

11 8392-IT

**GÖRSEL VE İÇERİK OLARAK
VIDEO KLİP**

**ŞENNUR DEMİRAYAK
(Yüksek Lisans Tezi)**

Eskişehir - 1996

T.C. ANADOLU UNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ,

GÖRSEL VE İÇERİK OLARAK VIDEO KLİP

Şennur DEMİRAYAK
(Yüksek Lisans Tezi)

Danışman: Yrd. Doç. Dr. FERİDUN AKYÜREK

ANADOLU UNİVERSİTESİ
MERKEZ KÜTÜPHANESİ

Eskişehir-1996

ÖZET

İnsanoğlu varoluşundan bu yana, sürekli bir iletişim kurma çabası içindedir. İlk zamanlar mağara duvarlarına çizilen resimlerle anlatılan dış dünya, sanat ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte farklı şekillerde aktarılmaya başlandı.

Endüstrileşme ve teknolojinin gelişmesiyle, toplumsal, ekonomik ve kültürel yapıda da değişimler meydana geldi. İnsanlar farklı görüşler, farklı arayışlar, ve farklı beklentiler içine girdi.

İşte böyle bir ortam içinde evrensel dilini kullanan müzik, hızlı ve doğrudan aktarma yoluyla insanlara bir takım mesajlar vererek, iletişim kurmayı başardı. Çağın iletişim araçlarından biri olan televizyon, müzik için teknolojisini ve dilini kullanarak kendisine bir üslup oluşturmaya çalıştı. Zaman içerisinde müzik artık yalnız dinlenmek için değil, aynı zamanda seyredilmek için yapılmaya başlandı.

Araştırmanın temelini oluşturan, seyirlik müzik olarak ortaya çıkan video kliplerin müzik yapımcıları için ayrı bir önemi vardır. Piyasaya yeni çıkan bir müzik eserinin promosyonunu yapan video klipler, var oldukları kültürel ortamın özelliklerini taşırlar. Video klipler, kendilerini izleyen insanlar üzerinde, günlük yaşama yansıyan davranış biçimleri yaratır. Bu çalışmada "video klip nedir?" sorusuna bir yanıt aranmaya çalışıldı. Bu amaçla, televizyonun bir ürünü olan video klipi görsel ve içeriksel açıdan tanımlamaya yönelik

olarak, televizyonun anlatımına, popüler kùltùre ve çağdaş sanat anlayışına kısaca değinildi.

Çalışmanın ikinci bölümünde, video klibin gelişimi, etkilediği ve etkilendiği alanlara değinilerek, video klibin kendisine yönelik bir görsel anlatım ve içerik araştırması yapıldı. Video klibin Türkiye'deki gelişimi için izlediği yol ve geçtiği aşamalar açıklandı.

Son bölümde ise, araştırma hakkında bir yargıya varılarak, iki video klip görsel ve içerik açısından incelendi ve genel bir sonuç çıkarıldı.

ABSTRACT

Throughout history, mankind has continuously strived to establish communications. Beginning with pictures drawn on the walls of caves to show the exterior world, developments in art and communications technologies have resulted in new and different methods of expression.

Together with industrialization and the development of technology, changes also appeared in social, economic and cultural structures. The development of the consumer society within this framework led mankind towards different goals, different points of view and different expectations.

And it was in this context that music, using its universal language, succeeded in establishing communications by sending its various messages in a fast and direct manner. Television, as a vehicle of communications, worked to establish its own style using its unique technology and language. In time, music began to be produced not only to be listened to but also to be watched.

Video clips, which are the foundation of this study, are music to be watched and began to be of increasing importance to music producers. Video clips promoting musical works newly entering the market express the cultural environment in which they are produced and influence the daily lives of people. In this study, an answer to the question 'what is a video clip' has been investigated. With this goal, video clips which are a product of television are studied from a

visual and content point of view with emphasis on television technology, popular culture and modern concepts of art have been dealt with briefly.

In the second part of this study, video clips are investigated, including their development and areas in which they have been influenced and themselves have had influence, and a study of their visual message and content.

The development of the video clip in Turkey, including the route taken and stages passed, is explained.

In the last part of this study, an evaluation is made of this research study, two video clips are analyzed from a visual and content perspective and a general conclusion is made.

İÇİNDEKİLER

ÖZGEÇMİŞ.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	vi

GİRİŞ.....	1
Amaç.....	2
Önem.....	3
Sınırlılıklar.....	3
Sayıltılar.....	4
Yöntem.....	4
Tanımlar.....	5

I. BÖLÜM

1. TELEVİZYON, POPÜLER KÜLTÜR VE ÇAĞDAS SANAT.....	7
1.1. Televizyon.. ..	7
1.1.1. Kamera.....	8
1.1.2. Kamera Hareketleri.....	10
1.1.3. Çekim Ölçekleri.....	10
1.1.4. Kurgu.....	11
1.1.5. Işık (Aydınlatma).....	13
1.2. Popüler Kültür.....	14
1.3. Modern Teknoloji Ve Sanat Yaratıcılığı.....	18
1.4. Postmodernizm.....	21
1.5. Pop Art.....	25
1.6. Op Art.....	30

II. BÖLÜM

2. VIDEO KLİP.....	32
2.1. Video Klabin Gelişimi.....	32
2.1.1. Televizyon Ve Video Teknolojisinin Gelişmesinin Video Klip Üretimine Katkıları.....	35
2.1.2. Plak Sanayinin Katkıları.....	36
2.1.3. Video Klüp Ve Dergilerin Katkıları.....	37
2.1.4. Video Klabin Ve Sinema İlişkisi.....	38
2.1.5. İngiliz Plak Yapımcılarının Promosyonları..	40
2.2. Video Klip Türleri.....	41
2.3. Video Klipte Dil.....	42
2.4. Video Klipte Öykü.....	46
2.5. Video Klipte Görsellik.....	47
3.5.1. Video Klipte Kamera.....	49
3.5.2. Video Klipte Kurgu.....	53
3.5.3. Video Klipte Görsel Olarak Dikkat Toplama Yöntemleri.....	54
3.5.4 Video Klipte Süreklilik.....	55
3.5.5 Video Klipte Işık.....	57
2.6. Türkiye'de Video Klip.....	58
2.6.1. Türkiye'de İlk Video Klipler.....	61

III. BÖLÜM

3. YARGI.....	64
3.1. Video Klip Çözümlemesi.....	69

3.1.1. Orhan Atasoy'un Gemiler Şarkısının Video	
Klibinin Görsel ve İçerik Çözümlemesi.....	69
3.1.2. Sibel Alaş'ın Adam Şarkısının Video Klibinin	
Görsel ve İçerik Çözümlemesi.....	76
SONUÇ.....	99
KAYNAKÇA.....	101

GİRİŞ

İnsan veroluşundan bu yana sürekli olarak iletişim kurabilme çabası içindedir. İnsan ister ilkel toplumda ister bugünkü çağdaş toplumda bulunsun bir değeri ile anlaşabilmek, iletişim kurabilmek için en azından o topluluğun bildiği, kullandığı ortak bir dile sahip olmak zorundadır.

İnsanın, tarih içindeki gelişimi ile iletişim kurma biçimi arasında sürekli bir paralellik bulunmaktadır. Buna bağlı olarakta iletişimde kullandığı dilde gelişme ve değişme gözlenmektedir. İnsan doğada gerçeği bulunan şeyleri ve insansal duyguları simgelere dönüştürmüş, bunu yaygınlaştırmış ve sürekli olarak ortak bir dile sahip olmaya çalışmıştır. Ortak dile sahip olma yolunda ilerlerken pek çok değişik alanda değişik yöntemler (simgeler) kullanılmaya da özen gösterildi. Konuşma dilinde sesler, yazın dilinde harfler, müzik dilinde notalar kullanıldı.

