
Çakmak, S. (2019) Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi, *Folklor Akademi Dergisi*. Cilt:2, Sayı:3, 470-503

Makale Bilgisi / Article Info

Geliş / Recieved: 06.08.2019

Kabul / Accepted: 08.11.2019

Araştırma Makalesi/Research Article

VAN İLİNDE GENÇLERİN İZLEDİKLERİ MÜZİK VIDEO/KLİPLERİN TOPLUMSAL CİNSİYET AÇISINDAN İNCELENMESİ

Songül ÇAKMAK *

Öz

Kitle iletişim araçlarının hayatımızdaki yeri ve önemi her geçen gün daha da artmaktadır. İletişimin toplumbilim çalışmalarında en önemli gördükleri araştırma konusu tüketici davranışları üzerindeki etkisinin incelenmesidir. Kitle iletişim araçlarındaki gelişmelerin en çok gençler üzerinde etkili olduğu bilinmektedir. Sosyal davranışların ve rollerin kitle iletişim araçlarıyla sağlanması olumsuz bazı tutumların da gelişmesine sebep olmaktadır. Sosyal psikolojinin en önemli alanı olan toplumsal cinsiyet kalıp yargıları ve kitle iletişim araçlarının bu kalıp yargıları ne ölçüde etkilediği gençler üzerinden nitel araştırma/söylem analizi yöntemiyle müzik video/klipleri üzerinden sorulan beş soruyla tespit edilmeye çalışılmıştır. Yöntem olarak, nitel araştırma kapsamında katılımcılara “soruları cevaplandırırken aklınıza ilk gelenleri lütfen sıralayınız” şeklinde bir yönlendirme sunulmuş ve katılımcılar da bu yönlendirme doğrultusunda akıllarına ilk gelen sıfatları, kavramları ve örnekleri hazırladığımız soru kâğıtlarına yazarak sıralamışlardır. 46 kadın, 54 erkek tarafından sorular yazılı/sözlü cevaplandırılmıştır. Kız-erkek karışık olarak sorulan sorular ve alınan cevaplar doğrultusunda kız-erkek cinsiyet kalıp yargıların izledikleri müzik video/klipleri vasıtasıyla nasıl değiştiği anlaşılmalı ve çözümlenmeye çalışılmıştır. Bu çalışmada gözlenemeyen, davranışa yol gösteren veya davranışın arkasında yatan tutumun ne olduğu çok sık izledikleri müzik video/kliplerde gençlere sorduğumuz sorular doğrultusunda yazılı/sözlü mülakat yoluyla belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Kitle iletişim araçları, video/klipler, sosyal psikoloji, sosyal tutum, toplumsal cinsiyet, kalıp yargılar.

* Öğrt. Gör. Van Yüzüncüyıl Üniversitesi Türk Müziği Devlet Konservatuarı, Van-Türkiye, songulcakmak21@gmail.com [ORCID ID: 0000-0002-5781-2814](https://orcid.org/0000-0002-5781-2814)

Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi

THE ANALYSIS MUSIC VIDEO/CLIPS FOLLOWING YOUNG PEOPLE IN VAN PROVINCE IN TERMS OF SOCIAL GENDER

Abstract

The place and importance of mass media in our lives is increasing day by day. The most important research subject of communication in social science studies is to examine the effect on consumer behavior. It is known that the developments in mass media have the most effect on the youth. The provision of social behaviors and roles through mass media leads to the development of some negative attitudes. Gender stereotypes, which are the most important fields of social psychology, and the extent to which these stereotypes affect mass stereotypes have been tried to be determined by five questions asked through music video / clips through qualitative research / discourse analysis method. As a method, within the scope of qualitative research, participants were presented with a orientation of “please sort the first ones that come to your mind when answering questions” and the participants wrote the adjectives, concepts and examples that came to their minds in accordance with this orientation into the question papers that we prepared. Questions were answered in written/oral by 46 women and 54 men.

In line with the questions asked and the answers received, Girl-Boy gender stereotypes have been tried to understand and resolve how judgments have changed through music videos/clips they have watched. In this study, it was determined by written/oral interview in accordance with the questions we ask to young people in music videos/clips that are not observed, which lead to behavior or what attitude lies behind the behavior.

Keywords: *Mass media, video/clips, social psychology, social attitude, gender, stereo types.*

Giriş

19. Yüzyıldan 1960'ların sonlarına kadar uzanan süreç, toplumların kitleleşme aşaması olarak görülmektedir. Bu aşamada kitle iletişim araçları da bu kitleleşmeyi etkileyerek kitle kültürünü izlemektedir. Bu durumda teknolojinin hızlı gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla bireyler üzerinde ciddi baskılar oluşmaktadır. Bu baskılardan kaçıp kurtulmanın yolu yine kitle iletişim araçları aracılığıyla sağlanmaya çalışılmaktadır. Bireyin dinamik sürecinin kitle iletişim araçları aracılığıyla değişimi toplumsal değişimin de oluşmasında etkindir. Giderek artan teknolojik ilerlemenin sağladığı tirajların, sayısı artan dinleyici ve izleyici kitlesinin, aynı anda aynı mesaj karşısında bulunan insan sayısının inanılmaz boyutlara erişmesi durumu bu dönemi niteleyen özellikler olarak tanımlanmaktadır. Kitle iletişim araçlarının sınırsız bir güce sahip olduğu mitosunu doğuran en büyük etkenin de bu sayısal görünümündeki olağanüstü artış olduğu görülmektedir. Yüceltici ve aşağılayıcı anlam kutupları arasında gidip gelen bu sözcük, kitle iletişim biliminin de en büyük mitoslarından birini oluşturmaktadır.

Teknolojinin 10.yüzyıldan bu yana gelişimi, durmadan gelişen ticaret ve sanayi devrimini yeni toplumsal sınıfları kaçınılmaz olarak ortaya çıkarmıştır. Her toplumsal dönüşüm de beraberinde yeni değerler getirmiştir. Tarihte belki de hiçbir teknolojik değişim kitle kültürünü ortaya çıkaran teknolojik değişim kadar köktenci (radikal) olmamıştır. Kültür, bütün tarih boyunca ilk defa kitlelerin tüketimine açılırken, halk adına hareket ettiğini öne süren aydınların bile büyük tepkisini çekmiştir. Durkheim, mekanik dayanışmanın egemen olduğu toplumlarda, toplumsal bir birleşmenin söz konusu olduğunu belirtmiştir. Bunun nedenini toplumda bireysel bilinçlerin ortak bir bilince uygunluğu olduğu savıdır. Ortak bilinç bir anlamda toplumun ruhsal tipi olarak görülmektedir (Durkheim, 1973: 45-48'den aktaran: Özkök 1985: 15-29). Toplum üyelerinin doğdukları andan itibaren gerçekleştirmek istedikleri amaç bu ortak bilince uygunluğu sağlamaktadır. Bütün toplumsallaştırma araçları bu amacı sağlamak üzere konumlanmışlardır. Kısaca toplumun bütün üyeleri bu ortak bilince katılmak zorunda kalır ve toplumda bağlayıcı bir benzerliğin ortaya çıkmasına sebep olur.

Kitle iletişim araçlarının araçsal işlevinin yerini amaçsal ve bağımlayıcı özelliğinin alması, denetimini de her geçen gün zorlaştırmaktadır.

Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi

Denetlenemeyen aksine denetleyen ve yönlendiren kitle iletişim araçlarının uzun vadede depresyona ve kaosa sürükleyeceği bilinmekte, özellikle gençlerin içinde buldukları ergenlik dönemi düşünüldüğünde ailenin ve eğitim kurumlarının bu hususta denetleyici, yönlendirici alternatifler sağlaması gerektiği ve bu kurumların ciddi desteğine ihtiyaç olduğu görülmektedir.

Kitle iletişim araçları, birey, toplum

Bireylerin sahip olduğu değerler onları ayırıcı değil birleştirici değerlerdir. Ortak bilinç görünmez bir güç olarak topluma karışmış, içilen su, solunan hava olmuştur (Durkheim, 1973: 45-48'den akt. Özkök, 1985: 58-59).

Ayrıca kültürel süreç yalnızca tüketim aşamasında sona eren bir süreç olmaktan ve tüketiciden tekrar tasarımılayana ve üreticiye dönüşen bir biçimde kendini sürdüren kültürün yeni yapısı olmuştur.

Kitle iletişim araçları kitlesel olarak dağıtılan ve dolayısıyla kitleyi etkileyen araçlardır. Başka bir deyişle hem bir kitle vardır hem de bu kitle içinde kitlesel olarak yayılan mesajlar vardır. Buna mass-media (iki cinsiyetli) denmektedir. Kitle kültürüne yöneltilen eleştirilerin en çok sivrileştiği sözcüklerin en ağır sıfatlarla desteklendiği alan burasıdır. Bu gruptaki eleştirilere göre kitle kültürü hem nicel, hem nitel olarak uyutucu/uyuşturucu bir kültürdür. Mass-media ile yayılan kültür, bireyin topluma katılmasını, uyum sağlamasını kolaylaştıracak yerde toplumdan kaçışına yol açar, dayanışma düzeyini düşürür, denmektedir (Özkök, 1985). İletişime çeşitli düzeylerde yaklaşılabılır ama her şeyden önce iletişim bireyin kendini var kılma, dolayısıyla kendini gerçekleştirme aracı konumunda iken bu durumun zor olduğu görülmektedir. İletişim bireysel olduğu kadar toplumsal, başka bir deyişle de bireyselliği gereği toplumsallığı sağlayan bir insan etkinliğidir. Bireyin olduğu kadar toplumun var oluşunun gerçekleşmesi ve sürdürülebilmesi de iletişimle sağlanır. İletişimin sözlü olması, yüz yüze ve canlı olması işbirliğini, dayanışmayı ve birlikte var olmanın insani değerlerini daha iyi yaşayarak kavratarak kişi öğrenebilmekte, hayata daha inançla sarılabilmektedir.

Teknolojik gelişmelerin artması yeni bir insan türünü ortaya çıkarmakla kalmamış bu yeni insanın doğal çevreden uzaklaşmasına da sebep olmuştur. İşbölümü ve uzmanlaşma sonucunda kültürel etkinliklerde de çeşitli işlevlerin birbirinden kopması sonucunda yeni bir kültürel yapı ortaya

çıkıştır. Bu yeni yapı içinde tasarım, üretim ve tüketim artık birbirinden ayrımlaşarak, zaman zaman birbirinden bağımsız hale bile gelebilmektedir. Bütün bunlar yanında bir de o zamana kadar görülmeyen yeni bir işlev olan hızlı dağıtım işlevi ortaya çıkmıştır. Hızlı dağıtımın hızlı tüketimi zorunlu hale getirdiği bu durum, gerçeklik algısının yönünü de değiştirmiştir. Kitle iletişim araçlarının en olumsuz etkisi belki de günlük yaşamın her anını ve olgusunu seyirlik bir olgu haline indirgeyiştir. Kültürün duyarlı hale gelmesi işlevini törpülemiştir. Sıradanlaşan acılar ve olgular olarak seyir özelliği tehlikeli bir durum meydana getirmektedir. Kitle iletişim araçlarına yöneltilen diğer bir eleştiri noktası ise kültürel farklılıkları olumsuz etkileyip tek boyutlu hale getirme, gerçek sanat yapıtı ile sıradan bir yapıtın aynı potada erimesi endişesidir.

