

## **BİR SES YARIŞMASI FİNALİST TERCİHLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ**

### **SEMIOTIC ANALYSIS OF THE PREFERENCES OF ONE OF THE VOICE COMPETITION FINALIST**

**Dr. Ömer Faruk ÖZGÜR**

Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Çağrı Merkezi Hizmetleri Programı,  
omerfarukozgur@duzce.edu.tr, Düzce/Türkiye

#### **ÖZET**

İnsanoğlu iletişim kurarken çeşitli semboller kullanır. Kullanmış olduğu sembollerin alıcı tarafından anlamlandırılması neticesinde iletişim gerçekleşir. Etrafımızdaki onlarca sembol trafik ışıkları, yön levhaları, uyarı için kullanılan sinyaller bize bazı anlamlı mesajlar vermektedir. Göstergibilim temelde iletişim sürecinde karşımıza çıkan her türlü simge ve sembolün anlamları ile ilgilenen bir bilim dalıdır. Günümüzde kitle iletişim araçlarında popüler kültür ürünü olan onlarca dizi, film, yarışma programı izleyicilerin veya tüketicilerin hizmetine sunulur. Yaygın uygulamalardan biri de yabancı formatlı yarışmaların tüm dünyaya pazarlanması şeklinde gerçekleşmektedir. Bu çalışmada dünya genelinde yayınlanan bir ses yarışmasının Türkiye finalistlerinin yarışma içinde yapmış oldukları tercihlerin göstergibilimsel açıdan analizi yapılmıştır. Yarışmacıların tercihlerinin toplumsal karşılığı açısından birbirinden farklılıkları tespit edilmeye çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Göstergibilim, Söylem Analizi, Niteliksel Araştırma, Ses Yarışması

#### **ABSTRACT**

Human beings while communicate uses various symbols. Communication takes places as a result of the meaning of symbols that have been used by receivers. Dozen of symbols around us such as traffic lights, direction signs, warning signals used to give us some meaningful messages. Semiotics is a science dealing with basically means that the symbol of all kinds encountered in the communication process. Today on media dozen of products which movie and competition programme is made available for consumer and viewers. One common approach is to be marketed worldwide as foreign competition format. In this study, presented at the general world of voice competition in Turkey published the section of the preferences they have made the finalists were analyzed in terms of semiotics. We have tried to determine the differences between the preferences of competitors in terms of social provisions.

**Keywords:** Semiotics, Discourse Analysis, Qualitative Research, Voice Competition

#### **1.GİRİŞ**

Popüler kültürün yayılmasına en çok katkıyı sağlayan araçlar kitle iletişim araçlarıdır desek yanlış olmayız. Her ne kadar günümüzde yeni medya araçları da popüler kültürün yayılmasına katkı sağlıyor ise de geleneksel kitle iletişim araçları olan gazete, radyo ve televizyon da halen geniş kitleler üzerinde popüler kültür ürünlerinin yayılmasına katkı sağlamaktadır.

Küreselleşen dünya ile birlikte popüler kültür ürünleri de sınırları aşar hale gelmektedir. ABD’de vizyona giren bir film aynı gün İngiltere’de, Çin’de de vizyona girmektedir. ABD’de yayınlanan bir dizinin birkaç saat sonra Türkiye’de yayına konulmasına artık kimse şaşırıyor. Yani popüler kültür ürünleri artık saatler içinde dünyanın dört bir yanını dolaşıyor. Popüler kültür ürünlerinin bir diğer yayılma alanı da televizyonlardır. Her ülke televizyonları kendi kültürlerine has ürünler üretseler de bunun yanında da bazı kültür ürünleri vardır ki ABD, Kanada, İngiltere, Almanya vb. ülkelerde “format üreten” yapımcı şirketleri tarafından üretilirler ve bu ürünler çok hızlı bir şekilde dünyaya yayılır. Yani bir televizyon program formatı belirlenmekte ve tüm dünyaya pazarlanmaktadır. Zaman içinde bu gibi ürünlerin popüler kültür üretiminin önemli unsurları olduğu görülmektedir. Bu çalışmada Türkiye’de popüler kültür ürünü olarak niteleyebileceğimiz yine yabancı format programı şeklinde Türkiye’de yayınlanan bir ses yarışması programının finalistlerine ilişkin göstergibilimsel

bir analiz çalışması yapılmaya çalışılacaktır. Göstergebilim alanı iletişim çalışmalarında sıklıkla başvurulan bir çalışma alanıdır. Göstergebilim temel olarak ilk bakışta görülenin arkasında yatan mananın araştırılmasına katkı sağlar. Bu manada göstergebilim bize görüneni değil görünenle beraber görünenin arkasında kalanı da sunmaya çalışır. Bu çalışmada incelenen ses yarışmasının iki finalistinin tercihlerinin göstergebilimsel açıdan taşıdığı anlamlar üzerine tespitlerde bulunulması hedeflenmektedir.

## 2. ARAŞTIRMANIN AMAÇ VE YÖNTEMİ

Araştırma için seçilen ses yarışmasının iki finalisti ele alınmıştır. Bu finalistlerin bilinçli veya bilinçsiz yapmış oldukları tercihlerin toplumsal düzeyde ne gibi mesajlara karşılık gelmiş olabileceği araştırılacaktır. Araştırmanın amacı yaptığımız tercihlerin göstergebilimsel açıdan toplumsal bir karşılığı olduğu varsayımından yola çıkarak popüler kültür ürünü bir yarışmada bu varsayımın örneklerini bulmak ve bu sayede iletişim bilimi alanına küçük de olsa bir katkı sağlamaktır. Araştırma amacına ulaşmak için göstergebilimsel yöntemden faydalanılmıştır.

## 3. KURAMSAL YAPI

Araştırmamızın hayata geçirilmesinde göstergebilimsel yöntemlerden istifade edileceğini belirtmiştik. Bu manada çalışmamızın kuramsal temeli de göstergebilim alanına dayanmaktadır.

Kısaca göstergebilim alanı hakkında genel bilgi sunmak gerekirse;

İlk olarak göstergebilimin kelime anlamı ile başlayacak olursak, kavramın anlamı Türkiye’de göstergebilim konusunda temel kaynakları kazandıran Mehmet Rifat’ın Göstergebilimin ABC’si adlı kitapta şu şekilde ifade edilmiştir: Dilimizde özellikle dilbilim (Fransızca linguistique) sözcüğü örnek alınarak üretilmiş olan göstergebilim (Fransızca semiotique ya da semiologie) terimi ilk bakışta "göstergeleri inceleyen bilim dalı" ya da "göstergelerin bilimsel incelemesi" olarak tanımlanır. Ancak göstergebilimin günümüzdeki etkinlik alanı, kendisini oluşturan "gösterge" ve "bilim" sözcüklerinin anlamsal toplamından fazla ve değişik bir boyut kazanmıştır. Göstergebilimin "göstergeleri inceleyen bilim dalı" olmasının yanında ne anlama geldiğini belirtmeden önce insan bilimlerinde gösterge kavramıyla ne vurgulanmak isteniyor onu açıklayalım. Gösterge, genel olarak, kendi dışında bir şeyi temsil eden ve dolayısıyla bu temsil ettiği şeyin yerini alabilecek nitelikte olan her çeşit biçim, nesne, olgu, vb. olarak tanımlanır. Bu açıdan, sözcükler, simgeler, işaretler, vb. gösterge olarak kabul edilir. Sözelimi, toplumsal bir dizge (sistem) olan ve temelde insanlar aralarında bildirişimi (iletişimi) sağlayan doğal diller, gösterge diye adlandırılan birimlerin (örneğin sözcüklerin) kendi aralarında kurdukları ilişkilerden oluşur. Dilsel göstergelerin temel özelliği ise, birbirinden ayrılamayan iki düzlem içermeleridir: Bir yanda ses ya da sesler bütünü vardır, bir yanda da kavram. Dilbilimciler sesi ya da sesler bütünü gösteren, kavramı da gösterilen diye adlandırırlar (Rifat 2009).