Yukarıda anlatılanların yanı sıra insanoglu var olan simgeleri farklı biçimde kullanarak çağdaş sanat dillerini de yaratmayı ihmal etmedi. Örneğin sinema dili, televizyon dili, müzik dili gibi.

Kültürel değişmelerle birlikte teknolojideki hızlı gelişme yeni iletişim biçimi olan video klipi yaratmıştır. Bu yeni iletişim biçiminde kendine ait, (daha önce kullanılan dillerden aldığı şeyler ve onlarla ortak kullandığı) dili, anlatım biçimi vardır.

Video klipi güçlendiren en önemli öğelerden biri de hiç kuşkusuz müzik dilini de görselliğiyle beraber kullanmasıdır.

Müzik varoluşundan bu yana evrensel bir nitelik taşımaktadır. Dil, din, ırk ve coğrafi ayırım gözetmeksizin her çeşidi her yerde büyük bir ilgiyle dinlenmekte ve izlenmektedir. Video klip bu evrensel dile her zaman cazip sayılabilecek olan görüntüyü de eklemiştir. Ve kendisine apayrı bir anlatım ve yorum tarzı kazandırmıştır. Müzik dilinin evrenselliğiyle beslenen video klip, pop art'ın görselliğinin etkin yapısını da kullanarak kendisine son derece etkili ve çarpıcı bir dil kazandırma yolunda ilerlemektedir.

Günümüzde evrensel nitelik taşıyan müziğin de önüne geçen görsellik ve bunun sonucu ortaya çıkan video klip önemli bir olgu olarak karşımızdadır. Bu noktadan hareketle çalışmanın sorunu; video klip olgusunun görsel ve içerik açısından ne tür özellikler taşıdığını ortaya koymak "video klip nedir?" sorusuna yanıt aramak olarak saptanmıştır.

AMAÇ

1960'lı yıllarda iletişim teknolojisinin bir ürünü olarak değerlendirilen video teknolojisi, bugün popüler kültürün verilerinden yararlanarak kendi teknolojisine uygun yeni boyutlar kazanmıştır. Bunun en belirgin ürünü olarak da video klip ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmanın amacı; video klipin ne olduğu sorusundan hareketle, televizyonun görsel anlatım özelliklerinin, popüler kültür öğelerinin video kliplere nasıl yansıdığını, bu öğelerin ne şekilde kullanıldığını ortaya koymaktır.

Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranacaktır:

- . Video klipi oluşturan görsel ve içeriksel öğeler nelerdir.
 - . Televizyonun görsel anlatımı video kliplere nasıl yansımıştır?
 - . Popüler kültür özellikleri video kliplere nasıl yansımıştır?
- . Video klip nasıl bir gelişim izlemiştir?
- . Video klipi oluşturan öğeler nelerdir?

ÖNEM

Bu çalışma ile elde edilecek sonuçlar, Türkiye'de seyirlik bir müzik biçiminde olan video klip olgusunun ne olduğuna yanıt vermesi açısından önemli sayılmaktadır.

Araştırmada başvurulan kaynak kişilerin görüşlerinin yansıtılması, bu bilgilerin video klip yapımında çalışan kişilere ışık tutabilmesi açısından da önemli görülmektedir.

Çalışma, video klip konusunda yapılan ilk araştırma olması açısından ve bu konuyla ilgili ileride yapılacak diğer araştırmalara kaynaklık edebilmesi açısından da önemlidir.

SINIRLILIKLAR

Bu araştırma video klip konusunda ulaşılabilen kitap, makale gibi basılı kaynaklar ile bu alanda çalışan kişilerin

yorumu ve araştırmacının gözlemleri ile sınırlıdır.

Araştırma da video klip olgusu görsellik, içerik özellikleri ve popüler kültür bağlamında ele alınarak incelenmiştir. Kliplerin müzik kısmı araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır.

Bu araştırma tez süresi ve ilkeleriyle sınırlıdır.

SAYILTI LAR

Bu çalışmada aşağıdaki sayılıtlar kabul edilmiştir;

- Video kliplerin toplumsal davranış normları üzerinde önemli etkisi vardır.
- Video klipte ön plana çıkan görsellik, müziği içerik ve nitelik açısından etkilemektedir.
- Hızlı gelişimi ile ekonomik bir sektör haline gelen video klipler, beraberinde yeni iş kolları oluşturmuştur.
- Video klipte kullanılan görsel yaratıcılık, izleyenin yaratıcılığını kısıtlamaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışma, yazılı kaynaklara, kaynak kişilere ve gözleme dayalı betimsel türde bir çalışma olup, video kibin ne olduğunun açıklanmasına ilişkindir.

Çalışmada önce yazılı kaynaklara ve kaynak kişilerden

elde edilen bilgilere dayanılarak; televizyonun teknolojik özellikleri, popüler kültür ve çağdaş sanat, video klabin gelişimi, anlatım özelliği ve Türkiye'de video klibe ilişkin bilgiler toplanmıştır. Bu kuramsal bilgiler ışığında seçilen iki video klip görsel ve içerik özellikleri açısından incelenmiş ve sonuca varılmıştır.

TANIMLAR

Çalışma ile yakından ilgili bazı terimlerin tanımlamaları yeri geldikçe yapılmıştır. Ancak metin içerisinde geçen op art, soyut sanat gibi terimlerin tanımlanması bu bölümde yapılmıştır.

Op Art: Hareketli parçaların oluşturduğu titreşimlerin ya da çok kuvvetli renklerin yan yana getirilişindeki optik etkileşimin oluşturduğu çalışmaları kapsayan sanat akımı. Victor Vasarely, Carlos Cruz Diez, Soto Agam, önemli uygulayıcılarıdır.

Soyut Sanat: 1912'lerde Vassily Kandinsky tarafından başlatılan, doğadaki somut biçimleri düşünmeden, yalnızca sanatçının doğuştan getirdiği soyut biçimleri ön plana çıkaran bir akımdır. Soyut sanatta eşya kavramı, sezgi kavramıyla birleştirilir. Bazı sanatçılarda ise doğa, sadece araç olarak kullanılır; soyuta yönelme, biçiminde geliştirilir. Larinou, Molcöitch, Herbin, Hofmann, Nicholson etkinlik gösteren soyut sanat temsilcileridir.

Dada: 1916 - 1922 yılları arasındaki bir grup sanatçının akımdan daha çok, o güne kadar yerleşik kurallara, gele-

nege, ahlaka, sanata bir başkaldırı biçiminde gelişen eylemdir. Dada sanatın kendisini yok sayar.

Pop: Güncel, yaygın, geçerli olan.

Popüler Kültür: Seçkin kültürün altında, folk (halk) kültürünün üstünde, en genel yaşama alışkanlıklarının görsel ve sözel olarak yeniden üretildiği kültür.

Concept: Genel nosyon, anlayış.

Digital: Sayılar, karışık olmayan, compact.

Algılama: Beş duyu tarafından dış dünyadan alınan şeyler.

İmge: Orijinal varlığın yokluğunda, beynin ya da duyu organlarının hissettiği.

Transmisyon: Kablo ya da hava yoluyla yapılan iletişim.

PAL: Phase Alternation Line

NTSC: National Television Standards Committee

SECAM: Sequential Color with Memory

POSTMODERN: Toplumsal birlikle akım ve modalara ayak uyduran modern insan anlayışını aşan durum, modern sonrası olarak tanımlanır.

