

UYGULAMALI HALK BİLİMİ ve ÂŞIKLIK GELENEĞİNİN GELECEĞİ^{1*}

THE FUTURE OF MINSTREL TRADITION AND APPLIED FOLKLORE

ПРИКЛАДНОЙ ФОЛЬКЛОР И БУДУЩЕЕ АШУГСКСКОЙ ТРАДИЦИИ

Selcan GÜRÇAYIR TEKE^{**}

ÖZ

Âşıklık geleneği yüzlerce yıldır sürdürülen kadim bir gelenektir. Bu gelenek –diğer pek çok gelenekte olduğu gibi- süreç içerisinde değişmiş ve dönüşmüştür. İcra ortamlarının gittikçe kaybolması, âşıkların toplumda karşıladığı işlevleri başka aktörlerin üstlenişi ve genç kuşağın bu sanata ilgisizliği gibi nedenler yok olma endişesini de beraberinde getirmiş ve geleneği dönüştürmüştür. Geleneğin en temel sorunlarından birisi, âşıklık geleneğine gençlerin ilgisizliği konusudur. Bu makale genç kuşakların ilgisizliğinin uygulamalı halk bilimi yaklaşımlarıyla nasıl değiştirilebileceğine ve bu yaklaşımlarla âşıklık geleneğinin kendisine nasıl yeni aktarıcılar bulabileceğine odaklanmaktadır. Makalede müzecilik ve reklam örneklerinden yola çıkılarak âşıklık geleneğinin yeni icra ortamları ve aktörleri tartışmaya açılmıştır. Örneklerden hareketle uygulamalı halk bilimi yaklaşımları aracılığıyla âşıklık geleneğinin yeni icracılar ve icra ortamları bulabileceği ve bunun âşıklık geleneğine olan ilgiyi arttırabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: âşıklık, uygulamalı halk bilimi, aktarım sorunları, yeni icra ortamları ve aktörleri.

ABSTRACT

Minstrelsy is an archaic tradition that has been maintained for hundreds of years. This tradition –like many other traditions- has changed and transformed within time. Such reasons like; the disappearance of the performance spaces, undertaking the social functions of minstrels by different actors and ignorance of youth about the tradition soon results in a worry about a transformation even the extinction of minstrelsy. This article have focused on inverting the youth’s ignorance and lack of awareness of the minstrelsy through using the applied folklore approaches and the ways of creating new minstrelsy actors. In this article, new performance spaces and actors of minstrelsy have been brought into question on the basis of museums and advertisement samples. It is concluded that attention to the minstrelsy can be raised through finding new actors and performance spaces of minstrelsy by utilizing the applied folklore approaches.

Key words: Minstrelsy, applied folklore, transmission problems, new performance spaces and actors.

¹ DOI : 10.17498/kdeniz.5635

* Bu makale 15-17 Ekim 2015 tarihlerinde Erzurum’da gerçekleştirilen “Değişim ve Dönüşüm Sürecinde Âşıklık Geleneği” bilgi şöleninde sunulmuş bildirinin genişletilmiş biçimidir.

** Dr., Gazi Üniv. Edb. Fak., Türk Halk Bilimi Bölümü Öğretim Görevlisi. sgurcayir@gazi.edu.tr

АННОТАЦИЯ

Ашугская традиция длится уже сотни лет. Она, как и другие традиции, менялась на протяжении своего существования. Постепенно теряя среду для исполнения, функции, замена другими актёрами, низкий интерес молодого поколения, породил страх о вымирании этой традиции и принудил его к изменениям. Самая большая проблема ашугской традиции, это низкий интерес молодёжи к нему. В статье предлагаются разные методы для привлечения и возвращения молодёжи к ашугским традициям. Предложены разные примеры рекламирования из шоубизнеса. Исходя из разных примеров устанавливается, что применение фольклорских подходов увеличит интерес к ашугской традиции, даст возможность найти новых исполнителей и зародит среду для его осуществления.

Ключевые слова: Ашугская поэзия, прикладной фольклор, проблемы передачи, актёры и новая среда для исполнения.

Folklor doğası gereği bir ortadan yok olma konusudur. Bizim işlem zamanımız son andır. Son andan önce yaşam, son andan sonra ise ölüm vardır. İkisinin arasındaki eşik anı, bizim disiplinlerarası konumuzun ortaya çıktığı kopma anıdır. Bu nedenledir ki, son an daima bizimle birlikte olup kendi yerini sonraki gözden kaybolmanın yaklaşması ile değiştirmektedir.