Kitle iletişim araçlarının toplumsal cinsiyet eşitsizliği üzerindeki etkileri

Kitle iletişim aygıtlarının gençlerin davranışları üzerinde ciddi bir yaptırımının/dönüşümünün olduğu ve bazı olumsuz etkileri olduğu saptanmış, bu olumsuz sebeplerden ötürü kültür ve toplumsal yapı arasındaki ciddi kopuşlara neden olduğu görülmüştür. Gençlerin dünyayı anlayamaz hale gelişlerinin temel nedeni, çağdaş toplumların geçirdiği birçok değişiklik ve bu değişiklikten hemen haberdar olup etkilenmeleri dolayısıyla kültürel değişkenleri göz önüne almayıp etkisinde kaldıkları mass-media fenomenlerini bilinçsiz örnek/model almalarıdır.

Araçların düşünmenin önüne geçtiğini belirten McLuhan, sürekli değişen durumlara uyum sağlamayı öğrenmenin gerekliliği ve zorunluluğunu vurgularken geleneğin bir tarafa bırakıldığını ve başka bir toplumsal bütünleşme tipinin ortaya çıktığını belirtmektedir.

Geleneklerin boş bıraktığı yeri ise aile ve eğitimin doldurması zorunluluğu vurgulanarak bu yeni belirleme sisteminin bu sayede genç insanı geçerli ve meşru amaçlara uymaya zorlayacağı belirtilmektedir (McLuhan, 2014).

Özök'ün bu hususta aktardıkları ise şöyledir: Kitle iletişim aracı bağımlısı gençlerin kitle içinde yeni bir kimlik elde ettiği, bu yeni kimlikle öz kişilik aldığı ve bunun kendisine zorla benimsetildiği olumsuzlamasıdır. Kitle iletişim araçları, gençlerin ne olmaları, nasıl olmaları gerektiğini telkin eder

Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi

ve gençlere o yönde bir istek doğurtur. Gençlere sahip olmaları gereken yeni niteliklere nasıl kısa zamanda kavuşacaklarıyla ilgili yeni teknik bilgiler sunar, gerçek kişiliğinin yeni kimliğiyle çatışması durumunda bile gencin rahatlamasını sağlar. Kitle iletişim araçlarının bir tür kaçış alanı oluşturduğundan söz eden Özkök, bu durumun olumsuzlaşmasını ise gençlerin sosyalleşmesinin önünü almasından ötürü, dayanışmanın önünü tıkaması nedeniyle gençlerde ani depresyonlara yol açabileceğinden söz etmiştir (Özkök 1986: 216). Bu durum erken yaşlardan itibaren çocukların içinde yaşadıkları toplumda ve kültürde baskın olan toplumsal cinsiyet kalıp yargılarına göre davranma gereksiniminden kaynaklanmaktadır. Kitle iletişim araçları da bu kalıp yargıları destekler nitelikte bir takım fenomenler sunarak var olan kalıp yargıları pekiştirmektedir. Ergenlikle birlikte toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin sosyalleşme süreci daha karmaşık bir hal almaktadır. Bu süreçte akranlar özellikle karşı cinsten akranlar ve romantik ilişkide olunan partnerler ön plana çıkarken, geleneksel bakış açısına sahip ebeveynler de toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının pekiştirilmesinde etkili olmaya devam etmektedirler (Hill ve Lynch, 1983).

Cinsel tutum ve davranışsal şiddet gibi konulara yönelen gençler, edindikleri fastfood kültürle bu durumu da sindirmeye çabalamakta, özgür bir şekilde izlediği video/kliplerin subliminal mesajlarını almakta, uygun zaman ve ortamda bilinçdışı öğretileri çoğu zaman farkında olmadan uygulamaktadırlar. Kadınların kitle iletişim araçlarıyla pekiştirilen ikinci cins durumları yadırganmadan benimsetilmekte, asli görevlerinin ev içi ve çocuk bakımı olarak lanse edilmesi pekiştirilmektedir. Böylece armağan kültürüne bir armağan da kitle iletişim araçları aracılığıyla sunulmuş, aygıtlar kalıp yargıların pekiştirilerek sürdürülmesine neden olmuştur.

Videonun zamansız dolaşımı dolayısıyla televizyona baskın çıkması, seyretmesinin tamamen bireysel zamana bağlı olmasından kaynaklanmaktadır. Bu da bireyin kültürel tüketimde görece bir bağımsızlık kazanması anlamına gelmektedir. Gençlerin kimlik arayışı sırasında onları totaliter kitle hareketlerine yönelmeden önce manevi yönden de güçlendirmek gerekmektedir. Bu da her insana kendine uygun özerk bir kişiliği geliştirebileceği bir ortam sağlamaktır. Bunu sağlamanın etkili yollarından biri de toplumun tüm bireylerini içinde yitip gittiği yalnızlıktan kurtaracak kültürel ortamların kadın-erkek eşit sağlanmasıyla mümkün olabileceği görülmektedir.

Sosyal öğrenme kuramı da ergenlikle birlikte geleneksel algının kuvvetlendiğini savunmaktadır (Hill ve Lynch, 1983; akt. Esen, vd. 2018). Özellikle ikincil cinsiyet özelliklerinin oluşması ile birlikte sosyalleşme sürecindeki ajanların (aileler, akranlar, öğretmenler gibi) geleneksel toplumsal cinsiyet rolleriyle ilişkili beklentilere ve davranışlara uyum sağlamalarına dair ergenler üzerindeki baskıyı arttırdığı ileri sürülmektedir (Lobel vd., 2004; akt. Esen, vd. 2018:146).

Ancak geleneksel rollerin doğrudan içselleştirilmesi ön ergenlik ve sonrasında olumsuz sonuçlar doğurabilmekte, toplumsal cinsiyet kalıp yargıları ergenlerin eğitsel ve mesleki yönelimlerini, algıladıkları akademik yeterliliklerini, duygusal ifade tarzlarını ve sosyal gelişimlerini sınırlayabilmektedir (Liben, Bigler ve Krogh, 2002; Rainey ve Rust, 1999; akt. Esen, vd. 2018:146-150).

Sosyal olarak belirlenen toplumsal kalıp yargıların sorgulanmaması cinsiyet farkı olmaksızın tüm ergenlerin bilişsel ve sosyal kapasitelerinin en geniş sınırlarını fark edebilmelerinin önündeki en büyük engellerden biri olduğu düşünülmektedir (Rainey ve Rust, 1999; akt. Esen, vd. 2018:148).

Ergenlik dönemi ve toplumsal cinsiyet rolleri üzerine yapılan araştırmalarda ergenlerin kadınlara ve erkeklere yüklenen toplumsal cinsiyet rollerine geleneksel pencereden bakmaya devam ettikleri bildirilmektedir (Botkin, Weeks, Morris, 2000; Oswald ve Lindstedt, 2006, Esen, vd. 2018). Son dönemde yapılan bazı karşılaştırmalı çalışmalar ise toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin eşitlikçi algının özellikle kadınlar arasında ve yine kadınlar kadar güçlü olmasa bile erkekler arasında da kuvvetlenmeye başladığını göstermektedir (Lindberg, 2008, akt. Esen, vd. 2018:149).

İnsanlarla olan paylaşımlımızdaki başarı derecemiz ve diğerlerinin iyilik hali ile ilgilenme düzeyimiz ruh sağlığımızın bir ölçütüdür. Sosyal ilgi geliştikçe aşağılık duygusu ve yabancılaşma da azalmaktadır. Sosyalleşmemiş bireyler cesareti kırılmış ve yaşamın üretken, verimli olmayan yönünde bulunan kişilerdir. İnsanlar yaşamlarına aşağılık (yetersizlik) duyguları ile başlamaktadır. Bu aşağılık duyguları ise evrensel duygular olarak gösterilmektedir. Gençler, kendisinden çok daha güçlü ve yetenekli yetişkinler arasında kaçınılmaz olarak yetersizlik duyguları yaşarlar. Bu aşağılık (yetersizlik) duyguları, insandaki temel güdü olan üstünlük çabasının da kaynağıdır. Yaşam hedefleri kişiliğe birlik ve bütünlük

Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi

kazandırır; kişinin davranışlarında bir tutarlılık ve davranışların anlaşılabilirliğini sağlar. Her insan kendi yaşam hedeflerini belirleyecek ve kişisel bir yaşam hedefi oluşturacak yaratıcı güce sahiptir. Kişinin davranış ve kişiliğini şekillendiren şey, nesnel gerçeklikten ziyade algılanan (öznel) gerçekliktir (Adler 2017: 42).

Yaşamımıza yön ve amaç veren nihai hedeflerimiz, gerçeklik karşısında kanıtlanamayan kurgusal hedefler olabilir. Örneğin çok çalışarak ve biraz da şansla her şeyin başarılabilceği inancı böyle bir kurgusal hedefdir. Ya da kadın- erkek iş yaşamındaki eşitliğin hayatın tüm alanlarında uygulanabilirliğinin olduğunu varsaymak kurgusal hedeflerin bu alandaki en önemlisidir.

Kişinin üstünlük çabaları kurgusal hedeflerce yönlendirilmelidir. Kurgusal hedefler yaşamla daha etkili baş etmemize yardımcı oldukları sürece işlevsel bir konumdadır. İşlevselliğini kaybettiklerinde bu kurgusal hedeflerin değiştirilmesi gerekir (2017: 44).

Her tür değişim ilişkisi bir iletişimdir. Strauss'un kurguladığı yapıda iletişim toplumsal düzlemde o yapıyı oluşturan değişim ilişkileri olarak algılanır. Buna göre toplum aslında üç temel iletişi (değişim) sistemi tarafından belirlenir. Bunlar: Kadın iletişimi (akrabalık ilişki sistemi), mal ve hizmet iletişimi (ekonomik ilişkiler sistemi) ve simge iletişimi (dil sistemi) üzerine kuruludur (Strauss 1958: 326). Bu üç sistem birbirinden bağımsız değildir, tek ayrılık noktaları her birinin içinde yer almayı seçtikleri ortak evrendeki stratejik bir düzlemde dir.

Gençler için en doğru iletişimin sağlanabilmesi için farklı alternatiflerin ve amaçsal kurguların doğru ve istikrarlı bir şekilde oluşturulması gerekmekte ve kurumların işbirliği içinde çalışması ile bu olumsuzlamaların tersine çevrilmesi söz konusu olabilmektedir.

Toplumsal cinsiyet kalıp yargıları oluşumu ve medyanın etkileri

Post-yapısalcı yaklaşımların da vurguladığı gibi medya metinlerinde anlam sabit değildir ve tüketim sırasında oluşmaktadır. Bu anlam, kültürel bağlam ve dolayısıyla tüketici farklılığına göre değişebilmektedir. Aynı ürün, farklı şekillerde algılanabilmekte ve anlamlandırılabilir. Bu da küresel kitle kültürünün, kültürel aktarımının gerçekleştiği kültürel bağlama göre, en azından anlam açısından, değişebileceğini ortaya koymaktadır.

Kitle kültürü ve popüler kültür varlığını tüketim yoluyla sürdüren, kitlelerin yaşam pratiklerini ve ifadelerini çalan, gasp eden ve pazarda alınıp satılan mala dönüştüren ticari bir kültürdür. İnternet görsel ve işitsel kültür çağının yeniden eski tahtına oturmasına yardımcı olmuştur. Asıl etkileyici olanın görsel kültür olduğu belirlenmiş ve zamanın ruhuna göre yeni bir kültürün oluşmasının kaçınılmaz olduğu belirtilmiştir.