I BÖLÜM

TELEVİZYON, POPÜLER KÜLTÜR VE ÇAĞDAS SANAT

1.1. Televizyon

Televizyon, kitle iletişim araçları arasında yaygın olarak kullanılan ve çok sayıda izleyici kitlesine hitap eden bir araç olarak günümüzde toplumda yerini korur. Her iletişim aracı gibi, televizyon da, dilini ve yolladığı mesajlarla kendi iletişim biçimini kurmaya çalışır. Televizyon kendine özgü olan bu dili oluştururken kendinden önce varolan sanat formlarının bir çok özelliğinden büyük ölçüde yararlandı ve onlardan farklı, kendine özgü bir iletişim biçimi geliştirmeye başladı.

Günümüz televizyon yapımlarının, özellikle sinema sanayinin geliştiği ülkelerde bir endüstri haline geldiği görülür. Sinema endüstrisi, televizyon yapımlarını da etkilediği için, televizyon 1960'lı yıllara kadar sinemanın kullandığı teknikleri kullanarak, programlar üretmeyi sürdürdü. Televizyon endüstrisinin, bu dönemine "Televizyonda Film Tekniği Çağı" da denilir. Ancak 1970'li yıllarda video kayıt aracının bulunmasıyla, televizyon yapımlarında farklı bir teknoloji kullanılmaya başlandı. Bu yeni teknoloji, televizyon yapımlarına hem zaman hem de ekonomik açıdan bir takım yararlar getirdi. Video teknolojisiyle yapılan bir kayıt, kolaylıkla çoğaltılıp dağıtılabılır. Gittikçe artan kalite ve kullanım kolaylığı video bantların kolay ve ucuz olarak çoğaltılıp da-

ğıtılmasına olanak sağladı. Video kayıt teknolojisi ile tıpkı filmde olduğu gibi, farklı yer ve zamanda olan olaylar kayıt edilir. Bu yeni teknolojinin kullanıldığı döneme ise televizyonda "Video Teyp Çağı" olarak adlandırılır. (Kılıç, 1989, s.137-138) Televizyon teknolojisi görüntünün oluşturulmasından hazırlanan şeyin yayınlanmasına kadar, diğer iletişim araçlarından farklılık taşır.

Televizyon teknolojisi, cisimlerden yansıyan ışık enerjisini optik yollarla elektronik enerjisi haline çevirip, elektronik olarak işleyen, elektromagnetik enerjinin havada iletilmesini sağladıktan sonra elektronik olarak ekrana yansıtıp optik olarak okunmasını sağlayan sistemdir.

Bu sistem içerisinde televizyon ekranına bildiğimiz ve tanıdığımız resimlerin oluşmasını sağlayan bir çok teçhizat kullanılır. Televizyonun anlatım biçimini oluşturan önemli ögeler; kamera, kamera hareketleri, çekim ölçekleri, kurgu ve ışık teknikleridir.

1.1.1 Kamera

Televizyon yapımlarında görüntü kaydeden temel araç kameradır. Kameranın asıl görevi görüntülenecek olan nesne veya olayı, gerçeğe uygun olarak yansıtmaktır. Kamera bu yansıtma görevini yürütürken, bazı iletişim işlevlerini de yerine getirmektedir. Bu işlevler, kameranın konuya bakması, baktığı konunun içine girmesi ve baktığı konu ve nesneyi yeneden yaratmasıdır. (Kafalı, 1993,s.197)

Kameranın konuya bakması, görüntüleyeceği nesne veya konuya sadece iletmesi olarak açıklanabilir. Yani kamera basit bir iletme işlevini yerine getirir. Kameranın bakış noktası değiştiğinde, bakış açısı da değişir ve bu değişim olayın dramatize edilmesini önler. Kamera, göstereceği konunun içine girerek, onun özünü ve detayını, insan gözüyle görülmeyen ayrıntılarını izleyiciye gösterir. Bu şekilde kullanılan kameranın işlevi, izleyiciye varolan gerçeğin dışında birşey göstermemesidir. Konuyu yeniden yaratmada kullanılan kamera, gerçeğinden bambaşka bir nesne veya olay yaratabilir. Ancak yaratılan bu nesne sadece kamera ile değil aydınlatma ve özel efektlerle de değişime uğrar. (Zettl, 1973,s.226)

Kameranın resimleri görselleştirme sürecinde, nesnelere ve olayları farklı bakış açılarından kaydedebilir. Kameranın bakış açısı, çektiği nesne ya da olaylara yeni anlamlar ya da boyutlar yükleyebilir. Kamera görüntüleme işlemi içinde farklı konumda üç açı kullanılabilir. Alt açı, üst açı ve göz seviyesi;

Alt açı: Kameranın normal göz seviyesinin altında konumlandırılmasıdır. Bu şekilde konumlandırılan kamera, konuyu abartılı olarak gösterir, güçlü bir perspektif etkisi yaratır.

Üst açı: Kameranın konuya göz seviyesinin üstünden bakmasıdır. Üst açıyla çekilmiş bir görüntü de estetik ve psikolojik etkiler yaratır.

Göz seviyesi: Göz seviyesine yerleştirilen bir kamerayla yapılan çekimlerde ise görüntüler gerçek yaşamdaki gibi algılanır.

1.1.2. Kamera Hareketleri

Televizyon yapımlarında, görüntü boyutu içinde hareketi oluşturan önemli bir öge de kamera hareketidir. Kamera belirli mekanda hareket ettiği zaman doğal dünyaya ilişkin süreklilik ve gerçeklik izlenimi yaratır. Bu yüzden özellikle film yapımlarında bazı yönetmenler, ekrandaki sürekliliği kamera hareketi ile (kurguya baş vurmada) sağlamaya çalışırlar. Gerçeği daha iyi yakaladığı, gerçek dünyanın sürekliliğini bozmadığı ve olayları doğal akışı içinde verdiği için, görüntüde kamera hareketleri tercih edilen bir yöntem olarak kabul edilir. (Büker, 1985, s.82)

Kameranın yaptığı hareketler,

- Çevrinme (yatay sağa, sola - dikey aşağı, yukarı çevrinme)
- Kaydırma (ileri-geri-sağa-sola)
- Dikey yükselme - Düşey alçalma
- Optik kaydırma, zoom-in, Zoom out'dır. (Millerson, 1982, s.37)

1.1.3. Çekim Ölçekleri

Televizyon ve film yapımlarında görüntüleme aşamasında kullanılan bir başka öge de çekim ölçekleridir. Görüntüleme sürecinde kullanılacak çekim ölçekleri, hem konu hem de görüntü alanına bağlı olarak değişim gösterir. Örneğin geniş bir alanı gösterecek çekim ölçeği ile bir kişiyi gösterecek

Çekim ölçeği farklılık gösterir. Çekim ölçeklerinin kesin bir tanımlamasını yapmak mümkün değildir. Bu nedenle, çekim ölçekleri ancak genel terimlerle açıklanır. Türkiye'de çekim ölçeklerinin ifadesi insana göre yapılır. Türkiye dışındaki ülkelerde çekim ölçekleri ise uzunluk veya uzaklık ifade eden sözcüklerle belirtilir.

- Genel Çekim (Very Long Shot)
- Boy Çekim (Long Shot)
- Diz Çekim (Medium Long Shot)
- Bel Çekim (Mid Shot)
- Göğüs-Omuz Çekim (Medium Close-Up)
- Baş Çekim (Close-Up)
- Çok Yakın Çekim (Big Close-Up)

1.1.4. Kurgu

Görüntülemeyle birlikte ortaya çıkan önemli bir yapıım ögesi kurgudur. Televizyon yapımları izleyiciye sunulurken, öngörülen bir sırayı izleyen çekimlerden yararlanılır. Görüntüyü oluşturan en küçük birim olan çekimlerin ardarda eklenmesi bir olayı veya hikayeyi anlatır.