Göstergebilim konusunda kapsamlı bir içerik sunan bir makale olan Bilgehan Çağlar tarafından hazırlanan “Bir İletişim Biçimi Olarak Göstergebilim” adlı makaleden faydalanarak göstergebilim ile ilgili bazı önemli hususları aşağıdaki şekilde açıklayabiliriz:

Gerek görsel gerek sözel iletişimin temelinde bir dizi göstergedan oluşan dizgeler vardır. Bu göstergelerin bilimsel açıdan incelenmesi ve anlamların eklenmiş biçimlerinin incelenmesi gerekliliği göstergebilimin doğmasına neden olmuştur (Denli, 1997). En genel anlamıyla göstergebilim, göstergeleri, gösterge dizgelerini ele alan bir bilim dalıdır. Kimi bilginler göstergebilimin alanı içine doğal dilleri de katarken, kimileri de göstergebilimin sadece dil dışı göstergeleri inceleyen bir dal olduğunu savunur (Atabek ve Atabek, 2007).

Anlamli bütünleri, bir başka deyişle gösterge dizgelerini betimlemek, göstergelerin birbirleriyle kurdukları bağıntıları saptamak, anlamların eklenerek oluşma biçimlerini bulmak, göstergeleri ve gösterge dizgelerini sınıflandırmak, ya da insan ile insan, insan ile dünya arasındaki etkileşimi açıklamak, bu amaçla da bilimkuramsal (epistemolojik), yöntembilimsel (metodolojik) ve betimsel (deskriptif) açıdan tümükapsayıcı, tutarlı ve yalın bir kuram oluşturmak gibi birbirinden farklı birçok araştırma Türkçe’de göstergebilim diye adlandırılan bir bilim dalının alanına girer (Rifat, 2013)

Alıntıda da görüldüğü üzere göstergebilim içinde birçok farklı araştırmayı barındıran çok geniş bir bilimsel alandır.

Çağdaş anlamdaki genel göstergebilimin birbirinden habersiz iki öncüsü vardır: Bunlardan biri Amerikalı (Ch. S. Peirce) öbürü ise Avrupalıdır ( F. de Saussure ). Ch. S. Peirce bütün olguları kapsayan bir göstergeler kuramı tasarlamış ve mantıkla özdeşleştirdiği kurama daha doğrusu “ göstergelerin biçimsel öğretisi”ne “semiotic” adını vermiştir. Peirce’e göre göstergebilim her çeşit bilimsel inceleme için bir başvuru çerçevesi oluşturan genel bir kuramdır. Kuramcı, tasarladığı bu göstergebilimi de üç dala ayırır: 1. Salt ( katışıksız) dilbilgisi, 2. Gerçek anlamıyla mantık 3. Salt ( katışıksız) sözbilim (retorik). Ch.S. Peirce göstergelerin sınıflandırılmasında üç ayrı üçlük belirler: “ Göstergeler üç ayrı üçlüğe göre bölümlenebilir. Birinci bölümlenme, göstergenin kendisinin yalın bir nitelik, gerçek bir varlık ya da genel bir kural olmasına göre yapılır. İkinci bölümlenme, gösterge ile nesnesi arasındaki ilişki ya göstergenin kendi başına bir özellik taşımasına ya nesnesiyle varoluşsal bir ilişki kurmasına ya da yorumlayanı ile ilişki kurmasına göre yapılır. Üçüncü bölümlenme yorumlayanın göstergeyi ya bir olasılık göstergesi ya bir gerçek gösterge ya da bir mantık göstergesi biçiminde canlandırmasına göre yapılır (Rifat, 2013).

Bu alıntıda da Peirce’in göstergebilimi kendi içinde dilbilgisi, mantık ve retorik olmak üzere üçlü bir ayrıma tabi tuttuğu görülmektedir.

Günümüze değin yapılan onca çalışmada bu ayrım mantığının dikkate alınması bu ayrımın göstergebilim açısından önemini daha iyi anlamamıza yardımcı olmaktadır.

Çağdaş göstergebilimin Avrupa’daki öncüsü ise İsviçreli dilbilimci F. de Saussure’dür. Öğrencilerinin derlediği ders notlarına dayanılarak ölümünden sonra yayımlanan Genel Dilbilim Dersleri adlı yapıtında F.de Saussure doğal dilleri dilbilimin inceleme konusu olarak görürken, doğal dillerin dışındaki gösterge dizgelerinin işleyişini araştırarak bir başka bilim dalının kurulmasını öngörür ve bu bilim dalını da Fransızca semiologie (göstergebilim) terimiyle adlandırır(Rifat 2013).

Göstergebilim açısından çok önemli üç ögeye değinmek bu alanın anlaşılması açısından fayda sağlayacaktır.

Göstergebilimsel çözümlemelerde üç öge önemlidir. Gösterge, gösterilen (göstergenin göndermede bulunduğu şey) ve gösteren (göstergenin fiziki varlığı). Bu üç temel öge, gösterge kuramlarının temelini oluşturmaktadır (Atabek ve Atabek, 2007).

Göstergebilimsel analiz yapılırken incelen konuda göstergenin ne olduğu ve bu göstergenin gösterileni yani aslında ifade etmek istediği konu, olgunun ne olduğu son derece önemlidir. Bu sayede aslında bir gösteren olan bir fotoğraf, resim, ya da metnin görünenin arkasında bir takım gösterilenlere de işaret ettiği görülebilir. İşte bu farkındalık sağlandığında aslında göstergebilimsel bir analiz yapılmaya başlanmış olmaktadır.

Göstergebilimin iletişim bilimi açısından bence en önemli katkılarından biri “var olanın ötesine geçme” çabasıdır. Bu konuda Pelin Yıldız tarafından kaleme alınan “Görsel Göstergebilimsel Eleştiri Kuramları Bağlamında Film Sahnelerine Yaklaşım ve Ülkemizden Seçilen İki Örnek İle Analiz Çalışması” adlı makalede şu vurgu yapılmaktadır: Göstergebilim, bir metnin ya da görüntünün belirgin, apaçık ortada olan anlamını değil, onun anlamının arkasında yatan anlamın keşfedilmesini sağlamaktadır. Göstergebilimin ana konusu olan göstergeler, insanlar arasındaki iletişimi kurmak için sıkça kullanılmaktadır. Kitle iletişim araçlarıyla çok sayıda mesaj yayılmaktadır. İzleyicinin bunları anlamlandırmasında göstergebilimsel çözümleme yöntemleri yol gösterici olmaktadır.

Bu alıntıda da görüleceği üzere göstergebilim apaçık olan anlamı değil de onun anlamının arkasında yatan anlamın keşfedilmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla bu yönü ile iletişim bilimi açısından göstergebilimin ne kadar önemli olduğu anlaşılmaktadır.

Göstergebilimin var olanın arkasındaki manayı keşfetme gayreti, yapılan onlarca çalışma örneğinde de görüleceği üzere bize reklamlarda verilmek istenen mesajları veya bir film yoluyla verilmek

istenen propagandist mesajları ya da bir siyasetçinin söyleminde tercih ettiği kelimenin aslında ne gibi anlamlara karşılık gelebileceği hakkında bizlere fikir vermektedir.

Aynı şekilde konumuza bağlayacak olursak incelenen ses yarışmasında yarışmacıların yapmış oldukları kimi tercihlerin de görünenin arkasında bir takım manalar içerebileceğini göstergebilim bize söylemektedir.

Ancak göstergebilim konusunda yapılan çalışmalarda özellikle dikkat edilmesi gereken bir husus vardır bu da göstergebilimde incelenen konunun konuyu inceleyen araştırmacının öznelliğinden etkilenilebileceği ve göstergebilimsel olarak incelen konudaki kodların ve mesajların kültürlere göre farklı anlamlara gelebileceği hususudur.

Bu konu aslında sosyal bilimlerde niteliksel araştırma yöntemlerinin geçerliliği ile ilgili derin bir tartışmanın da bir parçasıdır. Ancak biz bu yazıda bu derinlikli konuya yer vermeyelim yoksa asıl çalışma konumuza değinmeye fırsat bulamayız.