Barbara Kirshenblatt-Gimblett

Âşıklık geleneğinin geleceği hakkında bazı öngörülerde bulunmak için birtakım sorulara yanıt bulmamız gerekmektedir. Âşıklık geleneğinin gelecek kuşaklara aktarılmasını istiyor muyuz? Kimler istiyor? Âşıklık geleneği gelecek kuşaklara aktarılmasa ne olur, ne kaybederiz? Bu geleneğin gelecek kuşaklara aktarılmasını neden istiyoruz? Bu aktarımın nasıl olmasını arzu ediyoruz? Toplumun bütün kesiminin bu geleneği gelecek kuşaklara aktarmasını bekleyebilir miyiz? Bu sorulara vereceğimiz yanıtlar aslında âşıklık geleneğinin geleceğine ilişkin tasarımlarımızı/beklentilerimizi de açığa çıkaracaktır. Âşıklık geleneği desteklensin ya da desteklenmesin her kuşak tarafından biçimlendirilerek bugüne kadar sürdürülmüştür. Âşıklık geleneğinin geleceği konusu, sadece bu dönemde değil geçmişte de sürekli bir endişe kaynağı olmuştur. Dilaver Düzgün'ün "Âşıklık Geleneğinin Değişim Dönüşüm Sürecinde Barış Manço Olgusu" başlıklı yazısında da belirttiği gibi Mehmet Fuat Köprülü, Cahit Öztelli, Mehmet Halit Bayrı gibi bilim adamları ve araştırmacılar yazılarında bugünden yıllarca önce âşıklık geleneğinin geleceği konusunda pek de iyimser değillerdir. Köprülü, "Orta Çağ ananelerini saklayan âşıklar zümresinin ileride yaşayamayacağını" belirtirken Öztelli, "Dertli ve Seyrani'den sonra gelen âşıkların sönük birer taklitçi olmanın ötesine geçemediklerini" ileri sürer (Düzgün 2009: 43). Günümüzde de bu geleneğin geleceği konusunda iyimser olmayan pek çok araştırmacı bulunmaktadır. Özellikle elektronik kültür ortamıyla birlikte geleneğin dönüşümünden rahatsız olduğu da bir gerçektir. Hatta bu dönemin ürünleri geleneğin yozlaşması, bir bakıma geleneğin aslından sapma olarak değerlendirilir. Bu noktada Nebi Özdemir'i hatırlamak yerinde olacaktır. Özdemir, gelenekte klasik yapı savunucularının "öncelikle hangi dönemin klasik olduğunu ve buna nasıl karar verdiklerini belirtmek zorunda olduklarını" ileri sürer. "Donmuş gelenek savunucularının yeni yorumlar olmadan

geleneğin nasıl geliştirildiği ve yaşatıldığı sorularını da yanıtlamaları gerektiğini” belirtir(Özdemir 2009: 143).

Âşıklık geleneği, âşıkların toplumda karşıladıkları işlevler, icra ortamları, âşıkların yetişme biçimleri, geleneğin aktarım biçimleri açılarından yüzyıllar boyunca değişmiş ve dönüşmüştür. Bu değişim ve dönüşüm bu alanla ilgili çalışanlardan kimileri için geleneğin yozlaşması kimileri içinse geleneğin yaşama şansı olarak görülümüştür. Ancak âşıklık geleneği önceki yüzyıllar kadar canlı ve etkili bir biçimde sürdürülmesine de “yok olma tehlikesi yaşayan” bir gelenek olarak da değerlendirilemez. Halen pek çok sayıda aktarıcısı ve “belirli” bir dinleyici kitlesi vardır. Ancak geleneğin en önemli sorunu, -diğer pek çok gelenek için de olduğu gibi- gelecek kuşaklara aktarımı konusudur.