Kurgu karmaşık bir süreçtir. Ekranda çekimlerin birbiri ardına gelmesi, yani dizilme işlemi Zetli tarafından süreklilik kurgusuyla adlandırılır. (Zetli, 1973, s.296) Süreklilik kurgusuyla birbiri ardına eklenen çekimler, sadece konu ve konunun içindeki hareketi değil, çekimler arasında geçişlerle sağlanan hareketi de gündeme getirir. Süreklilik kurgusu bazı temel görüntüleme kurallarına göre yapılır. Bu kurallar, ek-

randa estetik enerji ögelerini sağlayan geçişlerdi. Bu geçiş yöntemleri; kesme, zincirleme, açılma, kararma, silme ve özel efektlerdir.

Kesme: Kesme ile yapılan geçişler yüksek bir estetik enerjiye sahiptir. Kesme temelde hızlı ve etkili bir geçiş yöntemi olduğu için, izleyici bu geçişi fark edemez. Kesme genellikle hareketin süreklilik gösterdiği durumlarda kullanılır. Kesme;

- Öyküyü geliştirir
- Yapıdaki ritmi ve sürekliliği sağlar
- Dramatik etki ve izleyicide çağrışım yapar
- Görsel anlatımı zenginleştirir
- Yapıdaki zaman ve mekan değişimini sağlar. (Zettl, 1984, s. 330-331)

Zincirleme: Genellikle bir olayın yoğunluğunun verilmesinde kullanılır. Zincirleme, kesmenin tersine daha yumuşak bir geçiş yöntemidir ve görüntüdeki mekan ve zaman değişimini vurgular.

Açılma ve Kararma: Bir sahne veya ayrımın başlangıcını ya da sonucunu belirtmek için kullanılır. Açılma, ekranda görüntünün belirmesi; kararma ise görüntünün giderek kararıp yok olmasıdır.

Silme ve Bindirme: Silme, ikinci görüntünün birinci görüntüyü iterek görülmesidir. Bindirme ise, iki görüntünün aynı anda üst üste ekranda görülmesidir. (Zettl, 1984, s. 131-133)

Özel Efekt: Televizyon yapımlarında kullanılan, çeşitli biçimlerdeki özel efektler geçişlere görsel zenginlik katar;

iletilen mesajın yoğunluğunu arttırır ve mesajı açıklamaya yardımcı olur. (Zettl, 1984, s. 366)

1.1.5. Işık (Aydınlatma)

Aydınlatma, herhangi bir film veya televizyon yapımında kameranın görüntü, nesne veya sahnenin karanlık ve aydınlık noktalarının vurgulanması olarak tanımlanabilir. Bir televizyon veya film yapımında, görüntüdeki nesnenin hacmini ve çevresindeki nesnelere ilişkisini ortaya çıkaran ışık değil, ışığın oluşturduğu öğelerdir. Bu nedenle aydınlatma, elektronik görüntü açısından ışıklı ve gölgeli bölgelerin düzenlenmesi olarak kabul edilir. (Kılıç, 1994, s. 31-33)

Aydınlatma televizyon ekranında hem teknik hem de estetik bir öğe olarak kullanılır. Aydınlatma televizyon yapımlarında bazı dramatik öğeleri de ön plana çıkartılmasını sağlar. Televizyon yapımlarında aydınlatma dramatik amaçlı olarak üç şekilde kullanılır:

- **Nesnel öğe olarak aydınlatma:** Şekil ve boyutların belirlenmesi
- **Öznel öğe olarak aydınlatma:** Gerçeğe uygun olanın veya gerçek dışılığın belirtilmesi
- **Psikolojik durumların belirtilmesi:** (Sarıoğlu, 1976, s. 58)

Temel Işık Tekniği: Işıklandırma tekniği aydınlatılacak objenin çeşidini, sayısına, programın cinsine ve başka faktörlere bağlı olarak değişebilir. Ancak temel olarak dört ayrı ışık kaynağı kullanma şekli vardır. Bu ışık kaynakları

yaptıkları işe göre isim alırlar.

- Ana Işık (Key Light)
- Dolgu Işık (Fill Light)
- Arka Işık (Back Light)
- Fon Işığı (Set Light-Background Light)

Buraya kadar kısaca bahsedilen televizyon teknolojisi, televizyonun kullandığı araçlar ve yöntemler bize video klipi anlamada ve yorumlamada yardımcı olacaktır. Çünkü video klip, televizyon teknolojisini ve dilini kullanır.

1.2. Popüler Kültür

Kültür; bir toplumun yaşama, türünü sürdürme, örgütlerini düzenleme, öğrenilmiş davranış biçimlerini, bilgi, inançlar ve birliklerde oluşan tüm etkinlikleri karşılamak ve gereksinimlerini yerine getirmek için geliştirdiği bir yaşam biçimidir. (Güvenç, 1976,s.203)

İnsanın çevresiyle etkileşim biçimi değiştikçe sorulan sorular aynı kalmakla birlikte, yanıtlar ve yorumlar değişmektedir. Endüstriyel gelişmenin sonucu olarak, makineleşme ve nüfus artışı hızlandı. Artan nüfusun ihtiyaçlarına yanıt verebilecek oranda yapılması gereken üretim; çalışan insanların sayısının artmasını da beraberinde getirdi. Çalışma alanlarının çeşitlilik taşıması, gelirlerde farklılaşmaya neden oldu. Böylece, toplumda yer alan farklı gelir düzeyine sahip bireyler, değişik kültürel yapılanmaları da gündeme getirdi.

Popüler kültür bunlardan biridir. Toplum, tümüyle endüstrileştiğinde, popüler kültür de bir kültür tipi ve toplumsal yaşamın en renkli ve en bireysel konularından biri haline gelmiştir. (Haag, 1964, s.508)

Veysel Batmaz'a göre; endüstrileşme öncesi, aydınlanma çağındaki üretim ilişkilerinin karmaşık bir işleyişe sahip olması Avrupa'da okumuşlar kültürünü ikiye ayırır. Seçkinlerin, az okumuşlar ve çalışan insanların oyalanacakları düzenlemeler, öncelikle eğlence alanında kendini göstermiştir. Bunun sonucu da sanatsal ürünlerin kitlesel bir yapıya kavuşmuş olmasıdır. (Batmaz, 1981, s. 166) Aynı yazara göre, popüler kültür, seçkin kültürlerle, folk kültürünün yapay bir bileşimidir. (Batmaz, 1981, s.175)

Tarihsel olarak, popülerlik olgusu, kentleşme olgusu ile eş anlamlıdır. Kentlerin varolduğu dönemlerden başlayarak, yaygın kültür olarak, folk geleneğinin dışında bir popüler kültür doğar.

