esinlenerek hazırlanmış, halkın nabzını tutan, çağdaş yaklaşımların sergilendiği, yeni mesajlar veren, yeni oyun metinleriyle ve yeni tiplerle çeşitlendirilerek yılın her döneminde, herhangi bir vesileye ihtiyaç duyulmaksızın icra edilmesi, bu gösterim sanatının icrasını ve

<sup>1</sup> Bu konuda geniş bilgi için bkz. Ekici 2003: 72-77.

figürlerinin yapımını öğreten kursların ve ustaların çoğalması, özel bir uzmanlık alanı olan bu türün üniversitelerde kürsülere bağlanması, üniversite kulüplerinin ve meslek birliklerinin kurulması, konservatuarların tiyatro bölümlerinde geleneksel Türk tiyatrosu uzmanlarının ve derslerinin bulunması, Karagöz geleneği için en çok arzu edilen dilektir. Ancak 'yalnız' bu yaklaşımda ayak diremenin bu sanatı küçüklere tanıtmak, öğretmek ve büyüklere yeniden sevdirmek, hayata yeniden katmak konusunda yeterli olmayacaktır. Bizce Karagöze perdeden inme imkânı verilmeli ve güncel olan ne varsa Karagözdeki tipler üzerine giydirilmelidir. Kitle iletişim araçlarından yarar sağlanmalıdır. Burada şu gerçeğin altını yeniden çizmekte fayda vardır. Karagöz perde, mum ve deriden yapılmış figürler olmadan, yani aslı karakterini oluşturan unsurlar olmadan geleneksel Türk tiyatrosunun dört önemli türünden biri olan 'Karagöz' olamaz. Bu tip, nev'i şahsına münhâsır bir sanattır. Perdeden indirilip yeni zeminlere taşınan Karagöz tipleri başka bir boyuta geçmiş olacaktırlar artık. Ancak yüzyıllara dayalı Karagöz sanatının başkahramanlarının farklı formlarda yaşatılması, yaşı müsait olanların hafızasında geleneğin izlerini canlı tutacak, bu geleneksel sanatı bilmeyenlerde bir merak uyandıracaktır. Böylelikle aynı kültürü paylaşan insanlar tarafından yaratılıp yaşatılan her yerel kültür unsuru gibi Karagöz'ün de geleceğe intikali sağlanacaktır.

Yaşamımızın bütün cepheleri teknolojik gelişmelerin etkisi altındadır. Bu gelişmeler eğlence sektörünü, girişimcilerine çok büyük paralar kazandıran bir sektör konumuna getirirken geleneksel eğlence biçimlerinde de değişikliklere, çözümlere neden olmuştur. Günümüzde eğlence dendiğinde ilk akla gelen çağımızın belki de en önemli icadı olan televizyondur.

20. yüzyılın en önemli buluşu olan televizyon dünyayı görünür yapan, böylece bütün gerçekleri görünür statüsüne indirgeyen ve gerçeğin elde edilebilirliği yanılması veren bir araçtır (Erdoğan 2004: 18). Televizyon, bireyleri katılarak eğlenme anlayışından koparıp, pasif izleyiciler durumuna getiren bir kitle iletişim aracıdır, öylesine büyük bir güce sahiptir ki kendinden önceki eğlence, haber anlayışını; sosyal ilişki biçimlerimizi ve geleneklerimizin çoğunu gerçeklik anlayışımızı, dünyayla ve birbirimizle olan ilişkilerimizi, boş vakit geçirme biçimlerini, bilgilenme ile ilgili bilgilerimizi, hatta can sıkıntısının anlamını bile değiştirmiştir (Sanders 1999: 49; Williams 2001: 223). Çağdaş teknolojinin sağladığı bu olanak olumsuz tarafları bir tarafa bırakılacak olursa, kültürel değerlerimizin canlı tutulması, yaygın hale getirilmesi ve geleceğe aktarılması için son derece önemli bir fırsattır. Geleneksel eğlence biçimindeki değişimin ve çözülmenin önemli bir nedeni olan televizyon, aynı zamanda kültürümüzün canlılığının korunması ve tanıtılması amacına da hizmet edebilir. Ses ve görüntü teknikleriyle geniş halk kitlelerine seslenen televizyon olanakları içinde Karagöz ve ilgili tipler kullanılabilir. Bunun somut örneklerini günümüzde zaman zaman çocuk yayınlarında görmekteyiz. Karagözün çocuk ve halk eğitimine dönük olarak, eğitimde bir araç olarak kullanılması düşünülebilir. Trafik kuralları, günlük yaşama dair basit

kurallarla ilgili mesajların verildiği kısa programlarda Karagöz ve Hacivat figür olarak kullanılabilir. Sigaranın zararları, insan hakları, çevre temizliği, okullarda şiddet gibi temalar Karagöz ve Hacivatın ağzından iletilen mesajlarla daha kalıcı hale getirilebilir. Aynı mesajlar çocuk edebiyatına konu olarak seçilip, Karagöz bu alanda da yaşama şansına kavuşturulabilir. Bu mesajların, uyarıların Karagözün ağzından iletildiği afişler hazırlanabilir. Burada da Karagöz ve Hacivat'ın geleneksel konuşma üslubuna sadık kalınarak, zıtlıklardan, yanlış anlaşılabilir kelimelerden, kafiyelemlerden, nüktelemlerden yararlanılarak doğru ifadeye ve verilecek mesaja gidilip, mesajın hafızada kalıcı hale getirilmesi sağlanabilir.