Âşıklık geleneğinin geleceğinden bahsedebilmemiz için en temelde dikkate almamız gereken bu geleneği sürdüren ve sürdürmeyi isteyecek kişiler, yani aktarıcılar ve bu geleneğin ürünlerini talep edecek grup dinleyiciler ya da aktarılanlardır. Âşıklığın her ne kadar biçim değişirse de usta çırak ilişkisi içerisinde öğrenilen ve aktarılan bir gelenek olduğunu düşündüğümüzde “genç kuşağın” bu geleneğe ilgi göstermesi ve öğrenmeyi talep etmesi geleneğin hayatiyeti açısından önem taşımaktadır. Âşıklarla yapılan görüşmelerde ya da âşıklıkla ilgili üstten bir çalışmada göze çarpan ilk sorun “genç kuşağın bu geleneği öğrenmeye ve aktarmaya” gönüllü olmayışı olacaktır. Âşıklık geleneğinin kent ortamında bilinirliği üzerine yaptığı anket çalışmasına dayanan makalesinde Gökhan Tunç, kent ortamında âşıklık kavramının bilindiğini ancak bu oranın yaş azaldıkça azaldığını ileri sürerek geleneğin gençler arasındaki durumunu ortaya koyar(Tunç 2007). Genç kuşakların ilgisizliğinin pek çok nedeni vardır değişen yaşam şartları, âşıklığın kazanç getirmeyeceği düşüncesi, prestijli olduğu düşünülen diğer mesleklere yönelme, âşıklığın toplumun geneli tarafından itibar görmediği düşüncesi vb. nedenler muhakkak çoğaltılabilir.



Bu nedenlere çözüm önerileri de ileri sürülebilir. Bu çözüm önerilerinin bir kısmı hayata geçirilebilir ve beklenen sonuçlar da alınabilir. Ancak bunların yapılabilmesi istikrarlı, sürdürülebilir ve iyi planlanmış kültür politikalarının varlığına ihtiyaç duymaktadır.

Bu çalışma âşıklık geleneğinin aktarıcı bulma konusunda yaşadığı sorunlara uygulamalı halk bilimi yaklaşımlarının nasıl yanıt verebileceğine odaklanmaktadır.

Müzecilik ve reklam alanında âşıklık geleneğinin kullanımının hem âşıklık geleneğine hem de ilgili alanlara katkıları sorgulanacaktır. Uygulamalı halk biliminin, âşıklık geleneğinin yeni aktörler ve aktarıcılar bulmasında bir aracı olarak kullanılabilmesi ve âşıklık geleneği kendisine ilgi duyan yeni genç bir nesil bulamıyorsa aktörlerini değiştirebileceği gibi konular tartışmaya açılacaktır.

Robert Baron'ın verdiği bilgilere göre, uygulamalı halk bilimi terimi ilk kez 1950'lerde Ralph Beals tarafından kullanılır. Uygulamalı halk bilimiyle "halk mirasının beğenilmesini genişletmek" ve azınlık grupların değerlerinin beğenilmesini arttıran halk materyallerinin geniş ölçüde yaymak" hedeflenir. Uygulamalı halk bilimi kavramı 1953'te Benjamin Botkin tarafından kavramsallaştırılır ve "halk biliminin kendisinin ötesinde bazı amaçlar için kullanımı" olarak tanımlanır(Baron 2014: 181) Uygulamalı halk bilimi, halk bilimini ilerleme ile birlikte yok olmaya mahkûm geçmişin ayakta kalan kalıntıları olarak görmektense gelenek ve yaratıcılığın bir karışımı ve çağdaş koşullara fonksiyonel yanıtlar olarak görülür(Hirsh 2014: 22). "Halk bilimcilerin dikkatlerini yalnız bilgiye vermek yerine aynı zamanda halka da verilerse ve bunu geçmişteki halk ve bugünkü halk arasındaki farkı analiz ederek yaparlarsa" gelenek aktarımında başarılı rotalar çizebileceklerini ifade eder(Hirsh 2014: 21). Akademik halkbilimcilerin istihdam sorunlarına yanıt bulduğu bir alan haline gelen uygulamalı halkbilimi –özellikle Amerika Birleşik Devletlerinde- üniversitelerden mezun olan halkbilimcilerin "ne iş yapacakları" sorununun çözüm odağını oluşturmuştur. Üniversitelerde teorik anlamda verilen halkbilimine ilişkin bilgilerin, gündelik yaşama ve ihtiyaçlara uygulanması ile halkbilimcilere özellikle kamu ve özel alanda istihdam fırsatları doğmuştur. Halkbiliminin akademik anlamda eğitimini almış olanların gelenek taşıyıcıları ve aktarıcıları ile halk arasında iletişimi sağlayarak, geleneksel bilgilerin halk tarafından "kullanılabilir" ve "tüketilebilir" hale getirilmesine hizmet etmeleri hedeflenmiştir.