Popüler kültür rönesans sonrasında, ele alınır. Daha çok üretim için, insanlar bireysellik gerektirmeyen koşullarda çalışmaya başlarlar. Bu da daha çok kazanç ve boş zamanı gündeme getirir. (Haag 1964, s.513) Popüler kültür ile bağlantı kurulması anlamında boş zaman konusunda Batmaz şunları söylemektedir;

"Boş zamanın artması ve bilginin yeniden egemen olması seçkin bir kültür yaratmıştır. Bu kültürün karşıtı olarak ele alınabilen folk kültürü, hem seçkin kültürden, hem de kendi biçiminden aldığı bazı özellikleri, kentlerde yaşayan çalışanların oyalanmasına olanak sağlayacak biçim-

lere sokmuştur. Kitle halinde üretime geçilmesiyle de bu kültür **Kitle Kültürü** niteliğine bürünmeye başlamıştır."(Batmaz 1981, s.168)

Toplanırsa;

"Popüler kültür, seçkin kültürün altında folk (halk) kültürünün üstünde, en genel yaşama alışkanlıklarının görsel ve sözel olarak yeniden üretilmesini sağlayan bir kitle kültürünü kapsamaktadır." (Batmaz, 1981 s.164)

Popüler kültür, gündelik yaşamın kültürü olup, eğlenceyi de içermektedir. Popüler kültür belirli bir yaşam tarzının ideolojik olarak yeniden üretilmesi için gereken ön koşulları sağlar ve ideolojinin yaygınlaşıp onaylama ortamını yaratır. (Batmaz, 1981 s.163)

Ancak Adorno'nun belirttiği gibi, popüler kültürün kapsadığı alan bu kadarla sınırlı değildir, sanatsal tüm alanlarda geçerlidir.(Adorno, 1964 s.475) Hatta, Haag'ın belirttiği gibi;

"Kültürün değişik bir tipi, popüler kültür, inanç, eylem, düşünce, duyguların ayrı biçimi olarak yaşamın içindedir. Böylece, doğal olarak kitle üretim biçiminde bir gereksinme haline gelir. (Haag, 1964 s.504)

Popüler kültürün bu özellikleri, onun yenilikler konusunda, diğer kültür tiplerinden daha ileride olduğunu da ortaya koyar. (Haag, 1964 s.512)

Popüler kültür 1930 ve 1940 yıllarında politikadan ayrı bir olgu olarak da ele alınır. Nazi iktidarı sırasında ve II.

Dünya Savaşı süresince popüler kültür ve yüksek kültür materyalleri propaganda amacıyla kullanılmıştır. 1942'de Adorno, şöyle yazmaktadır;

"Nazi egemenliği altındaki Avrupa'da dış dünya ile ilişkileri kesilmiş insanlar için; diğer insanlarla olabilecek her türlü iletişim, politik bir anlam taşıyordu. İnsanlara popüler müzik ile oluşan dolaylı uyarı, doğrudan verilen politik mesajdan çok daha etkili olmuştur."

(Meyerson, 1978 s.332)

1960'lı yıllarda, popüler kültür, politikadan tümüyle ayrı bir yapıya kavuşarak toplumsal bir olgu olarak incelenmeye başlanır. Bu tarihlerde, gençlik hareketleri gelişmeye başlayınca pek çok müzisyen bu hareketlerden ilham alır. Bob Dylan, The Beatles, The Rolling Stones, The Grateful Dead gibi...

İzleyicinin seçim kuramı, bireyi yalnız değil, toplum çerçevesinde iletişimde bulunan birim olarak ele alır. Bu kurama göre, grup içindeki birey, popüler kültürü bir sosyalizasyon ögesi olarak üç türlü kullanabilir.

1 - Biçimini alıp, genel bir simge yerine kullanmak,

2 - Görüşleri açıklayabilmek için, popüler kültür konularını ortaklaşa kullanmak,

3 - İlişkilerde söz konusu olabilecek yeni olayları belirtebilmek için popüler kültürün içeriğinden yararlanmak,

Popüler kültürü seçici algı ve seçici sunum başlığı altında ele alan görüşler de dört gruba ayrılır.

1 - Catharsis Kuramı: Bireylerin günlük yaşamdaki sıkıntılarını sanatsal yolla arındırdıklarını ileri sürer. Günümü-

zün sıkıntı ve gerilimlerini, bu yaşam tarzına denk gelen popöler kültür ürünleri arındırmaktadır.

2 - Etki Kuramı: Popöler kültürün, bireyin anti-sosyal tüm duygu ve düşünceleri tahrik ettiğini ve bireyi anti-sosyal bir konuma ittiğini ileri sürer.

3 - Görerek Öğrenme Kuramı: Bireyi, davranışlarını büyük ölçüde, sanatsal bağlamda gözlem yaparak öğrendiğini ve kendine özdeşleştirdiğini, sanatsal kahramanları taklit ettiğini ileri sürer.

4 - Pekiştirme Kuramı: Bireyde toplumsallaşma sürecinde oluşan ve toplumsal sistem aracılığı ile düzenlenen duygu, davranış ve tutumların popöler kültür aracılığı ile pekiştirdiğini söyler. (Batmaz, 1981 s.190)

1.3. Modern Teknoloji ve Sanat Yaratıcılığı

Bugün çağımızın çehresini biçimlendiren endüstridir. Endüstri toplumsal çevreyi, dolayısıyla insan yaşamını, dünya politikasını ve felsefi dünya görüşlerini de etkiler. Böyle bir ortam içinde olan sanatçının, sanatsal çalışmasına da bu faktörün biçim verdiği açıktır. Yüzyılımızın başlangıcında, endüstrinin yapılan icatlarla gelişmesi ve bilim dünyasında atomun parçalanmasıyla, plastik sanatlarda objeyi parçalama eğilimi belirir. **Erich Fromm** bu parçalanma içgüdüsünü şöyle açıklar: "Parçalayarak yok etme içgüdü, yaşanmamış bir hayatın tepkisidir." Bu eğilimi, yüzyılın savaşları, krizleri, sosyal sarsılmaları ve dolayısıyla metaryalizme olan güven-

sizlikle ilgili görmek ortak bir kanıdır. Bu yüzyılda endüstri, insanı iç huzursuzluklara iten ve hatta kişiliğini tehdit eden önemli bir etkidir. Bugün endüstri, bir yandan çağımız toplumunun kurtarıcısı olarak görülürken, diğer yandan onu ümitsiz yarınlara sürükleyen bir olgudur da. Kentleri kendi gereksinimlerine göre biçimlendiren endüstri insanı ise otomat olarak kabullenir. Bu otomatik düzenin ürünü de, kişilikten yoksundur.

Böylece sanatçı, metaryalizmin sebep olduğu endişelere ve huzursuzluklara tepki gösterir ve objeyi ilk önce resminde parçalayıp yok eder. Bu ortamda sanatçı için iki yol vardır; ya ortamı terkedip organizmasının gerektirdiği, bozulmamış doğa içinde yaşayacak ve yapıtını verecek, ya da bu ortamın rahatsız edici etkenlerine karşı yeni bir tepki yaratacak...

Endüstrinin ortaya koyduğu ürünler, bütün değerleri değiştirir ve değerli şeyleri ucuzlatır. Bu yüzden endüstrisi gelişmiş ülkelerde, kişiliği olan orijinal eserlere ve el işine özlem, ortak bir eğilimdir. Endüstri eşyası ne kadar parlak, düzgün, kaygan ise sanatçının eseri o oranda ilkel, kaba ve insan elinin izlerine sahiptir. Bu karşıtlık, sanatçının makine imalatına ilk tepkisidir. Ayrıca kent hayatı ne kadar karışık, yorucu ve gürültülü ise, mimar yaptığı evi o kadar detaysız sade ve huzur verici inşa etmektedir. Dekoratör ise; iç dekorasyonu kent hayatının insanı üzen, kafa patlatan gürültülü mücadelesini unutturacak, huzur verici sade möblelerle döşemektedir. Bunun yanında kent ve endüstri gürültüsünden kaçan insanlar, yaz aylarında en ilkel biçimde yaşamakta ve hatta uygarlığın bütün avantajlarından uzaklaşmak istemektedirler. Bugün uygarlığı artık fazla yorucu ve

insanın yapısına aykırı bulan geniş bir kitle vardır. Ve endüstri hayatının yarattığı disiplinli otomatlığın sonunda, caz büyük bir çılgınlığın uyanmasına yetmektedir. Hiç bir çağda bir zevkin bu kadar çabuk, ortak bir zevk haline geldiği; ayrıca ortak bir zevkin bu kadar çabuk itibarının yitirdiği başka hiçbir çağda görülmemiştir. (Turani, 1983, s. 480)

İşte bugünün sanatçısı çalışmalarını sürdürdüğü o kendi dünyasında yaşamak ister. Bu dünya, sanatçıların objeyi tüm olarak terketmeleriyle, kendi iç dünyalarına uygun bir biçim ve renk dünyası bulmalarıyla mümkün olmuştur. Bu renk ve formu onlar tamamen çalışma sırasında bulmuş ve benimsemişlerdir. Ve sentezi sağlayan sezgi de çalışma ortamında oluşmaktadır.