Göstergebilimin önemli kavramlarından ikisi de anlamlandırma süreci ile ilgilidir. Bu konuda Zuhâl Özel ve Dilek İmançer tarafından hazırlanan “Göstergebilimsel Çözümleme Örnek Çözümleme Pirelli Reklamı” adlı makalede anlamlandırma süreci ile ilgili tasnife şu şekilde yer verilmiştir:

Saussure'nin peşinden giden Ronald Barthes, tartışmalı, etkileşimci anlam düşüncesinin çözümlenebileceği konusunda, sistemli bir model geliştirmiştir. Barthes'in kuramında, anlamlandırmanın iki düzeyi bulunmaktadır. Bunlar; düz anlam ve yan anlamdır. Düz anlam, bir göstergenin neyi temsil ettiği, yan anlam ise göstergenin nasıl temsil edildiğidir.

### **Düz anlam**

Anlamlandırmanın birinci düzeyi, Saussure'un üzerinde çalıştığı düzeydir. Bu düzey, göstergenin, göstereni ve gösterileni arasındaki ilişkiyi ve göstergenin dışsal gerçeklikteki göndergesiyle ilişkisini betimlemektedir. Barthes, bu düzeyi düz anlam olarak adlandırmıştır (Fiske, 1996).

### **Yan Anlam**

Her göstergenin mutlaka bir yan anlamı vardır. Çünkü göstergeler en azından alıcıya psikolojik bir şeyler çağrıştırmaktadır. Yan anlam, göstergeye biçim ve içerik açısından bağlı anlamları belirtirken çok daha öznelir. Bu öznellik içinde, yorum, yorumlayıcıdan etkilendiği kadar nesne ya da göstergeden de etkilenmektedir.

Her reklam, fotoğraflardaki nesnelerin tanınması gibi, belli bir düz anlam şifresi taşımaktadır. Yan anlam şifreleri ise, toplumda yaygın olan saygınlık, beğenilen kişilik, seçkin sayılma vb. bilinen toplumsal değer ölçülerine dayanmaktadır.

Reklamlarda açıkça söylenmeyen ancak, yarı gizli ima edilen bir mesaj vardır. Bu da reklamdaki kişinin davranışları, giyimi, jest ve mimikleri toplumun “iyi ev kadını” ya da “özenilen kişilik” anlayışıyla örtüşmektedir(Erkman 1987).

Göstergebilimin en önemli faydalarından biri de daha önce de belirttiğimiz gibi bir göstergenin düz anlamının yanı sıra yan anlamı hakkında da bizlere fikri vermesi ve belki bir çok kişinin ilk bakışta göremeyeceği tabiri caizse gizli mesajları görmemize ve anlamlandırılmamıza yardımcı olmasıdır.

## **4. SES YARIŞMASI ÖRNEĞİ GÖSTERGEBİLİMSSEL ANALİZİ**

Çalışmamızın analiz bölümünde seçilen ses yarışmasının finale kalan iki yarışmacısına ilişkin göstergebilimsel analiz yapılması hedeflenmiştir.

Çalışmamızda yarışmacıların aşağıdaki başlıklar üzerinden muhtemel iletişim mesajları çözümlenmeye çalışılmıştır:

1. Yarışmacıların seçtikleri eserlerin muhtemel mesajları
2. Yarışmacıların kıyafet tercihlerinin muhtemel mesajları

3. Yarışmacıların beden dili (jestler, postür, kıyafet seçimi gibi) kullanım tercihlerinin muhtemel mesajları
4. Yarışmacıların söylemlerinin muhtemel mesajları

Çalışmamızda yukarıda bahsedilen hususlar gösterebilimsel bir bakış açısı ile irdelenmeye çalışılmıştır. Yarışmacıların ilgili inceleme alanlarındaki tercihlerinin gösterebilimsel açıdan muhtemel mesajları ve bu mesajların toplumdaki karşılıkları üzerine tespitlerde bulunulması hedeflenmektedir.

#### 4.1 Yarışmacıların Seçtikleri Eserlerin Muhtemel Mesajları

Bu başlık altında iki yarışmacının yarışma kapsamında seçmiş oldukları eserler ve bunların muhtemel mesajları, toplum üzerindeki çağrışımlarına değinilecektir.

İlk olarak Yarışmacı A'nın seçmiş olduğu eserlerden bazılarına bakalım: "Minnet Eylemem", "Senden Önce Senden Sonra", "Beni Yak Kendini Yak", "Haydi Gel İçelim", "Cambaz", "Geberiyorum", "Yârim Derdini Ver Bana", "Saçlarını Yol Getir".

Yarışmacı A'nın parçalarının tarzlarına bakıldığında iki ayrı tarz görülmektedir, "Haydi Gel İçelim", "Cambaz", "Beni Yak Kendini Yak" gibi parçalar pop rock diye nitelenebilecek (müzik sınıflandırmaları kişiye göre farklılık arz edebilir) bir tarza daha yakındır, özellikle üniversite gençliği ve genç öğrenciler diye ifade edebileceğimiz grubun dinlediğini bildiğimiz parçalardır. İkinci tarz ise "Minnet Eylemem", "Yârim Derdini Ver Bana", "Saçlarını Yol Getir" gibi halk müziği diyebileceğimiz parçalardan oluşmaktadır. Özellikle "Yârim Derdini Ver Bana" ve "Minnet Eylemem" parçaları tasavvufi boyutu da bulunan eserlerdir.

Yârim Derdini Ver Bana adlı eser Seyyid Seyfullah veya Nizamoğlu Seyfullah adında Yunus Emre çizgisinden gittiği ifade edilen, hayatı hakkında az bilgi sahibi olduğumuz Anadolu ozanlarından biri olarak bilinmektedir (Seyyid Seyfullah hakkında kısa bilgi için bu linke bakılabilir <http://www.dertlidolap.com/seyyid-seyfullah/>).

Yine aynı şekilde "Minnet Eylemem" adlı eser de kendi içinde tasavvufi esintiler barındıran özellikte ve Alevi Bektaşî kültürü tarafından da sahiplenilen bir eserdir ve Nesimi'ye ait olduğu ifade edilmiştir.

Burada yeri gelmişken kısaca Alevi Bektaşî kültürünün tasavvufi olan ilgisine değinmek analizimiz açısından önem taşımaktadır. Kısaca bilgi vermek gerekirse; Bektaşîlik adının 13. Yüzyıl Anadolu'sunun İslamlaştırılması sürecinde etkin faaliyet gösteren ve Hoca Ahmed Yesevi'nin öğretilerinin Anadolu'daki uygulayıcısı konumunda olan büyük Türk mutasavvıfî kalenteri Haydari Şeyhi Hacı Bektaş'-ı Veli'den sufi ve tasavvufi tarikat olarak ifade edilebilir (wikipedia Bektaşîlik maddesinden alınmıştır).

Minnet Eylemem adlı eserin sözlerinde Alevi Bektaşî kültürünü ifade eden sözler de görülebilmektedir.

Örneğin Nesimi'nin Minnet Eylemem adlı şiirinin son dördüğünde şu mısralar bulunmaktadır:

"Oy Nesimi can Nesimi ol gani mihman iken

Yarın şefaât kârım Ahmet-i Muhtar iken".

Burada kullanılan "Ahmet-i Muhtar" ifadesi İslam dininin son Peygamberi Hz. Muhammed için kullanılan Alevi Bektaşî kültürüne ait bir kullanımdır.

Dolayısı ile Yarışmacı A'nın seçmiş olduğu özellikle Minnet Eylemem ve Yârim Derdini Ver Bana adlı eser tercihleri toplumumuzda Alevi Bektaşî geleneğine ait toplumsal kesim açısından bir olumlu mesaj niteliği taşımaktadır.



