

**Âşıklık Geleneği ve
Medya Endüstrisi**
-Geleneksel Müziğin Medyadaki Serüveni-

Yazar

Süleyman Fidan

Kapak Fotođrafı

Âşık Veysel ve Erdoğan Alkan, TRT, 1969.
Görsel TRT Arşivlerinden alınmıştır.

ISBN: 978-605-9247-82-5

1. Baskı

Kasım, 2017 / Ankara

200 Adet



Grafiker®

Yayınları

Yayın No: 250

Web: grafikeryayin.com

**Kapak, Sayfa Tasarımı,
Baskı ve Cilt**



Grafiker®

Grafik-Ofset Matbaacılık Reklamcılık
Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.

1. Cadde 1396. Sokak No: 6

06520 (Oğuzlar Mahallesi)

Balgat-ANKARA

Tel : 0 312. 284 16 39 Pbx

Faks : 0 312. 284 37 27

E-mail : grafiker@grafiker.com.tr

Web : grafiker.com.tr

İÇİNDEKİLER

TABLolar DİZİNİ.....	6
ŞEKİLLER VE GÖRSELLER DİZİNİ.....	7
KISALTMALAR DİZİNİ.....	11
ÖN SÖZ.....	13
GİRİŞ.....	15

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR ENDÜSTRİLERİ VE ÂŞIKLIK GELENEĞİ İLİŞKİSİ

1.1. KÜLTÜR ENDÜSTRİLERİ KAVRAMI.....	23
1.2. KÜLTÜR ENDÜSTRİLERİ BAĞLAMINDA ÂŞIKLIK GELENEĞİNE GENEL BİR BAKIŞ.....	28
1.2.1. Üretim Ortam ve Araçları Bağlamında Türkiye'de Kültür Endüstrileri ile Âşıklık Geleneği İlişkisi.....	29
1.2.2. Aktarım ve Tüketim Ortamları/Medya ile Âşıklık Geleneği İlişkisi.....	34

İKİNCİ BÖLÜM

RADYO

2.1. DÜNYA'DA RADYONUN GELİŞİM SÜRECİ.....	43
2.2. TÜRKİYE'DE RADYONUN GELİŞİM SÜRECİ.....	44
2.3. TÜRKİYE'DE RADYO YAYINCILIĞI ANLAYIŞI.....	50
2.4. RADYO, GELENEKSEL MÜZİK VE ÂŞIKLIK GELENEĞİ.....	59
2.4.1. Yurttan Sesler Korosu.....	65
2.4.2. Arşivcilik, TRT Türk Halk Müziği Repertuarı ve Âşıklık Geleneği.....	74
2.4.3. Âşıkların Radyo Bağlamındaki Faaliyetleri.....	89
2.5. 1990 SONRASI TÜRKİYE'DE ÖZEL RADYO YAYINCILIĞI, TÜRKÜ RADYOLARI VE ÂŞIKLIK GELENEĞİ.....	105
2.5.1. Türkü Radyosu Kavramı.....	110
2.6. RADYO DERGİLERİNDE GELENEKSEL MÜZİK.....	117

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM SİNEMA

3.1. TÜRKİYE'DE SİNEMANIN GELİŞİM SÜRECİ VE ÂŞIKLIK GELENEĞİ.....	123
3.2. SON DÖNEM TÜRK SİNEMASINDA TÜRKÜLERİN KULLANIMI.....	131