Söz ve yazı, görülenin anlatımına yardımcı olan araçlardır. Sanal ve dijital kültür çağı, aynı zamanda özetlemeler ve kısaltmalar çağı olarak görülmektedir. Hızlanan yaşam içinde ayrıntılı anlatım çoktan devrini bitirmiştir. Çağdaş ikonlar temelinde, anlık algılanan, sorgulanmadan yaşanan deneyimler, hayatın içeriğini doldurmuştur. Sanallaşma öncelikle kültür paylaşım ortamlarını farklılaştırmıştır. Özdemir'in vurguladığı gibi yüz yüze sohbet ortamları olan kahvehane, pastane, çay bahçesi, park, ev vb. mekanların yerini sanal sohbet odaları almıştır. İnsanlar “gönül sohbet ister kahve bahane” özdeyişinin gerçekliğini sanal alemde yaşamaya başlamışlardır. İnsanlar, binlerce sanal arkadaşına sahip olurken gerçek yaşamda yalnızlaşmışlardır. Sanal sistemin eril kentli niteliği kabul edilmekle birlikte yerelin de bu dünyada boy göstermeye başladığı belirlenmiştir. Dolayısıyla yerelin sandığı, sanal alemde açılmış, yayılmıştır (Özdemir, 2005).

Kitle iletişiminin insan doğasını ele geçirecek denli büyümesini eleştiren diğer bir kuramcı Adorno'nun da belirttiği gibi insanların arzuladıkları şeylere kavuşmalarının ve bu yoksunluk içinde gülerek doyuma ulaşmalarının sağlanması, kültür endüstrisinin temel yasalarından biri olarak gösterilir. Aynı şekilde tüketicinin iplerinin sürekli elde tutulması, aldatmacanın doyum diye yutturulması ve tüketicinin kültür endüstrisinin öznesinden nesnesine dönüştürülmesi üzerinde durulur. Yine *kültür endüstrisinin insanla yalnızca müşterisi ve çalışanı olarak ilgilendiği vurgulanır* (Adorno, 2016: 48) . Kültür ekonomisinin, kültürel bellek/miras üzerinde geliştiği üzerine derin araştırma yapanlardan biri de Özdemir'dir.

Özdemir; Radyo, televizyon ve internet gibi kültür endüstrilerinin yerleşme, yaygınlaşma ve etkinleşme süreçlerinde var olan kültür mirasından yararlandıklarını belirterek, kitle ve popüler kültür toplumunun yaratıcıları olarak tanımlanan bu dinamiklerin kendi ürünlerinin yaratılması sürecinde sözlü kültür belleği dönüştürülerek değerlendirilebileceğini öne sürmüştür.

Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi

Modernlik, çağdaşlık, kentlilik uğruna yapay ürün, hizmet ve hazların peşinde koşanların, “doğada, doğal unsurlarla ve doğal olarak yaşamının” büyüsunü moda trendi olarak yeniden keşfettiklerini vurgulamıştır. Özgünlük ve farklılığın temel kaynağı olan geleneksel ürünlerin de yeniden moda olduğunu belirten Özdemir, sanayileşme ve beraberinde getirdiği kente göç ve modernite gibi dinamiklerin, kentlerde yeni eğlence sistemlerinin doğmasına, yerel eğlence unsur ve türlerinin ya da kurumlarının yapısında değişmelerin, çözümlerin meydana gelmesine, hatta bazılarının ortadan kalkmasına neden olduğunu belirtmektedir (Adorno, 2016: 42). Bu geleneksel belleğin tekrar oluşturulması, işlenmesi, sunulması, yaşatarak yaşatılması öncelikle eğitim alanındaki düzenlemelerle gerçekleşebilecektir. Temel eğitim kurumlarının eğitim-öğretim programlarında bireylerin kültürel miras ve bu belleğin önemi, değeri konusunda bilinçlendirilmesini sağlayacak derslerin verilmesi gerekmektedir. Toplumsal cinsiyet rolleri ve kalıp yargılar da kitle iletişim araçları aracılığıyla sosyalleşme süreçlerinde başta aile, okul, akran grupları ve medya tarafından üretilmekte, pekiştirilmekte ve aktarılmaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitsizliğine yol açabilecek her tür iletişim aracının denetlenmesi ve bu hususta aile bilinçlendirme destek birimlerinin oluşturulması gerekmektedir.

Gençlerle yapılan çalışmalarda erkeklerin kızlara oranla toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını daha fazla destekledikleri görülmektedir. Bu desteğin temel nedenlerinden birinin toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının erkeklerin yaşamını daha olumlu etkilerken (bağımsız olma gibi) kızların yaşamını olumsuz etkilemesinin (bağımlı olma gibi) olduğu düşünülmektedir (Rowley vd., 2007). Oswald ve Lindstedt’ in (2006) yapmış oldukları çalışmalara göre kişiler kalıp yargıların olumlu yanlarını kendilerine, olumsuz yanlarını ise başkalarına uygulayarak toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını sürekli hale getirmektedirler. Benzer şekilde yapılan çalışmalar sonucunda erkek ergenlerin kızlara göre toplumsal cinsiyete ilişkin daha geleneksel bir bakış açısına sahip oldukları belirlenmiştir (Crouter vd., 2007; McWhirter, Hackett, Bandalos, 1998; akt. Esen, vd. 2018:149). Türkiye’de gençlerin toplumsal cinsiyet kalıp yargıları ve tutumlarına ilişkin çalışmalar incelendiğinde çalışmaların ağırlıklı olarak üniversite öğrencileriyle gerçekleştirildiği görülmektedir. Alan yazın taramasında lise öğrencileriyle gerçekleştirilen nicel bir çalışmaya ulaşılamazken sınırlı sayıda nitel çalışma olduğu görülmüştür (Aslan, 2007; Engin Demir vd., 2016; akt. Esen, vd.

2018:146-148). Bunun önemli nedenlerinden birisinin ergenlerde toplumsal cinsiyet algısını değerlendirmeye yönelik bir ölçme aracı eksikliği olduğu düşünülmektedir. Lise yılları özellikle kariyer seçimi açısından da kritik bir dönem olduğu için ergenlerin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin bakış açısını değerlendirmenin de son derece önemli olduğuna inanılmaktadır.

Başta ABD olmak üzere ergenlik döneminde toplumsal cinsiyet algısını değerlendirmeye yönelik çok sayıda araştırma sonuçları (Bartini, 2006; Frieze ve Feligoj, 1995; Frieze vd., 2003; Galambos vd., 1990; Updegraff vd., 2014; akt. Esen, vd. 2018:150) olmakla birlikte kültürel farklılıklar da göz önüne alındığında kültüre özgü değerlendirmeler yapmanın hem alan yazına katkı sağlayacağına hem de gelişimsel psikolojik danışma ve rehberlik çalışmaları kapsamında ergenin kişisel sosyal gelişimi başta olmak üzere mesleki ve eğitsel rehberlik alanında planlanacak çalışmalara da katkı sağlayacağına inanılmaktadır.

Bu çözüm önerileri çeşitlenmekle birlikte, internetin eğitim ve kültür düzeyini yükseltme, haber ve bilgi edindirme işlevinin yanında hoşça vakit geçirtme, eğlendirme ve dinlendirme işlevlerine sahip olduğu belirtilmiştir. Elektronik medyanın bugünkü kültürü biçimlendirdiğini söyleyen Özdemir, insanların hakikatle ilgili ciddi derecede gerçekliğini de değiştirdiğini vurgulamıştır. Bu gerçeklik kadının toplum içinde değişmez rolünü pekiştirmiş, erkek bakış açılarının bu doğrultuda kadını nesnelleştirmenin olağan bir durum gibi görülmesine sebep olmuştur. Özdemir'in de vurguladığı gibi, Türk eğlence sisteminde yer alan erotik öğelerin tamamı, kadının fiziksel yapısı ya da cinsel/erotik kimliğiyle ilgilidir (Özdemir 2005: 303).

Van türkülerinde kadın ve kadın figürüne yönelik âşıklar tarafından bestelenmiş çok sayıda türkü de kadının fiziksel yapısını ve dokunulmazlığındaki çekiciliği, toplumsal gücünü sergileyen, toplumsal rol ile ilgili güzellemeler niteliğindedir. Bu dokunulmazlığın cinsiyetçi açıdan ifade bulduğu semboller, kültüre özel dokusuyla şiir ve türkülerde anlam kazanmıştır (Çakmak, 2017). Kadınlara yönelik bu erotik bakış açısı kültürel araçlara da yansımış ve yaygınlaştırılmıştır. Geleneksel eğlencelerde kadınların kültürel kalıp yargılarına göre değerlendirildiği ve bu yapının kadın-erkek tarafından benimsendiği görülmüştür. Eril geleneksel eğlence ortamlarında, kadınlar, genellikle eğlence hazırlayıcı/hizmet edici veya eğlendirici rollerini üstlenirler (2005: 303).

Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi

21.yüzyıl insanının kültürel belleğinde, küreselleşmenin örtülü yaptırımıyla dayatılan ve davranış biçimi haline gelen eğlence, yatırım, istihdam ve katma değer açılarından ekonominin önemli bir sektörü olarak bu kalabalık pazar en geniş tüketici portföyüne sahip bulunuyor; çünkü eğlenme ‘keyif’ almaya odaklanan insan için zorunlu bir davranış kalıbı haline getiriliyor. Bu zorunlu ve hızlı davranış değişikliği ve tutumu son geçiş dönemi veya sonun başlangıcı olarak kabul edilen ölüm dışında, insan hayatının hemen her safhasında var olan eğlencenin, günümüzde artık özel zamana gerek duyulmadan yaşamın her anını ve alanını sarmalayan bir endüstri (Öğüt Eker 2014: 9) işlevi yüklendiğini göstermektedir.

Bugün pek çok köyün ve kasabanın internet sitesi bulunmaktadır. Artık yerel, kentli ve akademik seçkinlerin kendilerini keşfetmelerini beklememekte, öncelikle kültürel ve ekonomik zenginliklerini ulusal ve küresel ölçekte tanıtmayı ve paylaşmayı hedeflemektedirler (Özdemir, 2012). Bu değişimin hızlı olmasını insan bilincini ve yapısını bozduğunu belirten Güleç,tarihsel hızlı değişim sonuçlarının Almanya’daki etnik gruplar üzerinden olumsuzlamasını şöyle açıklamaktadır: 1930’larda Almanya’da Richard Thurnawal ve ekolü, ırk ve farklı düzeylerdeki kültürler arasındaki ilişkileri incelemeye başlamış ve bu çalışmalar o yıllarda Amerikalı sosyal bilimciler tarafından yeniden ele alınarak, etnopsikiyatrinin bugün de çok tartışılan temel tezini geliştirmişlerdir.

Bu tez kısaca şöyle özetlenebilir: Etnik gruplarda görülen hızlı kültürel değişmelerle ruhsal bozuklukların görülme sıklıkları arasında pozitif bir korelasyon vardır (Güleç 2002: 13).