Yine Yarışmacı A'nın da içinde bulunduğu çeyrek final performanslarında okumuş oldukları “Ötme Bülbül Ötme” adlı eser de Alevi Bektaşî kültürünün önemli eserlerinden biridir. Eserin içerisinde parçanın Alevi Bektaşî kültürüne ait olduğunu açıkça gösteren şu mısralar bulunmaktadır:

“Abdal Pir Sultanım, doldum eksildim

Yemeden içmeden sudan kesildim

Zülfün kemendine kondum asıldım

Dost senin derdinden ben yana yana”

Yarışmacı A bu parçanın seslendirenleri içinde yer alarak topluma yönelik algısında farkındalık oluşturmuştur. Toplumun tasavvufî değerlere sahip, kendisini din ile alakalı gören kişilerin nezdinde olumlu bir yere konumlandırmasına aracı olduğu iddia edilebilir.

Ayrıca Alevi Bektaşî geleneğine mensup olmayan ancak muhafazakâr, dini hassasiyetleri bulunan kişiler üzerinde de bu tasavvufî boyutu olan eser tercihlerinin olumlu yönde algı oluşumuna katkı sağladığı unutulmamalıdır.

Yarışmacı B'nin seçtiği eserlerden bazıları ; “Nerdeydin”, “ Bir Ben Bir Allah Biliyor”, “Üzdünüz Beni Yıllar”, “Annem için”, “Kafama Sıkar Giderim”, “Caruso”, “ Isabel”dir.

Yarışmacı B'nin seçmiş olduğu parçalarda özellikle Türk Sanat müziği tarzı denilebilecek parçaları tercih ettiği görülmektedir. Bunun yanında daha belirgin olan ise Yarışmacı B'nin yabancı müzik parçalarını tercih etmesi olmuştur. İlk olarak yarışmada kendisinin fark edilmesine sebep olan parça da “Isabel” adlı yabancı parçadır.

Buradan bir kıyaslama yapılması gerekirse şu husus dikkat çekecektir; Yarışmacı A tercihlerinde ne kadar geniş kitlelere hitap edecek, pop ve halk müziğini tercih ederek halkın daha sayıca geniş kısmına ulaşacak parçalar seçti ise Yarışmacı B de özellikle yabancı parçaları ile halkın genelinden ziyade belli bir müzik dalına yoğunlaşan yabancı müzik ve Türk sanat müziği gibi göreceli olarak daha az kişiye ulaşacak parçalar seçmiştir.

Son olarak bu parça tercihlerindeki parçaların birer gösteren olduğu ve eser seçimlerinin de gösterilen olarak karşımıza çıktığını vurgulamalıyız.

Aşağıda tablo halinde göstermek gerekirse şu şekilde bir gösterim yapılabilir.

Gösteren	Gösterilen
Minnet Eylemem	Alevi Bektaşî ve tasavvufî kültüre sahip kişilerin duygu dünyası
Yârim Derdini Ver Bana	Alevi Bektaşî ve tasavvufî kültüre sahip kişilerin duygu dünyası
Isabel	Yabancı müzik dinleyenlerin duygu dünyası
Caruso	Yabancı müzik dinleyenlerin duygu dünyası

Netice itibari ile Yarışmacı A ve Yarışmacı B'nin seslendirmek üzere seçmiş oldukları parçalara bakıldığında Yarışmacı A'nın seçmiş olduğu özellikle Minnet Eylemem ve Yârim Derdini Ver Bana parçaları ile Türkiye toplumsal yapısında özellikle muhafazakâr ve dini hassasiyeti olan geniş kesimlere ulaştığı iddia edilebilir. Unutulmamalıdır ki insanların dinledikleri müzik tarzları kişilerin dünya görüşleri hakkında fikir vermektedir. İstisnaları bulunmakla beraber toplumsal olarak incelendiğinde “metal” müzik dinleyen kişi ile “new age” denilen müzik tarzını dinleyen kişi ile “arabesk” dinleyen bir kişinin ve “caz” müzik dinleyen kişinin haleti ruhiyeleri ve toplumsal statüleri birbirinden kuvvetle muhtemel farklılıklar arz edecektir.

Yarışmacı B ise seslendirdiği eserlerden özellikle “Caruso” ve “ Isabel” adlı parçalarla daha çok Türk toplumsal yapısında yabancı müzik dinleyen ve yabancı kültüre daha aşına belli bir toplumsal kesime (tasavvufî ve Türk Halk müziği dinleyen daha geniş kesimlere göre daha az niceliksel nüfusa sahip kesim) yönelik olumlu mesajlar verdiği iddia edilebilir.

## 4.2 Yarışmacıların Kıyafet Tercihlerinin Muhtemel Mesajları

Göstergebilim açısından bu ses yarışmasında dikkat edilmesi gereken bir husus da kıyafet tercihlerinin toplum üzerindeki etkisine ilişkin göstergebilimsel analiz de yapılabileceğidir.

Yarışmacı A'nın ayağında bot, üzerinde kot pantolon ve kazak bulunduğu görülmektedir.

Yarışmacı B'nin ise ayağında bot, üzerinde ise kot benzeri pantolon, beyaz gömlek, papyon ve ceket bulunmaktadır. Sanırım Yarışmacı B'nin kıyafet seçimi pantolon ve bot hariç smokin denilen resmi kıyafet tarzına çok uygun gözükmetedir.

Yarışmacı A halk içerisinde birçok kesimin rahatlığı sebebi ile tercih ettiği özellikle üniversite öğrencilerinin sıklıkla giydiği sıradan halktan insanların giyimine işaret eden kot ve kazak tercihi yine göstergebilimsel açıdan topluma mesaj vermektedir. Bu kıyafeti ile Yarışmacı A ortalama bir Türkiye Cumhuriyeti vatandaşına "ben de sendenim, halktanım" mesajı vermektedir.

Bunun karşısında Yarışmacı B'nin kıyafeti ise adeta resmi bir törene katılan veya bir toplantıya gelen işadama görüntüsü diyebileceğimiz, ortalama bir Türkiye Cumhuriyeti vatandaşından daha farklı daha elit bir görüntü çizmektedir.

Yine göstergebilimsel açıdan bir tablo üzerinde gösteren ve gösterilen üzerinden analiz ettiğimizde;

Gösteren	Gösterilen
Kot Pantolon ve Kazak	Ortalama sıradan Anadolu insanı portresi
Smokin ( Ceket, Gömlek, Papyon )	Ortalama sıradan Anadolu insanından daha elit, üst sosyal sınıfa mensup insan portresi

İnsanların tercih ettiği kıyafetlerin kişilerin statüsüne ilişkin karşı tarafa mesaj veren bir gösterge olduğu unutulmamalıdır. Bu yüzden iletişim açısından bir iş görüşmesine gidilecekken erkeklerin ve bayanların giymesi tavsiye edilen kıyafetler belli kalıplar dâhilinde belirlenmiştir.

Sevil AYÇU ve Canan ULUYAĞCI tarafından yazılan "Görsel ve Sözel Göstergeler Açısından Bir Reklam Çözümü: Beymen Örneği" adlı makalenin bir bölümünde kişinin kıyafet tercihi de dâhil olmak üzere genel anlamda modanın toplumsal açıdan nasıl bir gösterge olduğu şu cümlelerle anlatılmaktadır:

"Modalar, topluluğu belirleyen varlıksal biçimlerdir: Giyinmek, beslenmek barınmak vb. Moda ihtiyaçtan çok tüketim malı üreten bir toplumda önem kazanır. Dolayısıyla ihtiyaçtan fazla olan bu ürünlerin bolluğu, bu ürünleri temel işlevlerinden koparır. Örneğin; giyim biçimimiz, arabamız, evimiz, parfümümüz toplumdaki yerimizin birer göstergesidir"(Guiraud,1994). Dolayısı ile denilebilir ki kıyafetlerimiz, kullandığımız aksesuarlar aslında karşı taraf için birer gösterge ve biz istesek de istemesek de karşı tarafa bir mesaj veriyor. Örneğin lüks bir yemek mekânına girmeye çalışan iki kişi düşünelim. Birisi son derece saygın, toplumca kabul görmüş bir kişi olsun, diğeri ise toplumun geneli tarafından önemsenmeyen hatta topluma zararı dokunan işler yapan bir kişi olsun. Saygın olduğunu belirttiğimiz kişinin üzerinde yırtık dökük, kirlili ve kötü kokan bir elbise olduğunu, topluma zarar verdiği düşünülen ve toplum tarafından hoş karşılanmayan kişinin üzerinde ise son derece şık ve temiz bir takım elbise olduğunu düşünelim. Acaba hangisi bu mekâna daha kolay girer? Sorunun cevabı kıyafetlerimizin toplumsal açıdan nasıl bir gösterge teşkil ettiğinin en önemli kanıtıdır diye düşünüyorum.