Uygulamalı halk bilimi ya da kamusal halk bilimine ilişkin, halk biliminin çok farklı alanlarında örnekler verebilir. Örneğin, farklı kültürlerden hastaların geleneksel bilgi sistemlerinin hastanedeki tedavi şekillerine eklenmesi, mekânların yerel kültür için önemini ayırt ederek yerel mimariyi koruyacak politikalar geliştirilmesi gibi. Ancak bu çalışmada uygulamalı halk bilimi terimi "gelenekleri temsil eden topluluk üyeleriyle topluluk ve iş birliğine girişmek suretiyle halk biliminin kaynağını aldığı topluluğun içinde ve ötesinde temsili ve yeni bağlamlara uygulanması anlamında kullanılmaktadır(Baron 2014: 189)

Âşıklık geleneği, yaşam biçimi sosyal hayatla doğrudan teması ve etkileşimi olan bir gelenek alanıdır. Aktarılabilmesi için sosyal yaşamda yaşama ortamı ve aktarım nedenleri de bulması gerekir. Âşıklığın toplumsal işlevleri, toplumun hangi alanına sözcü olduğu ya da hangi boşluğu doldurduğu bu anlamda önemlidir. Sosyal ve siyasi olaylara eleştiri, kitle iletişim araçlarının yokluğunda bu işlevi yerine getirme, sosyalleşme ihtiyacını karşılaması gibi pek çok neden âşıklığın sürdürülmesiyle doğrudan ilgilidir. Ancak hem âşıklığın bu işlevlerinin artık başka mekanizmalar tarafından karşılanması hem de aktarım ortamlarının azalışı bu geleneği tehlikeye sokmaktadır. Halkbilimi disiplininde önemli bir alanı tutan âşıklığa ilişkin bilgilerin başka bir alanda kullanımı yani uygulamalı halk biliminin bir parçası haline getirilmesi geleneğe yeni çıkış kapıları aralayabilir. Âşıklar uygulamalı halkbilimi yaklaşımlarıyla birlikte kendilerine yeni aktarıcılar ve yeni aktörler bulabilirler.

Ankara Kalkınma Ajansı, Gazi Üniversitesi ve Altındağ Belediyesi işbirliği ile gerçekleştirilen bir proje sonucunda oluşturulan Ankara Somut Olmayan Kültürel Miras

Müzesi diğer pek çok geleneğin yanı sıra âşıklık geleneğini de içermektedir.² Müze, âşıklık geleneğinin, âşık kahvehaneleri, konaklar, radyo, televizyon, sanal ortam gibi var olan icra ortamlarına eklenmiş yeni bir icra ortamıdır. Ancak bu icra ortamını diğerlerinden farklı kılan bilinçli bir uygulama faaliyetinin sonucu oluşturulmuş olmasıdır. Uzun alan çalışmalarına dayanan ve alan çalışmaları sonucunda elde edilen verileri uygulama modellerine dönüştürerek kültürel mirasa farkındalık yaratmaya, kuşaktan kuşağa aktarıma yeni bir mekân olmaya çalışan müze için âşıklık geleneği de uygulama alanlarından biridir. Âşıklar bu yeni icra ortamıyla birlikte kendilerine yeni dinleyiciler ve potansiyel aktarıcılar bulmuşlardır. Müzede âşıklar sanatlarını icra edebilecekleri müstakil programlar yapabildikleri gibi başka etkinliklerin parçası olarak da sanatlarını icra etmektedirler. “Âşığın Sazında Tamamlanan Hikâyeler,” “Polonyalı Ozanlarla Türk Âşıkların Buluşması” programı ve her yıl 5-6 Mayıs tarihlerinde gerçekleştirilen Hamamönü Hıdrellez Şenliklerinde son iki yıldır kurulan Âşık Çadır’ı âşıklık geleneğinin sunulduğu etkinliklerdir.