Teknoloji çağının modern sanatı, yüzyıllar boyunca edinilmiş olan görüş alışkanlıklarının tersine bir anlayıştır. Bu gün genel olarak doğa motifi terk edilmiştir. Hatta sanatçı ilk öğeleri doğadan alsa bile, bu öğeleri yavaş yavaş atmata, sonunda ya pek az ya da hiçbir şey bırakmamaktadır. Sanatçının değerlendirdiği öğeler, daha önceleri hiçbir yerde görülmeyen ve çalışma sırasında doğan yeni görüşleridir. Yeni öğeler bazen kimi hücrelere, mikroskobik şeylere, derinliği olan uzay görüşlerine benzemektedir. Ancak sanatçı çalışırken aklına (özellikle soyut çalışmalarda), doğa ile ilgili hiçbir motifin gelmediğine inanılmamaktadır.

Turani'ye göre, yüzyılın başından bu yana mucizevi icatlar ve endüstri, insanlığı yeniden bilinmeyen yarınlara sürüklemeye başlar. Yeni uzay sorunu ile, toplumları ne gibi

tehlikelere götüreceği bilinmeyen icatlar serisi, insanları şaşırtmaktadır.

Insanı yeniden kaygılara sürükleyen bu bilinmeyenler, sanatta ikinci bir soyut anlatıma neden olur. Bu bilinmeyenlerin ne zaman bilinir olacağı, kestirilemediğinden sanattaki soyut anlatım, bu bilinmeyenler devam ettikçe ilgi görmektedir. (Turani, 1993, s. 483)

1.4. Postmodernizm

Yirminci yüzyıl insanı dünya yaşamında uzunca bir yol aldı. Birçok deneyim geçirdi, bilimsel olanakların nasıl kullanıldığında ne sonuçlar vereceğini keşfetti. Değişik zevkleri tadararak beğendi ya da reddetti. Makine ile işlemenin getirdiği önü alınmaz ivme ile, yaratıcılığının boyutlarını katladı. Üretimin, buluşların çoğullanmış bir zevkin, yaşam için yeterli olmadığı kanısına vardı. Ve çok seçenekliliği, değişik fikirlere açık olmayı, maddi bolluğu, çeşitliliği, kısaca çoğulculuğu bir insanlık hakkı olarak gördü. Zaten yirminci yüzyılda ortaya çıkan seçenekler ve olabirlilikler herhangi bir şeyi doğrudan kabullenmeye yarayan kesinkesliği zayıflatmış, şüpheciligi ve diyalektigi ilerletmiştir. Fizik gibi kendisinden somut açıklamalar beklenen bir bilim bile, insanı şaşırtan bir soyutluluğa ulaşmıştır. Evrende yeni bulunan galaksilerin boyutları, karadelik kavramı alışlagelen düşünce tarzını zorlar.

Kültürler arası sınırlar da, McLuhan'ın önceden gördüğü gibi iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla netliğini kaybe-

der. Doğal olarak, böylesine karmaşıklaşmış kavram, algı ve zevk varlığı arasında, birbirine zıt düşünce ve duygular, çelişkili fikirler, aykırı zevkler de yer alır. İşte bu üst-üste binmiş uyarlı ve uyarsız uyarılar, düz ve ters algılar, hem doğru hem yanlış görüşler, inançlar, insanı zaman zaman ikilemesürükler ve hatta ne olduğu belirsiz bir kimlikle ortaya çıkarır. Toplumsal birlikle akım ve modalara ayak uyduran modern insanın anlayışını bile aşan bu durum, artık postmodern (modern sonrası) durum olarak adlandırılır. (Güleryüz, 1990, s. 39)

Modern sonrası iş ve eserlere bakıldığında hiç de yabancı olunmayan bir gerçekle karşılaşılır. Hiçbir şey yeni keşif değildir. Kullanılan malzeme ve yöntemler, içeriği oluşturan konular, elde edilen duyum ve tat eski çağlarda, hiç değilse yirminci yüzyıl başında, modern çağda, bir şekilde görülmüş ya da denenmiştir. Yalnız bunların kullanım amacı ve düzeni değişmiş, artan birleşimler ve yeni kavramlar ortaya çıkmıştır. Postmodern anlayışın bir metamorfoz gibi oluşmasında iletişim araçlarının ve teknolojinin hergün yeni bir imkan getirmesinin rolü büyüktür. Sanat ve edebiyat ise, insanları içine alıp şekillendiren modalar ve akımlar getirmek yerine bir durum gösterme, çeşitli yaşam biçimlerini, tat ve anlayışlarını iletme işlevini üstlenmiştir. Bunun için de sanat ve edebiyat postmodern çağın niteliklerini somut örnekler içinde gösterip betimlemeye çalışır. (Güleryüz, 1990, s. 40)

Son yıllarda, sanat eserinin ve sanatın ne olduğu sorunu yeniden ortaya çıkar. Buna modern çağla postmodern yıllar arasında köprü oluşturan "Dada" ve "Pop-art" akımları neden

olur. Bu akımlar alışılâgelen olumlu değerler yerine olumsuz değerleri, uyum yerine uyumsuzluğu, sanat adına yapılmış eser yerine adi eşyayı, anlık değişimi, hatta halkın tavır ve davranışlarını da sanata sokmayı başarır. Sonuğta, sanatı "halk sanatı", "yüksek sanat", "entel sanat" gibi terimler altında inceleme gereksinimi duyan gruplar ortaya çıkar.

Postmodern anlayışta "anlamsızlık" (absurd) kavramıyla ortaya çıkan varlık-yokluk ikilemi ortaya konulur. İnsanları bu tür ikileme hatta belirsizliğe gütüren filmler de vardır. Luis Bunuel'in "Gündüz Güzeli" (1966) adlı filmi hernekadar modern çağda kalıyorsa da metinde verilen fantezi gerçek ikilemin gücü ile postmodern anlayışın öncüsü olarak kabul edilebilir.

Başka kùltürlerin özelliklerine özenmek, yalnız sanatçı ve sanat yapımcıları arasında değil, postmodern çağda ortalama insanların da eğilimidir. Bu gerçek Avupa'da büyük değişikliklere neden olur. Tekil politikalar, insanlardaki başka ve farklı kavramlarına olan meraklarıyla başaıkamamaktadır. Tek partinin, tek sistemin, tek hayat tarzının, tek lisanın, tek inancın hatta tek kimlik, postmodern insanın beslenmesine yetmemektedir. Çokluęun ve çoğulculuğun getireceği sorunlar ne kadar büyük ve baskın olursa olsun başka olana hak tanıma, hatta başka olanı kimlik kaybına neden olsa da benimseme, postmodern sevgisinin ve cesaretin gereğidir. (Güleryüz, 1990, s. 47)

Postmodern eserlerde varlığını duyuran bir diğer duygu da melonkolidir. Zaman zaman nostaljiyle birleşen bu duygu, çağın kalabalığı ile anlamlı ilişkilerden yalıtılmış insanın acıklı yalnızlığını dile getirir. Bunu ortaya koyan en iyi

örnekler arabesk müziktedir. Arabesk, arabi ve türki tarzların özellikle müzikte çakışarak oluşturduğu bir zevk çeşididir. Melankoli ve acı, ayrıca zevk ikilemiyle postmodern dünyanın çoğulcu cennetinde kendine yer bulur. Arabesk müziğin kültürel çerçevesi Ortadoğu'nun kendine özgü yanık coşkusunu ile inlemeyi andırır teması etrafında çizilmiştir. Bu nedenle müziğin işlediği metinler ümit ve mutluluk anlatan sözlerden kurulmuş olsa bile nostalji, melankoli ve şikayet atmosferinin dışına çıkmaz.