## 4.3 Yarışmacıların Beden Dilinin (Jestler, Mimikler, Postür, Kıyafet Seçimi vb.) Tercihlerinin Muhtemel Mesajları

Beden dili İngilizce orijinalinden olduğu gibi çevrilirse vücut dili (body language) son yılların popüler çalışma alanlarından biri olmuştur.

İletişim türleri sınıflandırması yapılırken bir sınıflandırma türü de iletişimi a. Sözlü İletişim, b. Yazılı İletişim, c. Sözsüz İletişim (Beden Dili) şeklinde karşımıza çıkar.

Beden dili nedir diye kısa tanımına bakmamız gerekirse : “Beden dili, sözsüz mesajın kapsamı içerisinde ve sözlü mesajı güçlendirici, anlamı kuvvetlendirici özellikler taşır. El, kol, baş ve vücudun diğer kısımları ile yapılan, sözlü mesajı destekleyici bedensel mesajlardır” şeklinde ifade edilebilir. Bazı kitaplarda beden dili denildiğinde ilk akla gelen jest ve mimikler öne çıkarılmakta ise de aslında beden dili jest ve mimiklerin çok daha fazlasıdır. Beden dili kitaplarına bakıldığında bu konu ile ilgili başlıklarda jest ve mimikler, postür ( vücut duruş şekilleri) , mekân kullanımı, baş hareketleri, kılık kıyafet tercihi, elbise renkleri, tokalaşma şekilleri, bacakların konumu gibi alt başlıkların olduğu görülecektir.

Biz burada beden dili açısından Yarışmacı A ve Yarışmacı B'nin özellikle postür diye ifade edilen vücut duruş şekillerine ve baş hareketlerine dikkat edeceğiz.

Final gecesi yarışma videoları üzerinden yapılan incelemede Yarışmacı B'nin postür olarak “dik duruş” diye ifade edilen bir duruş şeklini ve başını dik tutmayı tercih ettiğini, Yarışmacı A'nın ise elleri arkadan bağlı ancak postür açısından “öne doğru” diye ifade edebileceğimiz bir duruş şeklini tercih ettiği ve başının genellikle öne doğru eğik olduğunu görmekteyiz.

Elbette beden dili davranışlarının kültürden kültüre ciddi değişiklik gösterdiğini kabul ederek ve beden dili hareketlerinin bize kişinin o anki haleti ruhiyesi (insanın ruh hali, ruhsal durum) hakkında fikir verebileceğini ancak bir kesinlik taşımadığını unutmadan beden dili açısından analizimize geçelim.

Yine tablo halinde kısaca gösteren ve gösterilen olarak ifade edip sonrasında analizimize devam edelim.

Gösteren	Gösterilen
Öne doğru hafif eğik postür	Kısmen güvensizlik ve mahcubiyet hissi
Başı öne eğik olma	Mahcubiyet, saygı hissi
Dik postür	Kendinden emin hissi
Başı dik olma	Kendine güvenme hissi

Yarışmacı A'nın başının öne eğik olması ve başının yerden kalkmadan durması adeta bir suç işlediğinde babasının önünde babasının otoritesini kabul eden bir çocuğun mahcubiyetini ifade etmektedir. Bu duruş şeklini biz şu durumda da görürüz, hâkimin karşısında mahkemede karar okunmadan önce bir kişinin duruşu. Adeta bu duruşu ile hâkime “karar sizin, kararınız karşısında boynum kıldan ince” şeklinde bir mesaj veren kişi izlenimi vardır.

Dolayısı ile Yarışmacı A'nın bu duruşu ile “mahcup Anadolu genci” görüntüsüne uygun olduğu söylenebilir.

Bunun yanında Yarışmacı B'nin ise dik duruşu ve başının dik bir şekilde durması adeta özgüveni yüksek, kendinden emin, karşındakilere karşı herhangi bir mahcubiyet içermeyen bir kişi algısı oluşturmaktadır. Aslında burada elleri bağlama şekli açısından Yarışmacı B'nin el bağlama şeklinin mahcubiyet oluşturan duruşa daha uygun olduğu düşünülse de postür ve başın dik duruşu bu algıyı ortadan kaldırmaktadır. Bu manada Yarışmacı B'nin duruşunun daha mesafeli ve resmi bir duruş olarak algılanma ihtimali yüksektir.

MEB'in Beden Dili Kitabından şu alıntı da konumuzla ilgili bir açıklama niteliğinde kullanılabilir: Başını öne eğik olmanın veya yukarı doğru kaldırmanın muhtemel manasına ilişkin şu alıntı da fayda sağlayacaktır : “Başını yukarı kaldırarak bakan kişilerin üstünlük duygusu ya da saldırganlık duygusu içinde oldukları, başı aşağıya eğik bakanların uysal, kabullenici oldukları düşünülebilir”.

Yukarıda yapılan alıntı da bizim Yarışmacı A'nın başının öne eğik dururken SMS ile oy veren Türk toplumunun mahcup, uysal, rıza gösteren, kabullenici bir kişilik gibi algılanmasına ve kamuoyunun daha geniş kesiminin teveccühüne mazhar olduğu, Yarışmacı B'nin başını yukarı kaldırarak bakmasının ise üstünlük veya saldırganlık ya da bir deyişle kendini beğenmiş bir kişilik olarak Türk toplumunun genelinde olumsuz bir algı oluşturma ve daha az teveccühüne mazhar olduğu iddiamızı kuvvetlendirmektedir.



Bir de konunun toplumsal kültür açısından karşılığına bakmak bakış açımızı zenginleştirecektir. Toplumsal yapıyı anlamının önemli göstergelerinden biri de kullanmış olduğumuz dile ait atasözü ve deyimlerin incelenmesidir. Çünkü bu atasözü ve deyimler onlarca yüzlerce yıl toplumsal olarak denenmiş, toplumun geneli tarafından kabul görmüş durumları ifade eder.

Türk Dil Kurumu'nun atasözü ve deyimler sözlüğünde “baş eğmek” deyiminin manasına bakıldığında şu yazmaktadır: “ 1. Saygı göstermek için baş eğerek selamlamak: Ulema, şeyhler, yerden selam verdiler, baş eğip el öptüler. R.E. Ünaydın 2. Direnmekten vazgeçip buyruk altına girmek: Gittikçe yükselen başı Allah'a kalkıyor / Asrın baş eğdi sandığı at şaha kalkıyor F.N. Çamlıbel”.

Bu alıntıdan anlaşıldığı üzere kültürel kodlarımız açısından birisinin başını öne eğmesi “saygı gösterme” veya “buyruk altına girme” gibi anlamlara gelmektedir.

Yarışmacı A'nın da incelenen program esnasında büyük oranda başının yere doğru eğik durduğu görülmektedir. Bu da izleyiciler yani izleyicilerin kültürel kodları üzerinde muhtemelen olumlu bir mesaj içeriği taşımıştır.

Yine sözlükte “boyun eğmek” deyiminin karşılığına bakıldığında “ isteyerek veya istemeyerek uymak, katlanmak: Para bulabilmek için ya bir tarafa boyun eğmeli ya öbür tarafla birleşmeli idik. F. R. Atay” yine “kadere boyun eğmek” deyimine bakıldığında “yazgısını, talihini kabul etmek” şeklinde ifade edilmiştir.