Diğer bir araştırmacı; kitle iletişim araçlarının hızla yayılmasındaki temel eğilimi, dünyada tek bir kafa yapısı, tek bir kültür yaratılması ve bunun sonucu olarak insan tarihinin özgüllüklerinden akıp gelen bölgesel bilincin ortadan kaldırılması olarak aktarmaktadır (Morley, Kevin 1997: 105).

Küresel medyanın, izleyicilerinin gönüllerini ve düşüncelerini sorunsuz bir biçimde fethettiği ve gittikçe homojenleşen bir küresel kültür ve bilinç oluşturduğu görülmektedir. Medyanın gücü varsayılr, fakat kanıtlanmaz. Değişim bir sorun olarak kültürel aşınma ve hatta yok olma olarak görülmektedir.

Küresel bir kültür, daha güçlü olan bu anlayışta, dünya üzerindeki

herkesi kucaklayan tek bir kültürün ortaya çıktığı ve şimdiye kadar oluşmuş kültürel sistemlerin çeşitliliğinin yerini almakta olduğu anlamına gelmektedir (Tomlinson 2004: 103). Şimdiye kadar böyle bir durumun ortaya çıkmaması ortaya çıkmayacağı manasına gelmez, bunun önlemlerini almak elzem bir durum olarak görülmektedir. Kuşkusuz Marx kapitalizmin peşinde getirdiği fakirleşmeyi (Manifesto'nun yaptığı toplanma eylemine çağrısı) ve metaların yüzeysel, sahte tatminlerini tanıtmaktadır (Marx, Engels 2018: 48). Böyle çağların sonsuza kadar sürmediğini, bunların, çoğu kez geçiş dönemleri olduğu belirtilmektedir. Trajik karakterlerin ani oluşumunu da onların geçici olduklarının belirtisi olarak göstermektedir. Bu dönemler, ilerici insanların varoluşlarının trajedisinin geçiş döneminin zaten başlamış olduğunun belirtileridir. Davidov, ilerici insanların idealleriyle onların reel, görgüsel “ayıplı” varlıkları arasındaki çelişki, maddi gerçekliğin gelişmesindeki nesnel çelişkinin “insansal alana” aktarılmasından başka bir şey olmadığını belirtir (Davidov 1990: 25). Bizim ileri teknolojili toplumumuz çoğumuzu hızla nesnelere haline getiriyor ve bizi sistemin mantığına uygun şekilde programlıyor. Bunun gerçekleşme derecesine göre de yeni bir “sessizlik kültürü” ne gömülmüş hale geliyoruz. Bu sessizliğin ağır sonuçlarını kadınların çektiği ülkemizde yapılandırılmış projelere ihtiyaç duyulduğu görülmüştür.

Türk dinleyici ve izleyici kitlesi seçenek bolluğu içinde video/klip bombardımanının altındadır. Müzik türleri konusunda yeterli alt-yapıya sahip olmayanlar için tek belirleyici etken “kulağa hoş gelme” ölçütü olmaktadır. Belirli bir merkezden yayılan sınırsız seçenekler içinde, geleneksel/yerel kaybolmaktadır (Özdemir 2005: 260-261). Paradoks, bizi bu hale getiren teknolojinin aynı zamanda ne olup bittiği hakkında yeni bir duyarlılık noktasında yaratmasındadır. Özellikle gençler arasında, eski otorite kavramlarının aşınmasıyla birlikte yeni medya, bu yeni köleliğin açıkça bilincine varılmasının yolunu açmıştır.

Gençler kendi sözlerini söyleme haklarının kendilerinden çalınmış olduğunu ve bu hakkı tekrar kazanma mücadelesinden daha önemli pek az şey olduğunu kavıyor ve ayrıca bugünkü eğitim sisteminin -anaokulundan üniversiteye- onların düşmanı olduğunu da düşünüyorlar (Freire 2011: 16). Eğitimin zorunlu ilerlemesinin sorunlu bireylerin artmasına sebep olduğu belirtilmektedir.

Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi

Yöntem

Van İlinde gençlerin izlediği müzik video/kliplerin toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını ne ölçüde etkilediğini saptamak için nitel araştırma kapsamında katılımcılara “soruları cevaplandırırken aklınıza ilk gelenleri lütfen sıralayınız” şeklinde bir yönlendirme sunulmuş ve katılımcılar da bu yönlendirme doğrultusunda akıllarına ilk gelen sıfatları, kavramları ve örnekleri hazırladığımız soru kâğıtlarına yazarak sıralamışlardır. 46 kadın, 54 erkek tarafından sorular yazılı/sözlü cevaplandırılmıştır.

Nitel değerlendirme kapsamında ve random tekniğiyle öğrencilerin ad ve soyadları kısaltılarak verilmiş, yaşları parantez içinde gösterilmiştir. Toplanan veriler Microsoft Office Excel tablolama programı aracılığıyla içeriğin oluşumu ile ilgili ilk cevaplar dikkate alınarak 100 katılımcının ortak cevapları gruplandırılmıştır. Gruplar halindeki nicel verilerin analizi için IBM SPSS Statistics programı kullanılmıştır. Program içerisindeki “betimsel istatistik”, “cinsiyete göre cevaplar “ve lise türüne göre cevapların tablo ve grafikleri “Crosstabs” tabloma tekniğiyle hazırlanmıştır. Frekans değerleri, oranlar ve sütun grafikleri IBM SPSS Statistics programı içinde hazırlanmıştır. Tablolar ve grafikler İngilizce’den Türkçe’ye Microsoft Office Excel programı aracılığıyla Türkçeleştirilip kopyalanabilir duruma getirildikten sonra bütün cevaplar arşivlenmiştir.

Araştırma problemleri

Evren, çalışma grubu, veri toplama tekniği

Bu araştırmada; ortaöğretim öğrencilerinin toplumsal cinsiyet rolleri, beklentileri ve sorumluluklarına ilişkin tutumlarının belirlenmesi ve yaşam değerleriyle ilişkilendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırmada, ”Lise öğrencilerinin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumları kitle iletişim araçları aracılığıyla izledikleri müzik/video kliplerden nasıl etkilenmektedir?”, ”Müzik video/kliplerde öne çıkan kadın-erkek rol ve değişkenlerin öğrencilerin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumlarında bir farklılığa neden olmaktadır?”, “İzledikleri müzik video/kliplerin izlenme nedenleri ile toplumsal cinsiyet tutumları arasında bir ilişki var mıdır?” sorularına cevap aranmıştır.

Bu araştırmanın evrenini Van İlindeki 16-24 yaş gençlerin izledikleri müzik video/klipler ve kalıp yargılara etkisi oluştururken, örneklem/çalışma

grubunu ise 2018-2019 yılında, iki devlet okulu olan Van İMKB Fen Lisesi ve Mesut Özata Anadolu Lisesinde eğitim gören öğrenciler oluşturmuştur.

Veri toplama araçları

Nicel değerlendirme kapsamında toplanan veriler IBM SPSS Statistics programı ve T testi kullanılarak her soru için kadın-erkek verdikleri cevaplar nicelik/niteliksel ilk cevaplar dikkate alınarak ayrılmış ve nitel değerlendirme kapsamında kitle iletişim araçlarını kullanma sıklıkları ve en çok izlenen müzik video/kliplerde vurgunun toplumsal cinsiyet eşitsizliğine ve kalıp yargıların kadının fiziksel görünümüne bağlı olduğu klipler değerlendirilerek öne çıkan müzik video/kliplerin toplumsal kalıp yargılarını nasıl etkiledikleri ile ilgili verdikleri ilk cevaptaki videolar yorumlanarak genel tespit yoluna gidilmiştir.

Bulgular ve yorum

Gençlerin ya da genel olarak bir insanın tutumundan söz edebilmek için bazı kriterlerin yerine getirilmesi gerekmektedir. Tutum, bir insana atfedilen, onu psikolojik bir nesne ile ilgili düşünce, duygu ve davranışlarını bir düzen içinde oluşturan bir eğilimdir.

Son yıllarda kullanılmaya başlanan popüler tanımına göre ise tutum; kognitif malumat, duygulanımsal malumat ve davranışsal niyet veya geçmiş davranışları ilgilendiren malumat olmak üzere üç genel bilgi grubundan doğan veya bunlar üzerine temellenen, bir uyaran nesnesinin değerlendirici boyutla birlikte kategorizasyonudur (Arkonaç 2001: 159). Arkonaç'ın da belirttiği gibi tutum bir bireye atfedilir çünkü bireyin zihinsel mekanizmasındaki bir yapı olduğu varsayılmaktadır. Dolayısıyla çalışmalar tekil bireyin tutumları üzerinden tasarlanmaktadır ve tutum ölçekleri gibi yöntemler kullanılarak, çok sayıda bireyin tutumları ölçülebilmekte, grup tutumlarından bahsedilebilmektedir.

Gençlerin sorulara verdikleri cevaplar olumlu/olumsuz kalıp yargı şeklinde niteliksel ayrımı yapılarak, cevapların kuramsal çerçevesi ışığında gençlerin cinsiyet kalıp yargıları en çok izledikleri müzik video/kliplerdeki görüntü ve sözler yorumlanarak genel tutumları belirlenmeye çalışılmıştır. Tahliller kişi ve sosyal gruplar bazında ele alınmıştır. 16-24 yaş grubu gençlere sorduğumuz sorular neticesinde genel olarak gençlerde izledikleri müzik video/kliplerde var olan tutumlarının şu yönlerden değiştiği/geliştiği saptanmıştır.

Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi

Lise ve Cinsiyet Dağılımı			LİSE TÜRÜ		Toplam
			Anadolu Lisesi	Fen Lisesi	
CİNSİYET	Kadın	Ortalaması	21	35	56
		CİNSİYET	37,5%	62,5%	100,0%
		LİSE TÜRÜ	43,8%	67,3%	56,0%
CİNSİYET	Erkek	Ortalaması	27	17	44
		CİNSİYET	61,4%	38,6%	100,0%
		LİSE TÜRÜ	56,3%	32,7%	44,0%
Toplam		Ortalaması	48	52	100
		CİNSİYET	48,0%	52,0%	100,0%
		LİSE TÜRÜ	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 1: Katılımcıların Lise ve Cinsiyet Durumu

Özel Değerlendirirsiniz?	Zamanınızı Nasıl	CİNSİYET		Toplam
		Kadın	Erkek	
Kitle İletişim Aletlerini Kullanma	Ortalama	25	22	47
	Soruya	53,2%	46,8%	100,0%
	CİNSİYE	44,6%	50,0%	47,0%
Bir Müzik Enstrümanıylayla	Ortalama	2	1	3
	Soruya	66,7%	33,3%	100,0%
	CİNSİYE	3,6%	2,3%	3,0%
Kitap	Ortalama	16	2	18
	Soruya	88,9%	11,1%	100,0%
	CİNSİYE	28,6%	4,5%	18,0%
Bedense	Ortalama	8	17	25
	Soruya	32,0%	68,0%	100,0%
	CİNSİYE	14,3%	38,6%	25,0%
Diğer	Ortalama	5	2	7
	Soruya	71,4%	28,6%	100,0%
	CİNSİYE	8,9%	4,5%	7,0%
Toplam	Ortalama	56	44	100
	Soruya	56,0%	44,0%	100,0%
	CİNSİYE	100,0	100,0	100,0%

Tablo 2: Cinsiyete göre 1. soruya verilen cevaplar

Boş zamanlarınızı nasıl değerlendirirsiniz? sorusuna verilen cevapta erkek öğrencilerden 16 yaşındaki F. M. (16) adlı katılımcı, K. K. (17), S. Y. (15), F.Y. (17) vd. birçok erkek katılımcı arkadaşlarıyla gezerim, futbol ve okey oynarım, sosyal medyada zaman geçiririm diye yanıtlamışlardır.