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM TELEVİZYON

4.1. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE TELEVİZYONUN GELİŞİM SÜRECİ.....	135
4.2. TELEVİZYON VE ÂŞIKLIK GELENEĞİ.....	143
4.2.1. Televizyonda Âşık Programları.....	151
4.2.1.1. Televizyonda Âşık Programların Tarihî Süreci.....	151
4.2.1.2. Adlandırma.....	156
4.2.1.3. Sunucu Âşık.....	157
4.2.1.4. Program Konukları.....	157
4.2.1.5. Stüdyoda Dinleyici Kitle.....	158
4.2.1.6. İzleyici Kitle.....	160
4.2.1.7. Mekân/Dekor ve GörSELLİK.....	162
4.2.1.8. Âşık Programlarında Genel Format.....	166
4.2.1.9. Rekabet, Reklam, Sponsorluk ve Tanıtım.....	183
4.2.1.10. Âşıkların Görüşleri Doğrultusunda Programlarının Ekonomik Boyutu.....	187
4.2.1.11. Televizyonda Yayınlanan Âşık Programlarının Değerlendirilmesi.....	190
4.2.2. Televizyonda Âşıklık Geleneği Konusunda Yayınlanan Kültürel Aktarım ve Eğitim İşlevli Programlar.....	193
4.2.3. Müzik-Eğlence Programları ve Âşıklar.....	201
4.2.4. Kültürel Magazin Programlarında Geleneksel Müzik ve Âşıklar.....	214
4.3. TELEVİZYON REKLAMLARINDA GELENEKSEL MÜZİK BELLEĞİNİN KULLANIMI.....	226
4.3.1. Reklam, Reklamcılık ve Kültür.....	226
4.3.2. Reklam Müziği ve Özellikleri.....	228
4.3.3. Reklam Müziği Olarak Geleneksel Müziğin Kullanıldığı Televizyon Reklamları.....	230

4.4. TELEVİZYON DİZİLERİNDE GELENEKSEL MÜZİK BELLEĞİNİN KULLANIMI.....	246
4.4.1. <i>Dizi Kavramı ve Türkiye’de Dizilerin Serüveni</i>	246
4.4.2. <i>Diziler, Medya Kültürü ve Sözlü Kültür İlişkisi</i>	253
4.4.3. <i>Dizi Müziği</i>	260
4.4.4. <i>Dizilerde Geleneksel Müzik</i>	262
4.4.5. <i>Türkü Hikâyelerinden Türkü Dizilerine</i>	274
4.5. MÜZİK KANALLARI VE VIDEO KLİPLERDE ÂŞIKLIK GELENEĞİ.....	277
4.6. TELEVİZYONDA YAYINLANAN SES YARIŞMALARINDA GELENEKSEL MÜZİK.....	299

BEŞİNCİ BÖLÜM İNTERNET

5.1. DÜNYA’DA VE TÜRKİYE’DE İNTERNET TEKNOLOJİLERİNİN GELİŞİMİ.....	309
5.2. MÜZİK VE VIDEO PAYLAŞIM SİTELERİNDE ÂŞIKLIK GELENEĞİ.....	311
5.2.1. <i>YouTube ve Âşıklık Geleneği</i>	311
5.3. SOSYAL MEDYADA ÂŞIKLIK GELENEĞİ.....	323
5.3.1. <i>Facebook ve Âşıklık Geleneği</i>	326
5.4. TÜRKÜ SİTELERİ.....	341
5.5. DİJİTAL MEDYALARDA ÂŞIKLIK GELENEĞİ İÇERİKLERİ.....	345
SONUÇ.....	351
KAYNAKLAR.....	361
ÖZGEÇMİŞ.....	381

ÖN SÖZ

Endüstri Devrimiyle başlayan ve sonraki dönemlerde devam eden teknoloji, üretim, iletişim alanındaki yenilikler sosyal alanlardaki dönüşümü de tetiklemiştir. Kayıt teknolojilerinin ortaya çıkması ve gelişimi; kitle iletişim araçlarının toplum hayatına etkisi, göç olgusu, ekonomik faaliyetler, eğitim gibi birçok olgu, müzik ve edebiyat gibi kültür-sanat alanlarını da şekillendirmiştir. Genel olarak kültür endüstrileri kavramıyla tanımlanan, teknolojik ve ekonomik alanlar başlangıçta kültürü metalaştırdığı ve ticarileştirdiği yönde olumsuzlanan görüşlerle ortaya atılmış olsa da zamanla geleneksel kültürün aktarımı için önemi anlaşılmış; kültür endüstrilerinden yararlanmanın yolları aranmıştır. Kayıtlı müzik sektörü dışında ve onunla işbirliği hâlinde radyo, sinema, televizyon, internet gibi sesli/sesli-görsel medya araçları da geleneksel müziği dönüştüren, değerlendiren, kitlelere duyuran, arşivleyen, geleceğe taşıyan yeni icra bağlamları olarak varlıklarını sürdürmektedir.