Yarışmacı A'nın boyun eğme davranışı da aslında buradaki manalara karşılık gelmektedir bir anlamda. Yani izleyicinin takdirine, kararına isteyerek veya istemeyerek uyma, bir nevi teslim olma hatta izleyicinin takdirinin önünde boynum kıldan ince deyimi ile ifade edilebilecek bir teslimiyeti göstermeye karşılık gelebilir.

Yarışmacı B'nin ise Yarışmacı A'nın tam tersine başını öne eğmek bir yana daha da başı dik bir şekilde durduğu görülmekte idi. Yine Türk Dil Kurumu sözlüğüne “başı dik” deyimi yazıldığında şu karşılıklar verilmektedir: “1. Onurlu, gururlu olmak 2. Cesur, yürekli olmak: Daima başı dik olacak, idare dâhil, kimseye boyun eğmeyecekti. K. Korcan”

Burada da ilginç bir tevafuk olmuştur. Başı dik olma deyimi açıklanırken zıttı olan boyun eğme deyimi aynı örnekte kullanılmıştır. Görüleceği üzere Yarışmacı A'nın başını önüne eğme davranışı Başını dik tutma davranışının tam zıttı bir ifade ile verilmiştir.

Yine başı dik tutma ile ilgili bir atasözü de başını dik tutmanın kültürel kodlarımızdaki karşılığına ilişkin önemli ipuçları vermektedir. Bu atasözünde şöyle denilmektedir: “Boş başağın başı dik olur”. Açıklama olarak ise “ “bilgisiz olan üstün görünmek için kasılır”.

Bu alıntılardan şu genel mana çıkarılabilir: Türk toplumunun kültürel kodlarında başını dik tutmak hoş karşılanmazken, başını veya boynunu eğmek içerisinde saygı barındıran daha olumlu bir davranış olarak karşılık bulmaktadır. Ancak bu durumun bir istisnası olduğunu unutmamalıyız. Kişi eğer zalim, gaddar, kötü insanlarla karşı karşıya ise bu durumda onların iradesine teslim olmak yerine dik durması daha desteklenen bir tavidir. Ancak bizim örneğimizde önünde baş eğilen, boyun bükülen veya başı dik tutulan Türk toplumu ve onun SMS ile tecelli eden iradesi olunca boyun eğme davranışı daha tasvip edilir ve kabul görür bir davranış olduğunu iddia edebiliriz.

Elbette daha önce de söylediğimiz gibi beden dili okumaları yapılırken beden dili duruşları ve bunların muhtemel etkileri üzerinde söylenenler birer varsayımdır ve içerisinde belli bir oranda manipüle edici bir taraf barındırmaktadır. Ancak bu iddialarımızın geçersiz olduğunu göstermez.

Bizim burada yaptığımız göstergebilimsel analizle beden dili konusunda daha önce yazılmış eserlerden yola çıkarak her iki yarışmacının muhtemel mesajları ve Türk toplumsal yapısında bu hareketlerin karşılıkları üzerine tahminlerde bulunmaktır.

Milli Eğitim Bakanlığı tarafından eğitim içeriği amaçlı hazırlanan “Beden dili” kitabının “Duruş” bölümünde her iki yarışmacının duruşlarına karşılık gelebilecek hususlara ilişkin şu tespitlerde

bulunulmuştur: “Vücutun göğüs kafesinin bulunduğu kısım o kişinin merkezidir. Jest ve mimikleri kullanırken kişinin merkezinin durumu ve yönü, onu tanımak için birçok ipucu verir. Hatta diğer özelliklerine bakmadan sadece göğüs kısmına yani merkezine bakarak önemli sayılabilecek bilgiye sahibiz.

Omuzların dik ve merkezin dengeli durması kendine güven duyan bir insanın görünüşüdür. Merkezin açık olması şeklinde değerlendirdiğimiz bu duruş, kişinin yaşamla barışık, kendinden hoşnut, çevresine hoşgörülü olduğu izlenimini verir.

Merkezin kapanması ellerin yanlara bırakılıp omuzun düşmesi ve başın hafif öne eğilmesi şeklinde tarif edilebilen bir durumdur. Bu duruşa sahip kişiler; özgüvenleri eksik, çekingen, karamsar ve zorluklara karşı direnci olmayan kişilik yapısına sahiptir.”

Burada tarif edilen omuzların dik duruşu dediğimiz duruş şekli Yarışmacı B'nin duruşuna uygundur. Omzun düştüğü duruş şekli ise Yarışmacı A'nın duruş şekline uygun düşmektedir.

Yarışmacı A'nın başı öne eğik durmasının aslında tasavvufi literatürde de bir karşılığı vardır. Özellikle Nakşibendilik adlı tasavvufi akımın öncülerinden olan Abdulhalık-ı Gücdüvani'nin tespit ettiği “On Bir Tarikat Düsturu”ndan biri de “Nazar Ber Kadem” yani “ Bakışların Ayak Kısmına Bakması” olarak ifade edilmiştir. Açıklama olarak şu şekilde ifade edilebilir: Nazar bakmak manasına gelir. Kadem ayak manasına gelir. Ber ise Farsça'da üzerine manasına gelir. Dolayısı ile “nazar ber kadem” “ ayak ucuna bakarak yürümek” manasına gelir. Tasavvufta kişinin bakışlarını sağa sola değil sadece önüne eğmesi, gözünün başka şeylerle meşgul olmaması sadece önüne bakması tavsiye olunmuştur.

Yarışmacı A'nın bu maksat ile yapıp yapmadığını kendisine sormadan bilemeyiz. Ancak göstergebilim açısından bakışlarını yere doğru eğme davranışı aynı zamanda yarışmacı A'nın seçmiş olduğu parçalardaki tasavvufi motiflerle birleştğinde toplumsal karşılık olarak dini hassasiyeti olan insanlarda Yarışmacı A'nın olumlu bir şekilde konumlandırılmasında etkisi olduğu iddia edilebilir.

Yazımızın başında söylediğimiz gibi göstergebilimin temel gayesi zaten görülenin, apaçık olanın arkasında var olanı irdelemektir.

Bu yüzden yarışmacıların beden dili davranışlarının görünenin arkasında ne gibi manalara gelebileceğini düşünmediğimiz sürece göstergebilimin amaçlarına hizmet etmiş olamayız.

Burada kimilerine göre yapmış olduğumuz analizler için “buradan da bu mana çıkar mı?” sorusunu akla getirebilir. Ama göstergebilimin temel gayesi zaten budur. Simgelerin arkasındaki manayı görebilmek. Yani bir güvercinin ağızına zeytin dalı konulduğunda aslında ağzında zeytin dalı olan bir güvercin görüntüsünden ziyade “barış”ı simgeleyen bir gösteren olduğunun farkına varmak.

Bir kişinin yasadışı bir örgütten bahsederken bu örgüte mensup insanlara “terörist” demesi ile “gerilla” semesi arasında sadece tesadüfi seçim olmadığını bilakis terörist diyenin bu örgütü yaptığı iş yasa dışı olduğu için tasvip etmediği manası çıkarken, gerilla diye niteleyen kişinin ise bu örgüte kuvvetle muhtemel sempati duyduğunu bize söyleyen söylem analizi ve göstergebilimin ilkeleridir.

#### 4.4 Yarışmacıların Söylemlerinin Muhtemel Mesajları

Söylemlerde kullanılan dil, kelimeler adeta birer şifre niteliği taşır. Sinema filmlerinde görürüz, bir kişi yasa dışı gizli işler çevrilen bir mekâna girerken parola yani şifre niyetine bir kelime söyler ve içerideki kişi şifre ile söylenen kelimeyi doğrularsa kişiyi içeri kabul eder.

Aslında bu durum bizim sosyal hayatımız için de geçerlidir. Hiç tanımadığınız bir kişi ile karşılaştığınızda siz selamlama cümlesi olarak “selamun aleykum” dersiniz o da size cevaben “ günaydın” derse ya da size “günaydın” diyen bir kişiye siz cevaben “ aleykum selam” dersiniz başka hiçbir şey söylemeseniz dahi birbirinize ve yaşam şeklinize ilişkin ciddi mesajlar vermiş olursunuz.