Kız öğrenciler ise İ.Z. (15), K.E. (15), S.E. (16), Z.I. (17) v.d. Film izleme, müzik dinleme, şarkı söyleme, kitap okuma gibi çeşitli faaliyetleri sıralamışlardır. Kitle iletişim aletlerini % 6,4 farkla kız öğrencilerin erkek öğrencilere oranla fazla kullandıkları görülmüştür.

Kitap okuma oranının da kız öğrencilerde erkek öğrencilere oranla %77,8 fazla olduğu bedensel aktivitelerin de erkeklerde %36 farkla kadınlardan daha fazla olması dolayısıyla bu anlamlı fark göz önüne alınırsa evde zaman geçirme sürelerinin kız öğrencilerin erkek öğrencilere oranla fazla olduğu, evde geçen sürenin fazla olmasının da toplumsal kalıp yargılardan kaynaklı olabileceği düşünülmektedir.

İzledikleri müzik/video kliplerden gizli işlev olarak sorduğumuz soru üzerinden gerekli cevaplar alınamamıştır. Gençlerde algılamının, dil gelişiminin zayıf olduğu, bilişsel dışa vurma düzeyinde cümle kurmanın yazılı/sözlü yetersiz olduğu görülmüştür.

Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi

İnterneti Genellikle Hangi Amaçlar İçin Kullanırsınız?		CİNSİYET		Toplam
Soruya	Cinsiyete	Kadın	Erkek	
Sosyal	Ortalama	12	11	23
	Soruya	52,2%	47,8%	100,0%
	CİNSİYET	21,4%	25,0%	23,0%
Film/Video	Ortalama	27	14	41
	Soruya	65,9%	34,1%	100,0%
	CİNSİYET	48,2%	31,8%	41,0%
Online Oyun	Ortalama	0	8	8
	Soruya	0,0%	100,0%	100,0%
	CİNSİYET	0,0%	18,2%	8,0%
Araştırma/Ders	Ortalama	16	9	25
	Soruya	64,0%	36,0%	100,0%
	CİNSİYET	28,6%	20,5%	25,0%
Diğer	Ortalama	1	2	3
	Soruya	33,3%	66,7%	100,0%
	CİNSİYET	1,8%	4,5%	3,0%
Toplam	Ortalama	56	44	100
	Soruya	56,0%	44,0%	100,0%
	CİNSİYET	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 3: Cinsiyete göre 2. soruya verilen cevaplar

İnterneti genellikle hangi amaçlar için kullanırsınız? sorusuna erkek öğrencilerin genellikle verdikleri cevaplar arasında %31,8 video izlemek, %25,0 sosyal medyada gezinmek, %18,2 ise oyun oynamak, yanıtlarının öne çıktığı görülmüş, kız öğrencilerin verdikleri yanıtlarda ise %65,9 film izlemek, yeni video/klipleri izlemek, %21,4 sosyal medyada gezinmek, haber takip etmek, müzik dinlemek, %28,6 araştırma yapmak gibi çok farklı oranlar alınmıştır.

İzledikleri müzik/video kliplerin karma olduğu, hem Türk hem de yabancı müzik/video kliplerin izlendiği, müzikalitesinden ziyade katılımcılardan B.S. (17), A.B. (17), M.B. (17), E.T. vd. birçok kadın katılımcı ritmik ve herkesin takip ettiği müzik video/kliplerin takip ettiklerini, kadının özgür, güçlü, modern ve baskın olduğu video/kliplerin hem kızlar hem de erkekler tarafından çok etkileyici bulunduğu ve izlendiği görülmüş, erkeklerin B.G. (17), E.A. (17), K.D. (17) v.d. erkek katılımcıların birçoğu bu

tür kadınlarla sadece eğlenmek için birlikte olunabileceğini söylemeleri, aile kurmak için uygun olmadıklarını vurgulamaları gibi toplumsal kalıp yargıların etkisinde kaldıkları, kızlar da E.T. (17), M.S. (17), Z.K. (17) v.d kadın katılımcılar bu kalıp yargıları eleştirmekle birlikte sosyo-kültürel rollerine uygun cevaplar vermişlerdir.

Kız/erkek öğrencilerin video/kliplerdeki yaşantıyı doğru bulmadıkları, böyle bir yaşantıyı benimsemediklerini vurgulamaları, toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını benimsedikleri ve kabullendiklerini göstermiştir. Toplumsal cinsiyetle ilgili kalıp yargılardan kaynaklı rollerin kitle iletişim araçları aracılığıyla pekiştiği görülmüştür.

En çok Hangi Video/Klipleri İzlersiniz? Niçin?	Cinsiyete	CİNSİYET		Toplam
		Kadın	Erkek	
Aleyna	Ortalama	6	2	8
	Soruya	75,0%	25,0%	100,0%
	CİNSİYET	10,7%	4,5%	8,0%
Demet	Ortalama	6	1	7
	Soruya	85,7%	14,3%	100,0%
	CİNSİYET	10,7%	2,3%	7,0%
İrem	Ortalama	10	1	11
	Soruya	90,9%	9,1%	100,0%
	CİNSİYET	17,9%	2,3%	11,0%
Dans	Ortalama	1	6	7
	Soruya	57,1%	42,9%	100,0%
	CİNSİYET	7,1%	6,8%	7,0%
Summer	Ortalama	1	6	7
	Soruya	57,1%	42,9%	100,0%
	CİNSİYET	7,1%	6,8%	7,0%
Komik	Ortalama	18	1	19
	Soruya	94,7%	5,3%	100,0%
	CİNSİYET	32,1%	2,3%	19,0%
Diğer	Ortalama	11	30	41
	Soruya	26,8%	73,2%	100,0%
	CİNSİYET	19,6%	68,2%	41,0%
Toplam	Ortalama	56	44	100
	Soruya	56,0%	44,0%	100,0%
	CİNSİYET	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4: Cinsiyete göre 3. soruya verilen cevaplar

Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi

En çok hangi video/klipleri izlersiniz? sorusuna erkek öğrencilerin verdikleri cevaplar genellikle Z.F. (16), Y.Ç. (16), A.D. (15) v.d. katılımcıların %68,2'si diğer videolar ve ritmik olarak bas ağırlıklı, hızlı metronomlu ve ilgi çekici olanları, örneğin dans eden yeşil uzaylı, Aleyna Tilki, İrem Derici, Demet Akalın, Summer Cem gibi şarkıcıların videolarını izlediklerini ve çok eğlendiklerini belirtmişlerdir. İzledikleri video klipleri genellikle yazmak istememeleri dolayısıyla karışık bir tablo önümüze çıkmıştır.

Kadın katılımcılardan Z.K (17), R.A (17), V.S (17), A.N.Ç (17), F.B (17) v.d %32,1'lik kısmı komik videolar ve ders videoları, G.Ç (16), M.E (15), S.G (15) v.d katılımcıların %19,6'sı, dizi klipleri, duygusal klipler, Hint danslı klipler, komik videolar, sevdikleri sanatçıların klipleri, gizemli klipler gibi cevapların yanında %10,7 Aleyna Tilki, %10,7 Demet Akalın, %17,9 İrem Derici vb. farklı cevaplar verdikleri görülmüştür. Hoşça vakit geçirmek, rahatlamak, eğlenmek gibi sağaltım sağlamak için müzik video/kliplerin izlendiği belirtilmiştir.

Verdikleri yanıtlarda kendi tercih ettikleri video/kliplerin pek olmadığı, arkadaş çevrelerinin ve popüler kültürün öne çıkardığı müzik video/kliplerin tercih edildiği, genel olarak kitle iletişimine ve dağıtımına bağlı/bağımlı oldukları sonucunu çıkarabiliriz. Gençlerin tutumlarında sosyal çevre ve akran grubu tarafından izlenen-etkilenilen müzik video/kliplerin rol/model alma hususunda etkili olduğu görülmüştür.

Özel Zamanınızda İzleyip Paylaşmadığımız Video/Klipler Var mı? Bunlar Nasıl Video/Kliplerdir?		CİNSİYET		Toplam
Soruya	Cinsiyete	Kadın	Erkek	
Belirtilmemiş	Ortalama	14	16	30
	Soruya	46,7%	53,3%	100,0%
	CİNSİYET	25,0%	36,4%	30,0%
Paylaşmam	Ortalama	22	16	38
	Soruya	57,9%	42,1%	100,0%
	CİNSİYET	39,3%	36,4%	38,0%
ArabeskMüzik	Ortalama	1	3	4
	Soruya	25,0%	75,0%	100,0%
	CİNSİYET	1,8%	6,8%	4,0%
Özel	Ortalama	7	2	9
	Soruya	77,8%	22,2%	100,0%
	CİNSİYET	12,5%	4,5%	9,0%
Diğer Müzik	Ortalama	12	7	19
	Soruya	63,2%	36,8%	100,0%
	CİNSİYET	21,4%	15,9%	19,0%
Toplam	Ortalama	56	44	100
	Soruya	56,0%	44,0%	100,0%
	CİNSİYET	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 5: Cinsiyete göre 4. soruya verilen cevaplar

Özel zamanınızda izleyip paylaşmadığımız video/klipler var mı? Bunlar nasıl video/kliplerdir? sorusuna, erkekler F.M (16), K.K (15), E.D (17), M.Y.A (15) vd. katılımcıların birçoğunun genellikle dinlediğim müzikleri arkadaş çevrem dinlemiyorsa paylaşmam çünkü benden uzaklaşabilirler, izlediğim hiçbir videoyu paylaşmam gibi %36,4 paylaşmam %36,4 yok ve %15,9 diğer özel gibi kapalı cevaplar verdikleri görülmüştür. Kız öğrenciler de kendilerinin slaytla hazırladıkları video/klipleri tasarımı yapıp arkadaş grubunda paylaştıkları M.K (15), D.A (17), D.Y (17), A.Ç (15) vd. kadın katılımcıların genellikle çok izlediklerini ama %39,3 paylaşmadıklarını çünkü çevreleri tarafından, aileleri tarafından hoş karşılanmayacağını düşündüklerini, kendilerinin dans ederek oluşturdukları %12,5 videoları ve sevdikleri %21,4 erkek sanatçıya ait videoları paylaşmadıkları en çok verdikleri cevaplar arasındadır.

Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi

Gençlerin bu soruya verdikleri cevaplardan toplumsal normlara uygunsuz davranışları bilindiği takdirde yaptırma maruz kalma endişesi hissedilmiş, istedikleri gibi düşünebilmekte fakat uygulamada çevrenin belirlediği rol ve davranışlara göre hareket etmeleri gerektiği bilinciyle dışavurma noktasında korku ve endişe taşıdıkları saptanmıştır.

Özellikle kadınların izledikleri müzik video/klipler ile toplumsal cinsiyet tutumlarındaki yaşam pratiğinin çatışması durumunda bir bunalım ve çatışma yaşadıkları ve ördek sendromu yaşadıkları gözlenmiştir.