“Âşığın Sazında Tamamlanan Hikâyeler” programıyla âşık kahvehanelerinin hem sayılarının hem de müdâvimlerinin günden güne azalmasıyla icra sorunları yaşayan halk hikâyeleri, müzenin bahçesine kurulan kıl çadır içerisinde yeniden hayat bulmaktadır (Resim 1). Âşıklar, haftalarca bazen de aylarca süren bir dikkat gerektiren halk hikâyelerini müze mekânında kısmen farklı bir dinleyici kitlesine sunma imkânı bulmaktadır. Anlatılan hikâye, âşık tarafından heyecanlı görülen bir yerinde bırakılmakta devamını merak edenler için gelecek hafta aynı saatte aynı yerde görüşme temennileri ifade edilmektedir. Hikâye günleri Âşık Mustafa Aydın tarafından gerçekleştirilmektedir. Üniversite tarafından kurulan bir müze olmasından dolayı, hikâye günlerine katılanların büyük bir kısmını öğrenciler oluşturmaktadır. Orta yaş ve üstü insanların da bu günlere rağbet gösterdikleri görülmektedir. Âşıklar gelenekte olduğu gibi zaman zaman dinleyicilerle etkileşime girmektedirler. Âşıklık geleneği bu sayede belirli ve bu anlamda sınırlı olan dinleyici kitlesini geliştirmekte ve yeni dinlerler kazanabilmektedir. Hem sözlü gelenekler ve anlatımlar içeren hem de önemli bir gösteri sanatı olan âşıklık geleneğinin müzelenmesine de hizmet etmektedir. Polonyalı ozanlar ve Türk âşıklar buluşması her iki ülkede farklı biçimlerde sürdürülen, bir enstrüman eşliğinde irticali söz söyleme sanatının bir araya geldiklerinde nasıl bir etkileşime girebileceklerini göstermesi açısından önemlidir (Resim 2). Aynı dili konuşmasalar da sanatları aracılığıyla ortak bir dil yakalayan Türk ve Polonyalı âşıklar, bu etkinlik kapsamında karşılıklı atışmalarla kendi sanatlarını tanıtmaya çalışmışlardır. Müzede âşıklarla ilgili gerçekleştirilen bir diğer etkinlik, Hıdrellez Şenlikleridir. Gazi Üniversitesi Türk Halk Bilimi Bölümü ve Altındağ Belediyesi işbirliği ile 2010 Yılından beri Hamamönü’nde düzenlenen Hıdrellez Şenliklerinde dilek dileme, kısmet açma, yumurta tokuşturma, masal anlatma, meddah, halk tiyatrosu etkinlikleri gibi pek çok etkinlik yapılabildiği gibi âşıklık geleneği de bu etkinliklerin bir parçası haline getirilmiştir. (Resim 3) Geleneğin aslında yani Hıdrellez kutlamalarında âşıklara özel olarak biçilen roller yoktur. Dolayısıyla bu geleneğin içine dahil edişi gelenekten sapma ya da geleneği bozma olarak değerlendirilebilir. Ancak Hıdrellez şenliklerine Ankara’nın dört bir yanından her yaşta ve her sosyal sınıftan pek çok insanın katıldığı düşünülürse âşıklık geleneğinin tanıtılması ve gelecek kuşaklara aktarılması açısından önemli bir icra ortamı

² Müzeye, kuruluşuna ve etkinliklerine ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. www.kulturelmirasmuzesi.com Müzede âşıklık geleneğinin nasıl sürdürüldüğüne ve etkinliklere ilişkin ayrıntıları benimle paylaşan Ankara Somut Olmayan Kültürel Miras Müzesi Müdürü Çiğdem Şimşek’e teşekkür ederim.

olduğu düşünülebilir. Açık alandaki bir çardağın süslenmesi ile oluşturulan âşık çadırı, bu çardağı ziyaret edenlerle birlikte sohbet edildiği, âşıklık sanatının icra edildiği ve beraber türkülerin söylendiği bir mekân haline gelmiştir. Yine Âşık Mustafa'nın iki yıldır katılımıyla oluşturulan bu çadırdaki Mustafa Aydın Hıdırellez gününe ilişkin irticali şiirler de söylemektedir.