Yarışmacıların söylemlerinin analizi bölümünde maalesef Yarışmacı B'nin söylemlerinde özellikle göze çarpan vurgulu söylemler görülemediği için bu bölümde Yarışmacı A'nın söylemlerinin muhtemel mesajları üzerinde durulacaktır.

Yarışmacı A, jüri ilk olarak kendisini seçtiğinde kendisini “ Batmanlıyım, İstanbul’da yaşıyorum” diye tanıtmıştır ve bu esnada stüdyoda alkışlar duyulmuştur.

Kişinin elbette kendisini tanıtırken memleketini söylemesi gayet tabiidir ancak burada önemli olan Batman’lı olmanın göstergebilimsel manasıdır. Daha sonra çeşitli sosyal medya ortamlarında tartışıldığı üzere Yarışmacı A’nın etnik olarak Kürt etnisitesine mensup olduğunu ifade etmesi açısından önemlidir. Bu söylem ile Yarışmacı A kendisini izleyen Kürt etnisitesine mensup olan kişilere “ben de sizdenim” mesajını vererek bir ortaklık sağlaması muhtemeldir.

Yine Yarışmacı A’nın jüri üyeleri kendisine döndükten sonra söylemlerinden biri de göstergebilim açısından önem arz etmektedir. Jüri üyeleri kendisini beğendiklerini ifade ettiklerinde “ Hepinizden Allah razı olsun ” şeklinde bir söylemi olmuştur. Bu söylem de göstergebilim açısından bakıldığında muhafazakâr olarak ifade edebileceğimiz dini hassasiyeti olan insanlara “sizinle aynı dini hassasiyetleri taşıyorum” şeklinde bir mesaj vermesi muhtemeldir.

Unutmayalım ki bir kişinin herhangi bir konuda tercih ettiği söylem kesinlikle o kişinin kültürü açısından bir mesaj vermektedir. Örneğin ilk defa gördüğü birisine “ selamun aleykum” diyen birisi ile “ Merhaba” diyen bir kişi ile “ Hi” diye selamlayan bir kişinin, yine birinin yanından ayrılırken “ bay bay” demesi ile “Allah’a emanet ol” demesi arasında göstergebilim açısından önemli farklılıklar vardır.

Ayrılırken “bay bay” diyen kişinin muhtemel kültürel kodları ile “Allah’a emanet ol” diyen bir kişinin muhtemel kültürel kodlarını tahmin edebiliriz.

## 5. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Çalışmamızın sonuç bölümünde elde ettiklerimizi birleştirmeden önce Yrd. Doç. Dr. Abdülhamit ÇAKIR’ın “Söylem Analizi Ne Demek İstiyorsun” adlı kitabından bazı alıntılar yapmak istiyoruz. Bu sayede iletişimsel açıdan söylemlerimizin önemi daha iyi anlaşılacaktır :“İletişim esnasında bizim söylediğimiz ve bize söylenen sözler hiç yoktan, kendiliğinden ortaya çıkmıyor. Bunlar daha önce edindiğimiz bilgilere dayanıyor. İnsanlar edindikleri bilgileri tek tek birbirinden ayrı olarak depolamıyorlar, bu bilgileri hafızalarına sınıflandırarak dosyalar, şemalar şeklinde yerleştiriyorlar ve bu bilgileri cümleler üretirken ve kendilerine söylenen cümleleri anlamlandırırken kullanıyorlar. Immanuel Kant’ta 1781 yılında bu gerçeği şöyle dile getiriyor. “ Yeni bilgiler, yeni kavramlar, yeni fikirler ancak kişinin daha önce bildiği bir şeyle irtibatlandırılırsa anlam kazanır (Rumelhart, 1980). Bu bahsedilen eskiden edinilmiş bilgiler, çerçeve bilgilerdir ve hazır kalıp formunda muhafaza edilmektedirler. Kafamızda böyle hazır paket bilgiler taşıdığımızın kanıtı olarak bize anlatılan bir olayı, bir hikâyeyi, biz tekrar anlatırken eklemeler veya eksiltmeler yapmamız gösterilmektedir (Rifat 2014).

Bu alıntıdan anlaşılacağı üzere insanların iletişim kurarken daha önce hayatları boyunca toplumsal açıdan ve kültürel açıdan getirmiş olduğu ve biriktirmiş olduklarının iletişimin sağlıklılığı açısından önemi büyük.

Yine bir başka bölümde Çakır şöyle demektedir: “İnsanların birbirlerini anlamaları kafalarındaki bu ortak bilgi formları vasıtasıyla mümkün oluyor. Sözlerin anlamı ortak bağlamdan çıkarılıyor, fakat daha önce belirtildiği gibi bu bağlamın “konuşma anı ve yeri” olması gerekmiyor. Kafalarımızdaki bu ortak şema bilgiler, gerektiğinde, ortak bağlam rolü oynuyor ve iletişim sağlıklı bir biçimde yürütülüyor. Tabii ki kafalarda harekete geçirilen bu şema –bilgiler (özellikle değişik kültürlerde ) birbirinden farklı olabilir. O zaman, ortak bağlam oluşamaz ve kişiler birbirini anlayamayabilirler” (Rifat, 2014).

Bu alıntı da bize kişilerin söylemlerindeki ortak anlamların iletişimin kuvvetini artıran önemli bir yanı olduğunu anlatıyor.

Bu çalışmamızda bir ses yarışması finalinde yarışmacıların tercihlerinin göstergebilimsel açıdan anlamları üzerine yapılan analiz neticesinde Yarışmacı A’nın ve Yarışmacı B’nin incelenen davranışları sonucunda Yarışmacı A’nın Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarının daha geniş bir

kesimine yönelik göstergebilimsel mesajları olduğu sonucuna varılmıştır. Yarışmacı B'nin ise tercihlerinin Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarının Yarışmacı A'ya nazaran daha az bir kesimine ulaştığı iddia edilebilir.

Bu iddiamızı desteklemek için elbette Türkiye'deki toplumsal yapıya ilişkin bilgiler de fayda sağlayacaktır.

Türkiye'nin kültürel yapısında dinin yeri tartışılırken söylenen klişe bir söylem vardır; "Türkiye'nin % 99'u Müslüman" diye. Ancak bizim bilimsel açıdan bakmamız için elimizde araştırma verilerinin olması gerekmektedir. Aksi takdirde yapacağımız yorumlar bilimsel bilgi olmaktan ziyade şahsi düşüncelerimiz olmanın ötesine geçemezler.

Bu konuda yapılmış bazı araştırma sonuçları ile Türkiye'deki toplumsal yapının konumuzla ilgili özellikle kendisini dini bir aidiyet içinde görme durumu hakkında kısa bilgi vermek istiyoruz:

2013 Yılı'nda Türkiye Cumhuriyeti Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından gerçekleştirilen "Türkiye'de Dini Hayat" adlı bir araştırma bu konuda bize yardımcı olabilir (araştırma hakkında detaylı bilgi için [www2.diyaret.gov.tr/StratejiGelistirme/Afisanlari/dinihayat.pdf](http://www2.diyaret.gov.tr/StratejiGelistirme/Afisanlari/dinihayat.pdf) adresine bakılabilir ). Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından yapılan bu çalışmada Türkiye genelini temsil etmek üzere 37.624 hanede anket yapılmıştır. Yapılan araştırma sonuçlarına göre ülkemizde yaşayan kişilerin % 99,2'si İslam dinine mensup olduğunu belirtmişken, % 0,4'ü İslam dini dışındaki diğer dinlere mensup ya da herhangi bir dine mensup olmadığını ifade etmiştir. Bu soruya cevap vermeyenlerin oranı % 0,5'tir.