5.Geleneksel Eğlenceleriniz Var Mı? Eşlik Ettiğiniz Eğlencelerin İsimlerini		CİNSİYET		m	Topla
Soruya	Cinsiyete	Kadı	Erke		
Belirtilmem	Ortalama	8	3		11
	Soruya	72,7%	27,3%		100,0
	CİNSİYE	14,3%	6,8%		11,0%
Düğün	Ortalama	10	4		14
	Soruya	71,4%	28,6%		100,0
	CİNSİYE	17,9%	9,1%		14,0%
Kına	Ortalama	10	0		10
	Soruya	100,0	0,0%		100,0
	CİNSİYE	17,9%	0,0%		10,0%
Halay	Ortalama	6	7		13
	Soruya	46,2%	53,8%		100,0
	CİNSİYE	10,7%	15,9%		13,0%
Aşık	Ortalama	9	7		16
	Soruya	56,3%	43,8%		100,0
	CİNSİYE	16,1%	15,9%		16,0%
Diğer	Ortalama	13	23		36
	Soruya	36,1%	63,9%		100,0
	CİNSİYE	23,2%	52,3%		36,0%
Toplam	Ortalama	56	44		100
	Soruya	56,0%	44,0%		100,0
	CİNSİYE	100,0	100,0		100,0

Tablo 6: Cinsiyete göre 5. soruya verilen cevaplar

Geleneksel eğlenceleriniz var mı? Eşlik ettiğiniz eğlencelerin isimlerini yazar mısınız? sorusuna, İ.B.G (15), Y.Y (17),G.T (15) vd. erkek katılımcıların %27,3'ü futbol oynadığını, maç izlediğini, okey oynadığını, V.T (17), K.D (17), S.İ (17) vd. erkek katılımcıların %9,1'i düğünlerde halay çektiklerini, %15,9 'u aile büyüklerine yardım ettiklerini, diğer %15,9'luk

kısım ise sohbet ettiklerini belirtirken, kız öğrencilerden S.Y (17), R.A (17), N.K (17), E.N.Ç (17), M.K (15), D.A (19), M.A (17), B.O (17) vd. kadın katılımcıların %10,7'si halay çektiklerini, %17,9'u düğüne, %17,9'u kınaya gittiklerini, %23'ü ailece tombala oynadıklarını, %23,2 hamama gittiklerini vb. yazmışlardır.

Erkek öğrencilerin soruları daha düz mantık cevapladıkları görülmüştür. Geleneksel eğlencelerinde annelerine yardım ettikleri belirleniminden yola çıkarak kadına ev işlerinde zorunlu durumlarda yardım ettikleri, kız öğrencilerin ise bu hususta soruyu daha düşünüp detaylandığı ilk bakışta gözümüze çarpan kadın/erkek doğasına ait bir gerçek somutlama olmuştur.

Erkeklerin geleneksel eğlencelerin içinde zorunlu olmadıkça bulunmadıkları, dolayısıyla gelenekselin ne olduğuyla ilgili kavramsal bilgilerinin çok kısıtlı olduğu, kızların da asli görevleri olan kadınlık vasıflarından ötürü bu tür geleneksel eğlencelere genellikle anneleriyle birlikte eşlik ettiği görülmüştür.

Okumayan gençlerin boş zamanlarını geçirdikleri kafe ve eğlence yerlerinde sözlü olarak sorduğumuz sorulara genellikle cevap vermedikleri, verdikleri cevaplarda da müzik video/klipleri az izledikleri daha çok film izledikleri ve film aktörünün etkisinde kaldıkları, benimsedikleri film aktörleri gibi giyinip, eylemsel taklit yoluyla davranışların taklit edilerek yeni bir kimlik oluşturmaya çalıştıkları görülmüştür. Dinledikleri müziklerin de arabesk/film müzikleri olduğu verdikleri cevaplar arasındadır.

Sosyal çalışmacı olarak çalışan Muammer Takız'ın (33 yaş) ve Psikolog Bahar Özvan'ın (24 yaş) da benzer ifadelere ek olarak Van ilinde gençlerin intihar oranlarının son zamanlarda arttığını, nedenleri arasında da izledikleri *Mavi Balina* adlı video/oyun olduğu ifade edilmiştir. Bu durumu da ailenin ve çevrenin ilgisiz ve kayıtsızlığına bağlayan Takız ve Özvan, gençlerin yönlendirilmeye ihtiyaç duyduğu bir döneminde çevresinde yönlendirecek bir ebeveyn göremediklerinde video yönlendirmesine maruz kaldıklarını ve kendilerini intihara yönlendiren oyunun talimatlarına uyup hayatlarını sonlandırabileceklerini ifade etmişlerdir. Oyunu oynatan kafelerin intihar vakalarının artmasından ötürü denetlendiği fakat ailenin de ciddi desteğine ihtiyaçları olduklarını belirtmişlerdir. Gençlerin toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının izledikleri video/klipler ve filmler aracılığıyla

Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi

olumsuz tutumlara yol açtığı, Van ilindeki gençlerin bu görsellerden olumsuz yönde etkilendiği ve dışavurumda uygun ortam bulamadıklarında depresyona maruz kaldıkları gözlenmiştir.

Sözlü iletişimsizliğin bu olumsuz durumlarda başat rolü olduğu, bedensel aktivitelerin yetersizliğinin de duygu dünyalarını karamsarlaştırdığı, anlamsız ve karamsar bir gelecek tutumuna ittiği gözlenmiştir.

İletişim ve elektronik alanlarındaki hızlı ve hayalleri zorlayan gelişmeler, insanların gündelik yaşamları üzerinde etkili olmaya devam etmektedir. Bu süreçte, eğlence dünyası da payına düşeni almaktadır.

Gençlerin takıldığı eğlence mekanlarında fiziksel ve bilişsel olarak kendilerine zarar verecek eylemlerde buldukları saptanmıştır. Kitle iletişim araçlarının belki de ilk uygulandığı alanların başında eğlence dünyası gelmektedir. Aynı zamanda bu durum (yeni eğlence-oyun ortam ve türlerini yaratarak), eğlencenin bağımsız bir sektör haline gelmesini de sağlamıştır. Daha çok teknoloji tüketen insanların yaşadığı Türkiye’de bu tür gelişmelerin eğlence geleneğindeki etkilerini açıklamak için “radyo, sinema, televizyon, bilgisayar (internet, bilgisayar oyunları), elektronik oyun salonları temel ölçüt olarak sayılabilir (Özdemir 2005: 244).

İnsanların kendileriyle özdeşleştirdikleri ya da model aldıkları bu kişiler, tiyatro rolleri aracılığıyla toplumsal rolleri betimlendiğinin çok eski bir geçmişi vardır. Ayrıca aşırı cinsel enerjinin dışa yönelik çeşitli biçimlerde ortaya çıkmasını 1832’de ölümün her yerde kol gezmesine neden olan kolera salgınına karşı durmaya yönelik yaşamsal bir gereksinim olarak yansıtıldığı belirtilmiştir.

Bedenin tarihinin kilit noktasını haz ile acının artsüremleri bir perspektifte incelenmesinde yattığını vurgulayan Corbin, kadın ve erkeğin biyolojik farklılıklarını kadın ve erkek bedeninin doğa tarafından türü devam ettirecek şekilde oluşturulduğunu, iki cinsiyetin yalnızca cinsel organlarının biçimi bakımından değil, aynı zamanda bedensel ve manevi bakımlardan da birbirinden farklı olduğunu belirtmiştir (Corbin vd., 2006: 93-95).

Kadının her zaman kadın olduğunu fakat erkeğin gerekli zamanlarda erkek olduğunu da ekleyerek, kadınların cinsel eğitiminin önemi vurgulanmıştır. Van ilinde cinselliğin halk arasında bir tabu olması çekiciliğini artıran önemli bir etmen olarak görülmektedir. Bedenin

mahremiyetini korumanın ne denli önemli olduğu uzman kişiler tarafından aktarılmalıdır. Dolayısıyla görülen, izlenen, pornografi çağrıştıran ve fizyolojik işlevinin artmasına yol açan her görüntü ve videonun denetimden geçmesi elzemdir.

Toplumsal cinsiyet kalıp yarguların müzik video/kliplerde yansması ve gençler üzerindeki etkileri

Van İlinde gençler arasında en çok izlenen videolar içerik analizi yöntemiyle gençler üzerindeki etkileri dikkate alınarak bu bölümde yorumlanmıştır. 16-24 yaş grubu gençler arasında internetin çok kullanılmasından yola çıkarak insan hayatındaki yeri ve önemi yadsınamaz bir noktaya gelmiş olduğunu, başlarda bilgiyi elde etme ve işlemek için kullanılan internetin çok kısa bir zaman zarfında amacının çok ötesinde kullanılmaya başlandığını belirtebiliriz. Sosyal ağların hayatımıza girmesiyle beraber globalleşmenin önu iyice açılmış, birbirlerinin ne yaptığını merak eden insanlar daha çok ağlara bağlanmaya başlamıştır. Merak eden ve merak edilen bir kitle ortaya çıkmış, bu da beraberinde kişisel bloklar, fan sayfaları, Youtube profilleri gibi kişisel ve kurumsal sayfaları kullanmayı zorunlu hale getirmiştir. Artık tamamen bir finansal sektör haline gelen bir sosyal ağ olarak Youtube ve benzeri birçok internet sayfası kullanıcı sayısı arttıkça fonksiyonunu daha fazla artırmaya başlamıştır. Sosyal medya kullanımının denetimsiz kullanılabilmesi gençler arasında kültürel çatışma/bunalım yaratmaktadır. Denetlenmesi gereken bazı video/kliplerin olduğu görülmüştür.

Van İlinde gençlerin genel kategoride en çok izledikleri videolar: %7 *Dans Eden Yeşil Uzaylı* videosu olduğu görülmüştür. Müzik kategorisinde ise en çok izlenen videoların %8 Aleyna Tilki'nin *Yalnız Çiçek* şarkısı, %11 İrem Derici'nin *Evlenmene Bak* adlı video klibi, %7 Demet Akalın'ın *Ne Yaparsan Yap* adlı müzik video/klibi, %7 Summer Cem adlı şarkıcının *TMM TMM* (Tamam Tamam) adlı şarkısına çektiği video klibi olduğu tespit edilmiştir.

Dans Eden Yeşil Uzaylı

Türkiye'de genel kategoride en çok izlenen video/klip *dans eden yeşil uzaylı*, görsel ve müzikal anlamda ilgi çekmiş ve en çok izlenen video kategorisinde değerlendirilmiştir. Cinsiyeti olmayan bir animasyon karakter üzerinden kadın sesinin yansıtılması ve bu sesin cinsellik çağrıştırması, bas

Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi

ağırlıklı müzik eşliğinde cinsel uzuvları işaret ederek animasyon karakterin dansetmesi gibi cinsel uyarıcıları harekete geçiren pornografik olarak lanse edilen bir müzik video klip olma özelliğindedir. Animasyonun kadını temsilen yansıtıldığını düşündüğümüzde kameranın bu karakteri tepeden çekmesi dolayısıyla kadını aşağıladığı ve seks metası olarak lanse etmek istediklerini göstermektedir. Erkek katılımcıların %85,7'si Z.F (17), Y.Ç (16), A.D (15), vd. katılımcılar eğlenmek, kafayı dağıtmak, rahatlamak gibi cevaplar verdiği ve asıl verilmek istenen mesajı birçoğunun algılamadığı görülmüştür. Kadın katılımcılardan Z.K (17), V.S (17) gibi %7,1'lik kısmı da hareketli müziğinden ötürü izleyip, dinlediğini belirtmiştir. Türkiye'de de aynı düşünce sistemiyle izlendiği ve en çok izlenen müzik video/klip olduğu görülmüştür.