Müzedeki gelenek aktarıcılarla genç neslin buluşması, geleneklerin yaşatılmasında yeni kapılar açmakta ve gençlerin yaratıcılıklarını gelenekle harmanladıkları ürünlerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Müzede bizzat görev alanlar ve müzede staj yapan öğrenciler arasından hayaliler, kuklacılar, meddahlar ve masal anlatıcıları yetişmiştir. Hem Mustafa Aydın'ın gençleri teşvikleri hem de müze yönetiminin âşıklık sanatı konusunda bir öğrencinin yetişmesini arzu ettiği maalesef henüz karşılık bulamamıştır. Ancak Karagöz, kukla oynatıcıları ve masal anlatıcıları bu geleneklerin gelecek kuşaklara taşınması konusundaki umudu arttırmaktadır. Kendilerini geleneksel bir sanat konusunda yetiştiren öğrenciler, öğrenci hareketlilik programları ya da Avrupa Birliği Kültür Projeleri ile yurt dışına çıkabilmekte hem kendi kültürlerini tanıtmakta hem de kendileriyle benzer geleneklerle uğraşan diğer öğrencilerle/sanatçılarla buluşma imkânı yakalamaktadırlar. Bu gibi fırsatlar genç nesil için geleneğin aktarılmasında yeni bir motivasyon aracı haline gelmekte ve bir bakıma gelenek iade-i itibarını kazanmaktadır. Bu anlamda uygulamalı halk bilimi alanının “gözde” mekânlarından biri olan müzelerin, âşıklık geleneğinin kent ortamında yeni bir icra ortamı ve dinleyici bulmasını sağladığı bu sayede geleneğin kendisini yeni bir mekânda ifade etme fırsatı yakaladığı düşünülebilir. Elbette mekânın ve dinleyici profiline göre değişmesi ile birlikte âşıkların icraları da değişmektedir.

Müzelerde geleneklerin kendilerine yer bulmasının dışında aslında kavram olarak uygulamalı halk bilimi teriminin tam olarak karşılamadığı ancak “çıktı” olarak bir uygulama olarak değerlendirilebilecek örneklerden de bahsedilebilir. Reklam filmleri, sinema filmeleri, karikatürler, çizgi filmler âşıklık geleneğinden yararlanarak karakterler ve tipler yaratmaktadır. Âşıklar son dönemlerde televizyon kanallarında kendi adlarına yaptıkları âşık programlarıyla geleneği sürdürmektedirler.³ Ancak âşıklıktan yararlanan popüler kültür ürünlerinde kimi zaman bu geleneğin gerçekte aktarıcısı olmayan yeni aktörler kazandıkları görülmektedir. Bu da âşıklık geleneğinin geleceğe klasik anlamda taşınmasa bile bir kültürel imge ve değer olarak taşınması anlamına gelmektedir. Reklamlar âşıklık geleneği ile karşılaşabileceğimiz alanlardan biridir. Âşıklık geleneğinin reklamlarda nasıl ve hangi gerekçelerle kullanıldığıyla ilgili olarak Şeref Boyraz, “Halk Kültürü Unsurlarının Televizyon Reklamlarında Kullanılması” başlıklı yazısında incelediği reklamlardan hareketle “âşıkların atışmalarının gazetelerin verdikleri promosyon ürünlerin tanıtımında” kullanıldığını ve âşıkların “yenilikleri ve teknolojik gelişmeleri geriden takip eden insanlar” olarak kurgulandıklarını ileri sürer(Boyraz 2001: 101-102).

Bu makale kapsamında ele alınan reklamların bazılarında gerçek hayatta da âşıklık geleneğini sürdürenlerin bazılarında ise bu geleneği sürdürmeyen yeni aktörlerin rol aldıkları görülmektedir. Reklamlarda göze çarpan bir diğer husus, gelenekte var olan âşıklık geleneği ürünlerinin sözlerinin ve melodisinin reklamdaki ürün için yeniden uyarlanması ya da gelenekte var olmayan yeni ürünlerin yaratılmasıdır. Âşık Bayram Denizoğlu ve Mahlaz Âşık Kevseri'nin rol aldığı *Danino* reklamı âşıklık geleneğine rastlayabileceğimiz

³ Âşıkların televizyon programları ve bunun geleneğe etkilerini tartışan ayrıntılı bir inceleme için bkz. Taşlova, M. Mete (2014). “Stüdyoya Taşınan Âşıklık veya “Stüdyo Tipi” Âşıklığa Doğru: Sözlü ‘Doğal’ ve Dijital ‘Elektronik’ İcra Yapıları Üzerinde Mukayese.” *Türkbilim* 27: 79-104.