Televizyon dendiğinde akla gelen diğer bir konu da reklamdır. Televizyonla birlikte etkinlik alanını genişleten reklam olgusu, hedef kitlelere ulaşmak için, hedef kitlenin değerleri, inançları, algıları ve kabulleriyle ilgili tespitlerde bulunarak oluşturulan stratejilerle güç kazanmaktadır. Son zamanlarda Türkiye'de de reklamların bu bilinçle hazırlandığını görüyoruz. Reklamların çoğunlukla orta sınıf için hazırlandığı düşünülürse (Günay 1996: 3) halk kültürü unsurlarının kullanılması, izleyenlerin reklamlarda kendinden bazı unsurları bulması, ürünü kendine daha yakın hissettirecektir. Ayrıca halk kültürü unsurlarının çoğu sözlü kültür ortamının ürünleridir ve hafızada vezin, kafiye gibi unsurlarla kolaylıkla kalabilmektedir. Karagöz ve Hacivat figürlerinin oynatıldığı ve onların perdedeki kafiyelemleri, nükteli konuşmalarını hatırlatan diyaloglardan oluşturulmuş bir reklam metni, tanıtım yapılan ürünü ya da hizmeti kolay hatırlanır hale getirecektir. Bu cephesiyle Karagöz reklamların tanıtım için kullanmaları gereken bir kültür unsuru olarak oldukça önemlidir. Bu noktada folklorun yüklediği işlevler bağlamında yeni bir özelliğinden söz edilebilir 'tanıtım' (Boyraz 2001: 107).

Kuşkusuz diğer halk kültürü unsurları gibi Karagöz de televizyonda sadece reklamlarda değil, başka programlarda da kullanılabilir. Örneğin yakın tarihlerde her akşam bir televizyon kanalında haber bülteninden sonra siyasî ve toplumsal eleştirilerin yapıldığı "Bizim City" adlı kısa bir animasyon yayınlanmaktaydı. Buradaki tipler Amerikan kovboylarıydı. Karagöz oyunlarının zaman zaman siyasî yeriye de yer verdiği, çeşitli devlet adamlarını ya da genel olarak devlet politikasını tenkitten çekinmeyen Karagözcülerin bulunduğu (And 1969: 129, Kudret 2004: 27) gerçeği göz önüne alınırsa, Karagöz ve Hacivat'ın bu iş için çok uygun iki tip olduğunu fark etmek zor olamayacaktır. Karagöz ve Hacivat'ın geleneksel icradaki diyaloglarına benzer diyaloglar oluşturarak, en parlak zamanlarını yaşadığı dönemde yüklediği işlevlerden biriyle siyasal ve toplumsal taşlama yapabilme işleviyle Karagöz'ün varlığını devam ettirmesine fırsat yaratılmış olur.

Animasyon dendiğinde ise akla hemen Karagöz'ün çizgi film formunda yaşatılması fikri gelmektedir. 20. yüzyılda sinema sanatının bütün dünyaya yayılması, grafik tasarım olgusunun giderek güçlenmesinin önemli nedenlerinden biri olmuştur. Animasyon/canlandırma teknikleri grafik çalışmalarında kullanılmaya

başlamıştır. Bilgisayarın ve televizyonun hızla yayılması, grafik tasarım alanına geniş ve çeşitli kullanım olanakları sağlamıştır. Pertev Naili Boratav bir yazısında (Sönmez 2000: 241) Karagözün geçmişte bugünkü çizgi film ihtiyacını karşıladığını anlattığı sözler şöyledir. “Karagöze tekabül eden ve Karagözün fonksiyonunu üzerine alan modern sanat çeşidini, sinema tekniğini karikatürleştirilmiş veya sembolleştirilmiş tabiat hayvan ve insan şekillerine tatbik etmek suretiyle Walt Disney bulmuştur. Tıpkı karagözün yaptığı gibi bu büyük adam da Amerikan cemiyeti içinde beşerî ve evrensel karakterleri ve mevzuları yakaladığından bahseder. Teknolojinin sağladığı bu olanakla da Karagöz’e yeni bir boyut kazandırmak, bu oyunu genç kuşaklara tanıtmak benimsetmek ve kültür mirasımızın kaybolmasını önlemeye çalışmak mümkündür. Karagöz oyununun geniş uygulama alanları sağlayan animasyonla birleştirilmesi onun kitlelerce daha çabuk tanınmasına ve televizyona bağımlı olan günümüz toplumunda çabuk benimsenmesini sağlayabilir”.