Müzikal anlamda çok basit bir yapısı olduğu bariz olmasına rağmen yoğun talep görmüş olmasının hoşça vakit geçirme işlevi dışında sebepleri olduğunu görüyoruz. Bunlardan bir tanesi hareketli ve bas ağırlıklı müziğin psişik algı üzerindeki etkisi olduğu söylenebilir. En azından videoda geçen sözlerin anlamını izleyicilerin bilmediğini varsayarsak bu denli izlenmiş olmasının ikinci sebebi olarak videodaki şarkının sözlerinin dikkat çektiğini söyleyebiliriz. Şarkı sözleri şöyle:

Yeşil Uzaylı Şarkısı Türkçe Çeviri (Dame Tu Cosita)

Ahh!! Bienvenidos a la cripta,

Ah mahsene hoşgeldin,

Dame tu cosita ah ah,

Bana küçük şeyini ver ah...

Sözlerin İspanyolca olması dolayısıyla gençler tarafından izlenmesinin asıl sebebinin dans hareketleri ve bas ağırlıklı müzik olduğunu söylemek mümkün olacaktır. Öte yandan sözlerin ve hareketlerin de erotik ima ağırlıklı olduğunu görüyoruz. Bu da videonun izlenme sayısını etkilemiş ve cinselliğin bir yaratık üzerinden teşhir edilmesiyle sosyal ortamlarda izlenmesini mümkün kılmış, paylaşılmasında bir sakınca görülmediğini düşündürmüş olabilir. Buradan hareketle videonun cinsel içerikli bir haz veya tatmin amacı güttüğünü söyleyebiliriz. Genç izleyici kitlesi göz önüne alındığında, tamamen görsel ve işitsel sebeplerden dolayı izlenmiş olması

olasılığı yüksek görülmektedir. Bu videoyu izleyen aktif kullanıcıların farklı sayfalara yönlendirilmeleri, ziyaretçilerin farklı sayfaların takibini istemeleri, ziyaret eden kullanıcıları farklı bir sayfaya kanalize etmeye çalışmaları ve bir nevi ziyaretçi sayısını arttırma çabaları içinde oldukları da olumsuz bir tutum olarak değerlendirilebilir.

Aleyna Tilki Yalnız Çiçek

Aleyna Tilki adlı şarkıcının 2018 yılında müzik kategorisinde en çok izlenen şarkıcı olduğu, video olarak da *Yalnız Çiçek* adlı videosunu öne çıkıdığı görülmüştür.

Şarkının sözleri Yıldız Tilbe'ye ait olduğundan izlenme/dinlenme sayısını artıran etkili bir faktör olduğu düşünülebilir. Kadın katılımcıların %10,7 'si K.E.T (15), B.S.D (17), Z.K (17), S.G. (15) vd. katılımcılar video klibi Yıldız Tilbe ismi için dinlediği, yorumlardan çıkardığımız bir sonuçtur.

Şarkıcının yaşının dönem itibariyle (19 yaş) küçük olması video klibin görsel açıdan fazla açık sahne barındırmamasında etkili olmuştur. Bunun çeşitli nedenleri arasında aile yaşantısı aktif olan kişilerin toplumun bir takım hassasiyetlerini düşünerek hareket etme zorunluluğundan kaynaklanmaktadır. Bu hassasiyetler arasında küçük yaşta bireylerin ekrana çıkarılmasının doğru bulunmamasının genel bir kanı olarak görülmesidir. Bir başka hassasiyet olarak da yine toplumun çoğunluğunun muhafazakâr olması ve bu muhafazakâr tutumun gerektirdiği geleneksel yapının kadının arka planda kalması (her anlamda ve her alanda) düşüncesi de gösterilebilir.

20 yaş altı kitlenin yoğun ilgi gösterdiği video yine bu kitle tarafından ya tavsiye edilmiş ya da paylaşılmıştır. Erkek katılımcıların %4,5'i M.T.A (15), F.A (15) gibi katılımcılar izlediklerini, çünkü güzel bulduklarını, müziklerinin etkili olduğunu ve dinlediklerini belirtmişlerdir. Bu paylaşım videonun yayılmasına ve farklı çevreler tarafından takip edilmesine neden olmuş olabilir.

Şarkıcının *Yalnız Çiçek* adlı video klibinde; kamera kadın karakteri alttan çekerek kadını başta yüceltmiş, daha sonra özgürlüğü/bağımsızlığı elinden alınmış ve kapalı mekana (ev) hapsedilmiştir. Maske ile boyanmış üç erkek karakterin deniz kenarında özgürce ve rahat dolaşan kadın karakteri sürükleyerek arabaya götürmesi de kadının erkek tarafından baskı yoluyla kısıtlanmaya çalışıldığını göstermektedir. Kadının doğal ortamındaki

Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi

giyinişin doğasına daha uygun olduğu sahnelerde mutlu olduğu, kapalı mekana kapatıldığında daha feminen ve erkek tarafından talep edilen bir karaktere “kötü kadın” olarak büründürölmüştür. Değişen şartlara uygun hareket etmeye ve dönüşüme uğrayan yeni karakterin kalıp yargılara uygun hareket etmeye başladığı görölmektedir.

Yine videoya yapılan yorumlar üzerinden bir toplumsal analiz yapmak mümkündür. Bu analiz de genel olarak genç bireylerin şöhret tutkusu, şöhret içinde olan bir başka bireye imrenme ve hayatını merak etmesi olarak göze çarpmaktadır. Temel olarak genç kitlenin üzerinde etkili olmasının ekonomik ve sosyolojik yapıyla çok yakından ilişkisi vardır.

Birey ulaşamadığı, yalnızca hayalini kurabildiği bir dünyayı sosyal mecradan kendi akranıyla ilintili görünce merak etmekte ve takibe almaktadır. Onu kendine idol olarak belirleyip hayatına almaktadır. İdol olarak seçtiği kişi doğru bir model olmasa bile birey, gerek bastırılmış duyguları ve gerekse de sosyo-ekonomik koşulları nedeniyle gerçekten uzak ve kısmen bastırılmış veya örselenmiş hissiyatları, ihtiyaçları çerçevesinde hayatını şekillendirebilmektedir. Genel olarak toplumsal analiz noktasında model alınan hayali kahramanlar, şiddet yanlısı, güç ile iktidara erişen karakterler ortaya çıkarmaktadır.

Buradan toplumun genel yapısı anlamında şiddete meyil oranlarının sosyal medya üzerindeki video-klipler çerçevesinde şekillendiğini söylemek mümkündür.

İrem Derici Evlenmene Bak

Kadın katılımcıların %17,9’unun en çok izlediği diğeri bir müzik video/klip de İrem Derici’nin *Evlenmene Bak* adlı video klbidir. Z.K (17), R.A (17), V.S (17), A.N.Ç (17), G.B (17) vd. kadın katılımcılar, kendilerine yakın gördüklerini, eğlenceli bir kadın olduğu için, müziğinin kendilerini rahatlattığı için izlediklerini belirtmişlerdir. Geleneksel bir düğün töreninde bir yabancı gibi duran gelinin radikal bazı davranışlarının paradoksal bir kadın imajı oluşturmaya çalıştığı görölmektedir. Özgür/bağımsız kadın imajı ile geleneksel tutumun bir arada hem görsel hem müzikal yansıtılması ciddi bir paradoks yaratmaktadır. Bekâretin kırmızı kurdele ile yansıtıldığı toplumumuzda kırmızı kurdeleyi boynuna asıp düğünü sabote etmesi, çelişkili fiziksel görüntüsü (vücudundaki dövmeleler), geleneğe bir karşı çıkış,

baskın kadın karakterini sergilemektedir. Klipte kadının düğünden kaçıp kendi istediği erkekle bir araya gelmesi, kadının ikiyüzlü ve çelişkili ruh halinde yansıtıldığını göstermiş, güvenilmez bir cins olduğunun ve mantıklı kararlar veremeyeceğinin mesajları iletilerek kadın aşağılanmıştır.

Gençlerin modernleşmiş gelenek olarak gördükleri bu tür kliplerden etkilendikleri, yaşam pratiğine uygulamaya çalıştıkları/çalışacakları en çok izledikleri video/klip olması dolayısıyla öngörü olarak varsayılmıştır.

Summer Cem TMM TMM

Elektronik müzik eşliğinde mekanikleşmiş erkek zihniyeti ve kadının cinsel obje olarak arka planda sunuluşundan kaynaklı pornografik olarak görüntülediği klipte, bas ağırlıklı müziğin fonundan kadının aşağılandığı ve cinselliğinin pazarlandığı görülmektedir.

Erkek katılımcılardan Y.Ç (16), A.D (15), Z.F (16) vd. katılımcıların %13,6'sının izleyip paylaşmadığı bir video klip olan TMM TMM (Tamam Tamam) adlı İngilizce- Türkçe seslendirilen video/klipte, şarkının hareketli olmasından kaynaklı izlendiğini belirten katılımcıların eğlendiklerini belirttiği müzik video/klipte kadınların cüretkar pozları ve dansları da kadınların videoda cinsel obje olarak sunulduğu ve teşhir edildiği görülmektedir. Gençlerin bu klipi kadınların cinsel içerikli ritmik dans hareketleri açısından izlediği ve eğlendiği görülmüştür. Genel olarak erkek izleyicinin ilgisini çeken klip, kadın metaforu üzerinden cinselliğin sunulduğu ve erkek bakış açısının kadının bedeni üzerinde her türlü yaptırımın meşrulaştırılabileceği gösterilerek kalıp yargıların pekiştirildiği ve olumsuz yansımalarının pratikte de gerçekleşebileceği düşünülmektedir.

Demet Akalın Ne Yaparsan Yap

Demet Akalın'ın *Ne Yaparsan Yap* adlı müzik video/klibinde eski yeni kültürel çatışmanın olduğu ve ana karakterin feminen bir duruş sergilediği görülmüştür. Kadınlardan V.S (17), A.N.Ç (17) vd. 10,7'si klipi beğendiğini, şarkıcıyı sevdiklerini ve keyifle izlediklerini belirtmişlerdir.

Kadının baskın karakter olarak yansıtıldığı klipte gelenekselle modern iç içe sergilenmiştir. Kadın hem feminen yapısıyla hem de maskülen duruşuyla çelişkili bir imaj sunmaktadır. Kız çocukların da yer aldığı klipte erkek dansçılar geleneksel danslarımızdan en masküleni olan Zeybek icra

Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi

ederken kadınlar ise daha modern danslarla karşımıza çıkmaktadır. Erkeklerin Zeybek oynamasından kaynaklı kadınlar tarafından erkinin ve karakterinin o doğrultuda görülmesi gerektiği vurgulanmış ve kadınların bakımlı, modern duruşuyla onu etkilemesinin olağan yolları videoda sunulmuştur. Kadın ve erkek arasındaki biyolojik farklılığın doğal olarak toplumsal farklılığa da yol açabileceği vurgulanmıştır.

Çukur Dizisi Video/Klibi

Çukur dizisinin video olarak gençler üzerinde etkili olduğu sahnelerin müzik ile daha etkili bir şekilde öne çıkartılarak izleyici sayısını biranda çok yükseltmesi de gençler üzerinde etkili diğer video/kliptir.