örneklerden biridir(Resim 4). Ayşe Özgün'ün “Danino neden kısa sürede bozulmuyor diye emeği geçenlere sorduk âşıklar aldı sazı eline” sözlerinden sonra âşıklar, Danino'nun süt sağımından ürün haline getirilişine kadarki süreci “bakteri çoğalmasın diye” nakarath türküleri ile anlatırlar. Bir reklam filmi için sıkıcı sayılabilecek teknik bilgilerin, detayların sözleri birbiriyle uyaklı ve ezgili bir biçimde türkü ile verilmesi reklamın izlenirliğini arttırmaktadır. Bu reklamda âşıklık geleneğinin mizah ve eğlence yönünden yararlanılmaktadır. Kırsalla ilişkili olduğu düşünülen âşıkların reklamda tercih edilmesi, aslında bir bakıma Danino'nun “doğallığını” vurgulamak için de stratejik bir önem taşır. Tekirdağ'ın Ferhadanlı Köyünden bir manzara resmi ile başlayan reklam köy kahvehanesinde outran âşıklara doğru ilerler. Âşıkların “Ayşe Özgün hoşgeldi köyümüze” şeklindeki sözleri de âşıkların o köyde yaşadıkları algısını izleyici de yaratır. Âşıkların temsil ettiği “doğallık ve saflık” Ayşe Özgün'ün “araştırmacı ve güvenilir imajı” ile birleşmekte ve ürüne olan talep arttırılmaya çalışılmaktadır.

Âşıkların mizahi yönlerinin kullanıldığı bir diğer reklam, *Eti Tutku Âşık Akışması* adlı reklam filmleri serisidir(Resim 5). Âşıkların atışmalarına telmihle *Eti Tutku* bisküvilerinin akışkanlığına vurgu yapmayı amaçlayan reklam âşıklık geleneğinde atışma geleneğini kullanmıştır. Reklamda âşık olarak gösterilen kişiler gerçekte bu geleneğin temsilcileri değildirler. *Eti Tutku* bisküvileri adına şiirler söyleyerek atışmaktadırlar. Atışmalarda ilginç olan âşıklık geleneği içerisinde yer alan sazın haricinde gitar, elektro gitar gibi enstrümanlarla atışmalar yapılmıştır.

Atışma örneğini kullanan bir diğer reklam filmi, TARSİM Tarım Sigortaları Havuzu reklamıdır(Resim 6). Bir kahvehanede iki çiftçi âştığın tarım sigortası konusundaki atışmaları ekrana taşınır. Tarım sigortalarının çiftçiler için gerekliliğini anlatan sözler içeren atışmalarda âşıklardan biri sigortaya verilecek parayı “masraf” olarak değerlendirip sigortanın gereksizliğini savunurken diğer âşık sigorta yaptırıp “rahatça yaşama” düşüncesindedir. İki karşıt görüşün savunucularının atışması reklamda konu alınır. Bu reklamda da kırsalla ilişkilendirilen âşıkların çiftçilerle ilgili olan bir reklamda boy göstermeleri söz konusudur. Reklamın izleyici ve hedef kitlesi ile uyumlu olduğu düşünülen âşıklar mizahi bir biçimde sigorta konusunda atışmaktadırlar.

Reklamın dışında çizgi film, sinema filmleri, karikatürler vb. pek çok alanda âşıklık geleneğine ilişkin unsurlar kullanılmakta ve âşıklık geleneği başka bir biçimde yaşama fırsatı bulmaktadır. Bu uygulamalarla âşıklık geleneği kendisine yeni aktarıcılar ve aktörler bulmakta, yeni biçimler ve ürünler kazanmakta bu sayede de yeni bir dinleyici/izleyici kitlesi kazanmaktadır. Âşıklık geleneğinin gelecekte yaşaması için arzu edilen geleneğin olduğu biçimiyle yani icra olarak yaşaması olabilir. Ancak âşıklık çok başka biçimlerde de gelecekte yaşayabilir. Bu noktada uygulamalı halk bilimi âşıklık geleneğine pek çok kapı açabilir. Açılan bu kapıların başarıya ulaşması, uygulama örneklerinin ehil ellerin elinden çıkması ya da ehil ellerden destek alınması ile mümkün olabilir.