Arabesk zevkin, postmodern çağda güç kazanması Hristiyan dünyasının baskın gelişmişliğine bir protesto anlamı da taşıyabilir. Yüzyıllarca ikinci derece hatta üçüncü derece (dünya) kültürleri olarak gözardı edilen Ortadoğu, bir tür İslam anlayış ve politikası ile varlığını ortaya koymaya çalışır. İnsanın içte saklanan, genellikle gözardı edilme kırgınlığı, giderek kızgın harplerle, öfkeyle boşatılmaya çalışılır; ama gene de utanma, çekinme, kapanma ve örtünme duyguları yaşamda egemenliğini kurar. Bundan dolayı bir yanda doğal olarak özlenen ferahlık ve açıklık, diğer yanda tutmaya ve saklamaya itaat, arabesk zevkin ikilemi, yanık ve gizemli bir tarz olarak ortaya çıkmasını sağlar.

Böyle kültürlerle özgü niteliklerin birleştirilip veri ve eserlerde kullanılması, postmodern anlayışın en geçerli özelliklerinden biridir. Artık müzik aleti türü de kısıtlı değildir. Her türlü müzik aleti denenip kullanılır. Bu diğer sanat faaliyetleri için de böyledir. Daryl Chin, bir makalede "başkalık" kavramının postmodern anlayıştaki geçerliliğine değinir ve kültürler arası çoğulculuk ile alternatif pers-

pektiflerin ifadeye girdiğini anlatır. Bu durumun sanatın diğer alanlarında da sanatçılar tarafından benimsenen bir meslek yordamı olduğunu da vurgular.

Böylesine çok boyutun kavranabilmesi, postmodern insanın kimliğinin de karmaşaya ulaşmasına neden olur. Avrupa ve Amerika'da aşırı bir cesaretle yaşanan eşcinsellik, kadının erkekle eşitliği kavramları giderek cinsellikte ikilemin ve belirsizliğin oluşmasına yol açar. Özellikle gösteri ve müzik dünyasında Modern Talking grubu üyeleri ya da Michael Jackson gibi popüler yıldızlar, dişi-erkek ikilemini kendi kimlikleri ile yaşayıp vurgularlar.

1.5. Pop Art

1960'larda "Pop" denilen bir müzik türü kitleleri kendine bağlar. Tüm dikkatleri isterik bir tutkuyla üstüne çeker. Bu hareket Amerika ve İngiltere'de aynı zamanda, ancak birbirinden bağımsız olarak ortaya çıkar. Londra'da "Pop" sanat akımı, Pop Art'ın yüzeye çıkıp adım atmasından yıllar önce, kitle iletişim araçlarının keşfedilmesi ile bu akımın hareketi için gerekli entellektüel ortam hazırды. (E.H. Gombrich 482)

"Pop" sözcüğü, sanat etkinliklerinde geniş bir alanı kapsar. Bu sayısız etkinliklerin paylaştıkları ortak özelliklerden biri, kitle iletişim imgelerine dayanmaları ve bazen de kitle iletişim araçlarının yaratma sürecinden geçmeleridir. Bu yeni akım için başka pek çok isim önerilmiştir. Kitle iletişim araçları (televizyon, radyo, gazete, dergi v.b.)

başka bir sanat akımında görülmemiş bir katılımla "Pop Art" adlı bu hareketin gelişmesine destek olurlar. Çünkü Pop Art biraz savaştıcı olduğu kadar, eğlendiricidir de. Ayrıca Pop Art'ın ortaya çıkmasında kitle iletişim araçlarının önemli bir yeri vardır. Pop Art akımı ile pop müzik, pop şarkıcıları ve toplulukları arasında varolan ilişkiden sözedilir. Pop müzik bir çok kişiyi şaşırtarak 1960'larda dünya çapında olağanüstü ilgi uyandırır ve büyük bir başarı kazanır. İngiltere'de yapılan ilk pop resimlerinden bazıları, yukarıdaki yorumu doğrular niteliktedir. Bu resimler film oyuncularını, pop yıldızları ve diğer popüler kişilere aittir. Ressamları, kitle iletişim araçlarının verdiği zevklere düşkündür. Ayrıca çoğu yirmi yaşlarında olan gençlerle bir anlamda uzlaştıkları görünür. Pop sanatçıları ise bilerek karışık bir üslup kullanmaktadırlar. Pop sanatçıları uluslararası bir yaklaşım içinde geleneksel halk sanatını ile para makinelerini ve resim dergilerini, kısaca yeni bir halk sanatını birbirine kaynaştırmakta ve bunların tümünü usta bir fırça kullanımıyla da birleştirmektedir. Sanatçılar İngiltere'de, sanat aracılığıyla bir takım mesajların verilebileceğini savunan büyük geleneği yeniden benimserler. Ayrıca sanatla anlatı, hatta polemik arasında bile ilişki kurulabileceğini kanıtlamaya çalışırlar. (Lyton, 1982, s.297-298)

İngilizler bu harekete ateşli bir coşkuyla katıldılar. Modernleşmeye duyulan korku ve görsel sanatlara olan genel güvensizlik geçici olarak bir yana bırakıldı. Geniş halk kitleleri bu sanat akımının canlılığını ve anlaşılabilirliğini fark etti. Pop Art'ın verdiği tat ve yarattığı etkilerle

İngiltere'de o sıralarda revaçta olan uluslararası üne sahip moda ve pop yıldızları arasındaki ilişkiyi anladı. İngiliz eleştirmenler bu yeni çıkan harekete karşıt akımlar savunmaya pek gerek görmediler. İngiltere'nin kitle iletişim araçlarında Pop Art'a alışılmadık bir ilgi uyandı.

Amerika'da ise, Pop Art'ın ortaya çıktığı ilk dönemlerde ciddi sanat savunuldu. Bununla beraber genç eleştirmenlerden bazıları, üzerinde daha kolaylıkla tartışılabilen bu sanatın ortaya çıkışını sevinçle karşıladı. Ancak bazı eleştirmenler görsel sanatlarla ticari sanatların bu biçimde kaynaştırılmasını, kapitalist dürtülerin ve kapitalist tavrın satılığa çıkarılması olarak nitelendirdi.

İngiliz sanatçılar kitle iletişim araçlarının imgelerine, Amerika'lı meslektaşlarına göre daha romantik bir coşkuyla karşılık bulmuşlardır. II. Dünya Savaşı sırasında yaşanan sıkıntıların anıları hala taze olan Avrupa ülkelerinde, Amerika'ya özgü geniş imgeler dizisinin özel bir çekiciliği vardır. Amerika'lı sanatçılar içinse parlak tüketim dünyası belli belirsiz bir çekiciliğe sahiptir. Bu imgelerin çoğunda, çocuklarda görülen iştahı, ve yetişkinlerin serüvenlerini akla getirir. Ulusal boyutlara ulaşan açgözlük ve toplumsal körlüğe dikkat çekilir. Amerikan pop sanatı başlangıçta sanata ve topluma İngiltere'de olduğundan çok daha fazla meydan okumuş ama aynı zamanda Pop Art'ı daha hızlı özümsemiştir. Amerika'da 1960'larda ortaya çıkan Pop sanatçıları, 1970'lerin sonunda da hala Pop sanatçıları olarak varlıklarını sürdürdüler.