Elbette birilerinin aklına şu kanaat gelebilir : "Araştırmayı yapan Diyanet İşleri Başkanlığı olunca tabii ki insanlar dindar çıkarlar". Biz bilimsel bir araştırma yapıldı ise bunu yapan kurumdan ötürü araştırmanın sonuçlarının yanlı olacağı kanaatine katılmıyoruz. Önemli olan araştırmayı yapan kurumdan ziyade araştırmanın yapılma şeklinin, yönteminin bilimsel olup olmadığıdır diye düşünüyoruz. Çünkü bilimsel çalışmaların en temel özelliği "nesnellik" ilkesi gereği kullanılan teknik bilimsel ise ölçüleme kriterleri doğru tespit edildi ise aynı çalışma aynı örneklem üzerinde başkaları tarafından yapılsa dahi birbirini destekleyen sonuçların elde edileceği varsayımdır.

Ancak yine de akıllarda oluşabilecek soru işaretlerini gidermek adına bir de yabancı bir kurumun yaptığı araştırma sonucuna bakalım istiyoruz. İsviçre Merkezli global bir araştırma ağı olan WIN/Gallup International'ın son çalışmasında dünyada ülkelere göre dindarlık oranı ortaya konulmuş. (Araştırma ile ilgili haber linki <http://www.hurriyet.com.tr/turkiye-nin-yuzde-79-u-dindar-yuzde-2-si-ateist-28726133>) .

Araştırma sonucuna göre "Türkiye'de dindar olduğunu söyleyenler yüzde 79 çıktı. Yüzde 13'lük bir kesim ise 'dindar değilim' cevabını vermiş. Türkiyeli ateistlerin oranının yüzde 2 olarak görülmüş, çalışmada kendisini din konusunda herhangi bir şekilde tanımlamayanların ya da soruya cevap vermeyenlerin oranı yüzde 6 olmuştur".

Dolayısı ile Diyanet İşleri Başkanlığı araştırmasındaki % 99,2 dindar oranını manipülatif bulanlar için İsviçre Merkezli kurumun yaptığı çalışmada kendisini dindar olarak niteleyenlerin oranı % 79'a düşmüştür. Ancak unutulmamalıdır ki yaklaşık ülkenin % 80'inin kendisini dindar olarak ifade etmesi dahi Türk toplumunun din konusundaki hassasiyeti hakkında ciddi sinyaller vermektedir.

Bu araştırma sonuçlarını burada paylaşmamızın elbette konumuzla yakın bir ilişkisi var. Yarışmacı A'nın seslendirmiş olduğu "Minnet Eylemem", "Yârim Derdini Ver Bana", "Ötme Bülbül Ötme" gibi eserlerin tasavvufi boyutu olduğunu yani din olgusu ile ilgisi olduğunu ve eser seçimlerinin bu izleyicilerin Yarışmacı A'ya ilişkin algısı açısından önemli göstergeler olduğunu iddia ediyoruz.

Yine Yarışmacı A'nın beden dili açısından final performansı sonrası sonuçlar açıklanırken başının sürekli yere bakar şekilde olmasının da tasavvufi gelenekte tavsiye edilen bir davranış olduğunu ve dini hassasiyetleri olan izleyiciler için de ciddi bir gösteren olduğunu iddia ediyoruz.

Netice itibari ile tüm bu analizlerimizi Türkiye'nin toplumsal yapısı ile ilişkilendirerek okuduğumuzda ses yarışmasının içindeki bir takım yarışmacı tercihlerinin göstergebilimsel açıdan

önemli gösterenler olduğu ve bu gösterenlerin gösterilenlerinin de toplumsal açıdan karşılığı olduğunu iddia ediyoruz.

Son olarak bu iki yarışmacı eğer birer siyasetçi olsalardı bu yarışmadaki tercihleri ile göstergebilimsel açıdan hangi parti seçmenlerine ulaşabilirdi diye bir soru sorarak ve bu sorumuzun cevabını vererek sonlandırmak istiyoruz.

Eğer Yarışmacı A bir siyasetçi olsa idi, “Minnet Eylemem” parçası ile CHP seçmeni içerisinde yer alan Alevi Bektaşî kültürüne mensup kişilere, “Batmanlıyım” diyerek HDP’ye oy veren Kürt etnisitesine mensup kişilere, “Hepinizden Allah razı olsun” diyerek Ak Parti’deki muhafazakâr seçmene ulaşırken, Yarışmacı B, bir siyasetçi olsa idi ise seçmiş olduğu yabancı parçalar ve smokin tarzı kıyafeti ile daha çok CHP’nin seçmen kitlesi içinde var olan seçkinci (elit) kesim diyebileceğimiz bazılarınca Beyaz Türk diye ifade edilen seçmen gruba muhtemelen ulaşabileceğini söyleyebiliriz.

Elbette bu siyasi parti seçmenleri ile eşleştirme işi bu kadar basit ve kolay yapılamaz. Biz burada sadece küçük bir benzetme yaparak konuyu daha iyi açıklama arzusundayız.

## KAYNAKLAR

Atabek, G. ve Atabek, Ü. (2007). Medya Metinlerini Çözümlemek. İçerik, Göstergebilim ve Söylem Çözümleme Yöntemleri, Siyasal Kitabevi, s.68, Ankara.

Baycu S. ve Uluyağcı, C. Görsel ve Sözel Göstergeler Açısından Bir Reklam Çözümlemesi: Beymen Örneği

Çağlar, B. (2012). Bir İletişim Biçimi Olarak Göstergebilim, EUL Journal of Social Sciences (III:II) LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi.

Çakır, A. (2014). Söylem Analizi Ne Demek İstiyorsun, Konya, Palet Yayınları,

Denli, S. (1997). Gösterge Bilim Açısından Grafik Gösterge Anlamlarının İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. s.25, Erzurum.

Erkman, F. (1987). Göstergebilime Giriş, Alan Yayınları, s.63, İstanbul

Fiske, J. (1996), İletişim Çalışmalarına Giriş, Çev :Süleyman İrvan, Ark Yayınları, s.116, Ankara.

Guiraud, P. (1994). Göstergebilim, Çev. Mehmet Yalçın, İkinci Basım, İmge Yayınları, s.116, Ankara.

İmançer, D. ve Özel, Z. Göstergebilimsel Çözümleme Örnek Çözümleme: Pirelli Reklamı <http://www.golgefanzin.com/forum/viewtopic.php?f=11&t=317>

Rifat, M. (2009). Göstergebilimin ABC’si, Say Yayınları, s.11, İstanbul

Rifat, M. (2013). XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim, Yapı Kredi Yayınları, s.113, s.117, s.120, İstanbul.

Rifat, M. (2014). Göstergebilimin ABC’si, İstanbul, s.43-45.

Rumelhart, D.E. 1980 “ Schemata: The Building block of cognition.” Spiro. R. J. Etal. 1979. Theoretical Issues in Reading Comprehension. Hillsdale.

Yıldız, P. Görsel Göstergebilimsel Eleştiri Kuramları Bağlamında Film Sahnelerine Yaklaşım ve Ülkemizden Seçilen İki Örnek İle Analiz Çalışması

MEGEP , (Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi), Büro Yönetimi ve Sekreterlik, Beden Dili Kitabı)

ismek.ibb.gov.tr/ismek-el-sanatları-

kursları/webedition/file/2013\_hbo\_program\_modulleri/bedendili.pdf, erişim tarihi: 07.02.2017



Türkiye Cumhuriyeti Diyanet İşleri Başkanlığı Türkiye’de Dini Hayat Araştırması  
<http://www2.diyamet.gov.tr/StratejiGelistirme/Afisanlari/dinihayat.pdf>, erişim tarihi : 11.02.2017

İsviçre Merkezli global bir araştırma ağı olan WIN/Gallup International Dünya’da Dindarlık Araştırması,[www.hurriyet.com.tr/turkiye-nin-yuzde-79-u-dindar-yuzde-2-si-ateist-28726133](http://www.hurriyet.com.tr/turkiye-nin-yuzde-79-u-dindar-yuzde-2-si-ateist-28726133) ,  
erişim tarihi: 11.02.2017