Halk kültürünün popülerleştirilmesi olarak değerlendirilebilecek ürünlerin elbette gelenek açısından eleştirilebilecek pek çok yönü bulunmaktadır. Örneğin bu ürünlerin bir çoğunun çok klişe ve sınırlı bilgilerle oluşturulan zayıf örnekler olduğu ilk etapta öne sürülebilir. Yüzyıllar boyunca süregelen zengin bir geleneği, sınırlı anlamda yansıttığı, gerçek anlamda yansıtmadığı, bunun da ötesinde kültürü nesneleştirdiği de ifade edilebilir. Ya da popülerleştirmenin geleneği gelecek kuşaklara taşımaya yetmeyeceği de düşünülebilir. Geleneğin etkisizleşerek köşeye çekilmesinden ziyade diğer alanlarda esin kaynağı olması, bilgi olarak yararlanılması oldukça önemlidir. Âşıklık geleneğinin bir esin kaynağı olmasının yolu ise geleceğin senaristleri, çizgi filmcileri, animatörleri, yazarları,

şairleri, turizmcileri olacak çocukların/gençlerin bu gelenekle çok erken yaşlarda tanışmasının sağlanmasından geçmektedir. Âşıklık geleneği bu sayede yeni yaşam alanları bulacak ve genç kesimin yaratıcılık alanlarından biri haline gelebilecektir.

KAYNAKÇA

BARON, Robert (2014). “Amerikan Kamusal Halk Bilimi –Tarihi, Sorunları ve Zorlukları.” (Çev. İmran Gündüz Alptürker). *Uygulamalı Halk Bilimi* (Ed. M. Öcal Oğuz vd.) Ankara: Geleneksel Yayıncılık.

BOYRAZ, Şeref (2001). “Halk Kültürü Unsurlarının Televizyon Reklamlarında Kullanılması.” *Millî Folklor*, S. 49: 93-108.

DÜZGÜN, Dilaver (2009). “Âşıklık Geleneğinin Değişim ve Dönüşüm Sürecinde Barış Manço Olgusu.” *Millî Folklor*. S. 84: 42-50.

HIRSH, Jerrold (2014). “Dönüşen Halk Bilimi: B. A. Botkin.” (Çev. Mehmet Emin Dede). *Uygulamalı Halk Bilimi* (Ed. M. Öcal Oğuz vd.) Ankara: Geleneksel Yayıncılık.

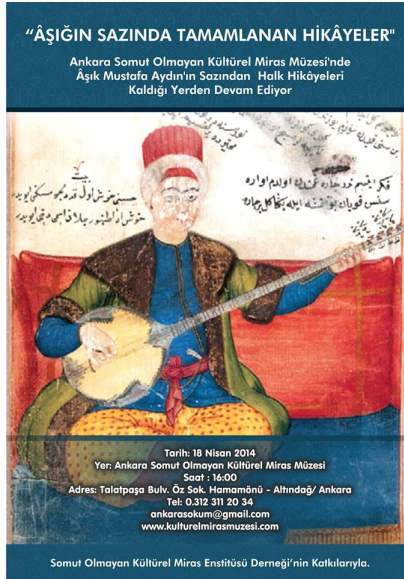
KIRSHENBLATT GIMBLETT, Barbara (2014). “Folklorun Krizi.” (Çev. Mehmet Emin Dede). *Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 4* (Ed. M. Öcal Oğuz vd.) Ankara: Geleneksel Yayıncılık.

ÖZDEMİR, Nebi (2008). *Kültür, Medya, Edebiyat*. Ankara: Geleneksel Yay.

TAŞLIOVA, M. Mete (2014). “Stüdyoya Taşınan Âşıklık veya “Stüdyo Tipi” Âşıklığa Doğru: Sözlü ‘Doğal’ ve Dijital ‘Elektronik’ İcra Yapıları Üzerinde Mukayese.” *Türkbilig* 27: 79-104.

TUNÇ, Gökhan (2007). “Kent İnsanın Gözüyle Âşık Şiiri Geleneği.” *Millî Folklor Dergisi*, S. 75: 11-16.

RESİMLER



Resim 1: Ankara Somut Olmayan Kültürel Miras Müzesi Arşivinden



Resim 4: Danino Reklamı

https://www.youtube.com/results?search_query=danino+bakteri+çoğalmasın+diye



Resim 5: Eti Tutku Reklamları <https://www.youtube.com/watch?v=HRRASV6vNmK>



Resim 6: TARSİM Reklamı

<https://www.youtube.com/watch?v=MrPCN1UFK4A>