Film ve video/klibin etkisinde kalan okumayan/okumaya ara vermiş erkeklerin %68,2 tarafından izlenen klibin etkisiyle suç işleme potansiyellerinin arttığını gözlemleyen Van ili uzmanlarından sosyal çalışmacı Muammer Takız ve Psikolog Bahar Özvan yıllık çalışmaları değerlendirdikleri toplantılarında bu şiddeti meşrulaştıran bu tür dizileri eleştirdiklerini ve yayından kaldırılması gerektiğini düşündüklerini vurgulamışlardır.

Sosyal medyadan etkilenme ve gıpta etme tutumunun Stanford üniversitesi sosyal bilimler araştırmacıları tarafından adlandırdıkları isim “ördek sendromu” nitelemesidir. Görülen, işitilen her durumun muazzam çekicilikte olması karşısında kitle kültürünün bu illüzyonu gıpta ile takip etmesi ve özenmesi durumunu ördek sendromu ile açıklamışlardır.

Ördeklerin suyun yüzeyinde kaygısızca ve hiçbir emek harcamadan yüzdüğünü düşünen kişiler için bu tanımlamanın suyun altında kalan ve büyük bir gayretle yüzmek için çabalayan ördeklerin çabalayan ayaklarının suyun altında olmasından kaynaklı görülmemesini ekranda hep gülümseyen ve sürekli bir iyilik hali içinde olan kişilerle karşılaştırması yapılarak çabanın/emeğin görülmemesi durumunun yanlış algılara yol açtığı belirtilmiştir.

Tartışma ve Sonuç

Araştırma bulguları 16-24 yaş aralığındaki gençlerin kadın ve erkeklere dair kalıp yargılarının en çok izledikleri müzik video/klipler

üzerinden bu kalıp yargıları ne ölçüde etkilediği nitel değerlendirme soruları hazırlanarak verdikleri cevaplar üzerinden yorumlanmıştır. İzledikleri müzik video/kliplerin ismini yazan fakat niçin izlediklerini yeterince aktaramayan katılımcıların izledikleri müzik video/klipler incelenerek niçin izlenmiş olabileceği varsayımlarında bulunulmuştur.

Ön plana çıkan bulgulara göre video/kliplerin gençlerin toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını olumsuz yönde etkilediği, kalıp yargıların hayatlarında çok önemli bir yer kapladığı ve kaplayacağı, müzik video/kliplerdeki davranışların model alındığı, dolayısıyla şiddet, boş vermişlik, kısa yoldan zengin olma gibi hayallere sürüklediği, kadınların ise; video/kliplerdeki kadınlara özendiği, fiziksel ve kişisel gelişimini videolardaki kadınları model alarak oluşturdukları saptanmıştır. Yine video/kliplerde erkeğin rolünün kadın üzerinde hükmetme ve baskı olarak görüldüğü, kadının bedeniyle erkek dünyasında var olabileceği, kadının kötü olabileceği, kadının cinsel obje olarak aktarıldığı görüntüler tespit edilerek bu görüntülerin kalıp yargıları pekiştirdiği görülmüştür.

Model alınan kadınların erkeğe bağımlı, şehvet düşkün, kötü rollerde, cinsel obje olarak lanse edilmesi, kadınların ve erkeklerin kalıp yargılarını olumsuz yönde pekiştirerek, kadına karşı şiddetin (fiziksel-psikolojik) artmasına sebep olabilmektedir. Bu model alma durumlarını saç-sakal stilleri, dövmele, yürüme şekli, konuşma şekilleri, mimikler vs. şeklinde çoğaltmak mümkündür. Gençlerdeki benlik algısının yerini benzemek kaygısının aldığı bu model alma durumunda denetleme yapılmaması durumunda şiddetin, bunalımın ve tekdüze insan tipinin çoğalacağı, maneviyatın kaybolacağı, kültürün bu sebeple asimile olacağı öngörülmektedir.

Müzik video/kliplerde kadının çelişkili cinsiyet rollerinde gösterildiği ve bu çelişkili görüntülerin gençlerin kimlik oluşumunda olumsuz tutum geliştirmelerinde etken bir güce sahip olduğu görülmektedir. Bu olumsuz tutumların devam etmesi durumunda gençlerin sosyal rollerini ve kimliklerini koruyamayacakları yapılan gözlem/görüşme sonucunda saptanmış olmakla birlikte bu tutumların olumlu kalıp yargılarla desteklenmesi gerektiği düşünülmektedir. Olumlu tutumların genişletilmesi belirli gruptaki kişilerin olumsuz davranışlarını sınırlayabilecek özelliklere sahip olabilmektedir.

Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi

Kültürel ve modernleşme anlamında yeniliğe hazır olmayan kapalı toplumlarda fastfood aktarımların olumsuz yansımaları kitle iletişim araçları aracılığıyla videoların denetlenmeden aktarılmaları toplumsal yozlaşmaya sebebiyet vermektedir.

Toplumda bunalım ve kaos özellikle gençlerin hazır bulunuşlukları olmadığından en fazla gençleri etkilemekte, depresyon ve intihar olaylarına sürüklemektedir. Dolayısıyla okul-aile işbirliğinin daha fazla artırılması gerekmektedir. Özellikle ergenlik dönemindeki gençlerin sosyal ve kültürel alanlarda aktif çalışmaları kimlik oluşumlarında pozitif bir etki yaratacaktır.

RTÜK denetlemesinin video/kliplerde artması gerekmekte, eğitim kurumlarının ve toplumsal çalışmaların gençlerin üretici olduğu ve kadın-erkek eşit gösterileceği ortamların sağlanması gerekmektedir. Avrupa ülkelerinde cinsiyetçi video/klip ve reklamların yasaklanması önemli bir gelişme olarak görülmektedir. Türkiye’de de gerek sosyal medyada gerekse de TV programlarında ciddi anlamda denetimden geçmesi ve yasaklanması gereken video, dizi, reklam vb. programların kültürel programlarla desteklenmesi gerekmektedir.

Gençlerin, özellikle kadınların sosyal aktivite alanlarının genişletilmesi ve aile eğitimine önem verilmesi gerekmekte, toplumsal bilinçlenmenin devlet desteğiyle sağlanması elzem görülmektedir.

Çağdaşlaşmanın taklitle değil bilinçle oluşacağı gençlere öğretilmelidir. Bunun için gezici ve sabit kütüphanelerin işlevsel olarak kullanımı ve bu kullanımın istikrarlı olması gerekli donanımı sağlamalarını zaman içinde sağlayacaktır. Kalıp yargıların zihinsel gelişmeyle birlikte negatif korelasyon göstereceği ve bu sayede sorgulanacağı öngörülmektedir.

KAYNAKLAR

- ADLER, A. (2017). İnsan Doğası, (çev. Ayşen Tekşen), İstanbul: Payel Yayınları.
- ADORNO, T. (2016). Kültür Endüstrisi, (çev. N. Ülner, M. Tüzel, E. Gen) İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- ARKONAÇ, S. A. (2001). Sosyal Psikoloji, İstanbul: Alfa Yayınları.
- CORBIN, A. Cortine, Jean-Jacques, V. Georges (2006). Bedenin Tarihi 2, İstanbul: YKY.
- ÇAKMAK, S. (2017). "Van İlinde Kadın İmajını Fenomenleştiren İmgeler", Güzel Sanatlar Eğitimi, Toplum Bilimler Etkileşimi Uluslararası Sempozyumu Bildiriler Kitabı / Cilt – 2, 10-12 Mayıs 2017, Yayına Hazırlayanlar, Y.Doç.Dr. Gökten Ay- Prof.Dr. Mustafa Uslu, Marmara Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- DAVİDOV, Y. (1990). Özgürlük ve Yabancılaşma, Ankara: Bilim ve Sosyalizm Yayınları.
- ESEN, E., vd. (2018). "Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeği Ergen Formu'nun Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", Nesne Psikoloji Dergisi (NPD), Cilt 6, Sayı 12, Volume 6, Issue 12.
- FREIRE, Paulo (2011). Ezilenlerin Pedagojisi, (çev. Dilek Hattatoğlu-Erol Özbek), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- FIRMINGER, T. D.-T. (2008). Folk-Lore of Women, Bibliobazaar, England.
- GÜLEÇ, C. (2002). Kültür ve Psikiyatri Yazıları, Ankara: HYB Yayıncılık.
- HİLL, J. P. ve Lynch, M. E. (1983). "Adolescent Gender-Role Identity and Mental Health: Gender Intensification Revisited". In J. Brooks Gunn & A. C. Petersen (Eds.), Girls at puberty (pp. 201–228). New York: Plenum.
- MARX, K. Engels, F. (2018). Komünist Manifesto ve Hakkında Yazılanlar, (Nail Satlıgan vd.), İstanbul: Yordam Kitap Yayınları.
- MCLUHAN, Marshall (2014). Gutenberg Galaksisi/Tipografik İnsanın Oluşumu, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- MORLEY, D.& Robins, K. (1997). Kimlik Mekanları, (çev. Emrehan Zeybekoğlu), Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ÖĞÜT EKER, G. (2014). İnsan Kültür Mizah, Ankara: Grafiker yayınları.
- ÖZDEMİR, N. (2005). Cumhuriyet Dönemi Türk Eğlence Kültürü, Ankara: Akçağ yayınları.
- ÖZDEMİR, N. (2012), Medya Kültür ve Edebiyat, Ankara: Grafiker Yayınları.
- ÖZDEMİR, N. (2012) Kültür Ekonomisi ve Yönetimi-Seçki, Ankara: Hacettepe Yayınları.
- ÖZKÖK, E. (1985), İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü, Ankara: Tan Kitap Yayın.
- STRAUSS-C.L. (1958), Anthropologie Structurale, Paris. Plon.
- TOMLİNSON, John (2004). Küreselleşme ve Kültür, (çev. Arzu Eker), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Van İlinde Gençlerin İzledikleri Müzik Video/Kliplerin Toplumsal Cinsiyet Açısından İncelenmesi

WILSON, T. C. (1996). "Cohort and prejudice: Whites' attitudes toward Blacks, Hispanics, Jews and Asians". Public Opinion Quarterly, 60, 253-274.

Elektronik Kaynaklar

<https://webrazzi.com/2016/05/25/turkiyede-aylik-25-milyon-tekil-ziyaretcisi-olan-youtube-en-buyuk-ikinci-arama-motoru/> erişim tarihi 22.05.2019

<https://pazarlamasyon.com/en-cok-konusulan-sosyal-mecralar-belli-oldu/> erişim tarihi 22.05.2019

<https://digitalage.com.tr/turkiyede-video-izleme-istatistikleri/> erişim tarihi 22.05.2019

<https://www.agrisoz.com/yesil-uzayli-dansi-turkce-versiyonu-ve-anlami-50241h.htm> erişim tarihi 22.05.2019

<https://www.youtube.com/watch?v=gi80-tmEdul> erişim tarihi 25.05.2019

<https://www.youtube.com/watch?v=gi80-tmEdul> erişim tarihi 22.05.2019

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4244905/> erişim tarihi: 09.07.2019

<https://elektrikelektronikegitimi.blogspot.com/2019/07/sosyal-medeyada-iluzyonlar-aldatmacalar.html> (Ördek sendromu) erişim tarihi: 10.07.2019