Sözlü kültür ortamında doğan, yaşatılan ve nakledilen geleneksel müziğin temel unsurlarından biri olan âşıklık geleneği değişim sürecinden etkilenmiş; yeni arayışlarla varlığını sürdürmeye çalışmıştır. Gelenekte; icracı, icrâ ortamı ve icra töresi, ürün, dinleyici kitle, eğitim, kayıtlama, ekonomik faaliyetler gibi birçok noktada değişim hızlı bir şekilde hissedilmiştir. Değişim süreciyle birlikte eserlerini medya bağlamındaki programlarda kısıtlı sürede ve diğer kent merkezli kültürel ekonomik alanlarda icra eden yeni âşık tipi ortaya çıkmıştır. Zaman zaman mahallî sanatçı, ozan, halk âşığı, Hak âşığı gibi adlandırmalarla anılan âşıklar, bu süreçte ve bağlamlarda en çok beğenilen ürünlerini ve kültürel bellekte öne çıkan eserleri icra etmeye başlamışlardır. Yaşanılan dönemde, postmodernist anlayış ve popüler kültür etkisiyle de medya yapımlarında geleneksel müzik belleğinden yararlanılmaya devam edilmektedir. Geleneksel müzik, medya merkezli yeni bağlamlarda, yeni formlarda ve yeni işlevler yüklenerek devamlılığını sağlamaktadır.

Hacettepe Üniversitesinde “Âşıklık Geleneği ve Medya Endüstrisi İlişkisi Üzerine Bir Araştırma” başlığıyla 2016 yılında savunulan te-

zin yeniden gözden geçirilmesi ve düzenlenmesiyle oluşan bu kitap yaklaşık beş yıllık bir çalışmanın ürünüdür. Süreç boyunca olumlu bakış açısı ve üretim odaklı anlayışı, yönlendirmeleri, halkbilimi çalışmalarına kültür endüstrileri ve kültür ekonomisi konularındaki katkıları; 2011'de fikrî altyapısı şekillenmeye başlayan uzun soluklu çalışmanın bu aşamaya gelmesinde harcadığı emek ve gösterdiği sabır için danışmanım sayın Prof. Dr. Nebi Özdemir'e;

Doktora derslerinde alana farklı açılardan bakmamı sağlayan saygıdeğer hocam Prof. Dr. Dursun Yıldırım'a; ders dönemindeki yönlendirmelerinin yanında tez sürecinde akademik çalışmaları ve sözlü uyarılarıyla konunun boyutlarına katkı sağlayan, süreç boyunca desteklerini esirgemeyen hocalarım sayın Prof. Dr. Özkul Çobanoğlu'na ve Prof. Dr. F. Gülay Mirzaoğlu'na; çalışma sürecinde telefonla ve yüz yüze görüşmelerle bilgilerine başvurduğum, yönlendirmeleriyle çalışmanın somutlaşmasını sağlayan değerli hocalarım sayın Prof. Dr. Muhtar Kutlu'ya ve sayın Prof. Dr. Ali Yakıcı'ya; akademik hayata adım atmam için teşvik ve desteğini fazlasıyla gösteren, çalışmalarına yönlendirmeleriyle katkı sağlayan yüksek lisans tez danışmanım sayın Doç. Dr. Ruhi Ersoy'a;

14

Ayrıca süreç boyunca sık sık rahatsız ettiğim Hacettepe Üniversitesi Türk Halkbilimi Bölümündeki dönem arkadaşlarım Dr. Pınar Karataş'a ve Dr. Hicran Karataş'a; danışmanlık görevini yürüten Yrd. Doç. Dr. Zehra Kaderli'ye ve Arş. Gör. Başak Acinan'a; tezin kontrol işlemleri için Gaziantep Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümünden Dr. Sertan Alibekiroğlu ve her türlü yardımları için Türk Musikisi Devlet Konservatuvarından mesai arkadaşlarıma;

Tüm desteği için eşim Gülşah Gaye ve sosyal zamanlarını bensiz geçirmek zorunda kalan oğullarım Veli Kağan ile Ozan'a;

Sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Süleyman Fidan
Gaziantep, 12.7.2017