Kültürel değerlerin birer gelir kaynağına dönüştürülmesi sürecinde çok etkin olamadığımız bir gerçektir. Kültürel değerlerimizin olağanüstü çeşitliliği bu bağlamda kullanılabilirse, ülke kalkınmasında hiç azımsanmayacak fayda sağlanabilir. Deniz güneş kum üçgeninden oluşan turizm anlayışımızın kültür turizmi anlayışına hızlı ve etkili bir dönüşümü sağlanmalı ve birçok kültür unsurumuz gibi Karagözden de yararlanılmalıdır. Örneğin Türkiye’nin turistik bölgelerindeki otellerde yapılan animasyon programlarına bakıldığında, bunların ülkemize kültür turizmi amacıyla gelen bir turist için hiçbir yerel anlam ifade etmediği, animasyon alanındaki uzmanlığın neyin animasyonu yapılmalıdır meselesiyle olan kopukluğu fark edilecektir (Oğuz 2002: 64). Bunun telafisi Karagöz gibi yerel kültürel ürünlerimizin tanıtımı ile yapılabilir. Bu tanıtımlar yurt dışına yayın yapan ulusal kanallardan da yapılmalı ve kültürel değerlerimize bizden önce başkalarının sahip çıkmasının önüne geçilmelidir. Ayrıca Karagöz ve Hacivat figürleri çeşitli objeler üzerine resmedilerek, anahtarlık, hediyelik eşya şekline getirilerek ya da perdede oynatılabilecek basit figürler biçiminde satışa sunulmalıdır ve bu şekilde de tanıtımının yapılması sağlanmalıdır.

Küreselleşme olgusunun simgesi olarak addedilen “Mc Donald’s”ın çocuklar için hazırladığı fast-food paketlerinde Walt Disney ya da diğer çizgi film kahramanlarının oyuncakları hediye edilmektedir. Buna alternatif olarak bazı lokantaların da çocuklara Karagözdeki tiplerin basit benzerlerinden oluşturulan hediye paketleri hazırlamasını hayal etmek zor değildir.

Bütün bu önerilerimizin gerçekleşebilmesi için öncelikle bu imkâna sahip kurum ve kişilerin konuyla ilgili bilinçlendirilmesi ve kültür politikası olarak benimsetilmesi sağlanmalıdır. Kuşkusuz Karagözün bir hayal ve ışık mucizesi olduğu gerçeği göz ardı edilmeden, temalarını sosyal realiteye göre yeniden şekillendiren çağdaş hayalîlerin icralarıyla yeniden merak uyandırmak ve geleneğin yaşatılarak korunması mümkün olacağı gibi, teknolojinin imkânlarından yararlanarak Karagöz

tiplerinin, dolayısıyla geleneğin hatırasının, yeni hareket alanları bularak yaşaması, aktarılması ve dönüşümü sağlanabilir.

#### KAYNAKÇA

- AND, Metin (1969), *Geleneksel Türk Tiyatrosu*, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- BOYRAZ, Şeref (2001), "Halk Kültürü Unsurlarının Televizyon Reklamlarında Kullanılması" *Milli Folklor*, 49: 93-109.
- EKİCİ, Metin (2003), "Halk Bilim Araştırmalarında Üçüncü Boyut" *Milli Folklor*, 60: 72-77.
- ERDOĞAN, İrfan (2004), "Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine" *Eğitim*, (Popüler Kültür ve Gençlik Özel Sayısı), 57: 7-20.
- KUDRET, Cevdet (2004), *Karagöz*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- OĞUZ, M.Öcal (2002), *Küreselleşme ve Uygulamalı Halkbilimi*, Ankara: Akçağ Yayınları.
- ÖNGÖREN, Ferit (1998), *Cumhuriyetin 75.yılında Türk Mizahı ve Hicvi*, İstanbul: TİB Kültür Yayınları.
- ÖZDEMİR, Nebi (2001), "Bilim Teknolojideki Gelişmelerin Köy Seyirlik Oyunlarına Etkisi" *Milli Folklor*, 51: 119-130.
- SANDERS, Barry (1999), *Öküzün A'sı*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- SİYAVUŞGİL, Sabri Esat (1941), *Karagöz Psiko-Sosyolojik Bir Deneme*, Maarif Matbaası.
- SÖNMEZ, Sevgül (2000), *Karagöz Kitabı*, İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- USTA, Çiğdem (2005), *Mizah Dilinin Gizemi*, Ankara: Akçağ Yayınları.
- WILLIAMS, Raymond (2001), "Teknoloji ve Toplum", *Doğu Batı*, 15: 221-232.