Amerikan Pop sanatının etkinlik alanı, İngiltere'ye oranla daha genişti. Sanatçılar, kitle iletişim araçlarındaki

(televizyon, radyo, gazete ve dergiler) imgelerin uyandırdığı çekiciliği, en belirgin yoldan yapıtlarında kullandılar. Resimli degilerin görsel dilini, konularını, tekniklerini her yerde karşımıza çıkan ve ısrarla yinelenen özelliklerini ve reklamcılığı da ele aldılar. Seçilen temalar arasında film yıldızları (Marliyn Monroe, Elvis Presley, Elizabeth Taylor) gibi ünlüler; kamu oyunun iyi bildiği başka kişiler, suçlular, elektrikli şandalye ve otomobil kazaları gibi ürpertici, inekler ve çiçekler gibi zararsız konular sıralanabilir. Kitlelerin ürettiği bu tür imgelerin tekrar tekrar yenilenmesi ile ilgi çekici sonuçlar elde edilir. Duruma göre bu imgele-re olduklarından daha bayağı, daha çekici ya da daha korkunç nitelikler kazandırılır. Öte yandan insanların hergün gözler önünde öldürülmesi ya da tanınmış kişilerin birtakım çıkar-lar uğruna sömürülmeleri kolayca kabullenilir. Nitekim Marilyn Monroe'nun 1962'de intihar etmesi, kitle iletişim araçlarında geniş reklam kampanyalarına sebep olur; Başkan Kennedy'nin 1963'de suikasta uğramasından sonra eşi Jackie Kennedy'nin birçok resmi basılır, siyahlar içindeki fotoğrafları tekrar tekrar yayınlanır. (Lynton, 1982, s.301 -302)

Günümüzde tüketici toplum, tek bir ulusun sınırlarını aşip nasıl uluslararası bir boyuta eriştiyse, buna paralel olarak Pop Art'da uluslararası bir nitelik kazanır. Pop, bir üslup değildir; gerçekte konu olarak ele alınacak bir alan da değildir. Ele alınan konunun önemini, seyircinin tepkisi belirlemede, konunun önemi bu akımla bir kez daha canlanmaktadır. Hepsinden önemlisi Pop Art, iletişim biçimlerini keşfetme, onlara eleştirel bir biçimle bakabilme amacıyla yapılan

bir çağrıdır. Günlük yaşamın olgularından yararlanarak, iletişim ortamının batılı gözler için çekici kılınmaya çalışıldığı görülür. Bunun en hızlı sanatsal sonucu, figürasyonun öncü (avant-garde) çevrelerde yeniden normal karşılanır hale gelmesidir. Pop Art'ın büyük bir bölümü gerçekliğin çeşitli yönlerini az veya çok doğrudan betimleyişiyle ilgilenir. Kitle iletişim araçlarında da kullanılan sözcükler ve imgeler, gerçek dünyanın bir parçasıdır. Ayrıca bu gerçeklik beraberinde, eleştirel bir bakış açısı olan naturalizmi (doğacılık) getirmiştir.

Ed Kienholz'un **Portatif Savaş Anıtı** adlı yapıtı, üç boyutlu ve aşırı bir doğacılıkla gerçek üstücü sahne düzenlemesini birleştirerek yapılmıştır. Uluslararası pek çok yapıta örnek olmuştur. Kore savaşını gösteren bir fotoğraftan alınan zafer kazanmış erkekler grubu, her caddede rastlanılabilecek sıradan bir gazinoyla yanyana yerleştirilmiştir. Bir Coca-Cola makinası, adeta seyirciyi önlerine serilmiş bu tablonun bir parçası olmaya çağırmaktadır. Bir yandan da solda kutu biçiminde bir kadından, katlanması güç bir bencilliği dile getiren **"Tanrı Amerika'yı Korusun"** ezgisi yayılmaktadır. Pop akımı, insanların kafasında yalnızca reklam tekniğine görsel düzeyde bir yaklaşım değil, sanatın doğası hakkında da sorular uyan-dırır. (Lynton, 1982, s.308)

Pop Art'ın sanata yaklaşımı, çeşitlilik içermektedir. Rengin, biçimin, boyutların ve öteki öğelerin etkili bir biçimde kullanılması, izleyiciye belli mesajlar (bildiriler) iletmek zorunda olan reklamcının büyük ölçüde ilgisini çeker.

Pop Art beraberinde değişik yorumlar getirir. Bu da farklı sanat dallarında farklı biçimlerde ortaya çıkar. Mo-

dern sanat, çok çeşitlilik göstermekle beraber sürekliliğini hala korur. Yaşanan dünyada olup bitenlerin bilincinde olmak, kültürel yaşamı politik bilinçle kaynaştırmaya önem vermek, 1960'lı ve sonrası yılların özelliği olmuştur.

1.6 Op Art

Kitle iletişim araçlarına yüklenen bir takım görevler sanatın görsel temelleri üzerinde yepyeni keşiflerin yapılmasına yol açar. Bu keşifler Op Art'a kadar uzanır. Görsel olayların bilimsel olarak sınınanmasına dayanan Op Art'ın ünü kısa sürer. "Op" sözcüğü optik sözcüğünün kısaltılmışıdır. Op Art, seyircide fizyolojik anlamda görsel tepkiler uyandırmaktır. İletişimin gerçekleşmesi için gözdeki retina tabakasının uyarılması başlıca ve genellikle tek yoldur.

Buradan da anlaşılacağı gibi pek çok op art yapıtı ister hareketli ister sabit olsun, ister sık kullanılsın ister kullanılsın, iki ya da üç boyutlu nesnelere aracılığıyla gözün uyarılışına ilişkin, akılcı uyarılar olmuştur. Ancak bu tür nesnelere olan ilgi kısa ömürlü olmuştur. (Lynton, 1982, s. 311)

Op Art 1969'dan sonra Amerikan sergilerinde tutarlı bir hareket olarak ortaya çıkan ve ilk bakışta pop art'tan başka bir dünya sunan yeni bir eğilime destek olmuştur. İmge ve yöntem açısından fotoğrafa bağımlı olmakla birlikte op art "Fotograf-Gerçekliği" adlı yeni bir resim hareketi ile birleşmiştir. (Lynton, 1982, s. 312)

Popüler kültür ve Pop Art genelde bir başkaldırı sayılabilir. Varolan toplumsal düzene, tepki sonucu ortaya çıkan olgulardır. Ünsal Öskay'a göre "Popüler, geçmişte de vardı bugün de vardır. Ama, nedenleri ve işleyiş biçimi, tarihin eski dönemlerinden epeyce farklılaşmıştır. İçindeki ileriye yönelik umutları ve beklentileri bir açıdan her zamandakinden daha canlı; bir açıdan ise, bu umut ve beklentileri ekonomik düzeyinin etkinlikle işleyişi devam ettiği sürece varolan toplumsal sistem tarafından kuşatılmıştır." (Öskay, 1983, s. 163) Kimi zaman bu olguları, kitle iletişim araçları kullanmış; kimi zaman da kitle iletişim araçları onları kitlelere yansıtmak amacıyla kendi içlerine almıştır. Buna örnek olarak Eddy Grant'ın "Gimme Hope Jo'hanna" klipi verilebilir. Bu klip politik bir içerik taşır. Şarkı, Güney Afrika Cumhuriyeti'ndeki ırkçı düzene karşı, zencilerden yana bir ideolojiye sahiptir. Şarkının sözlerinde Afrika inanışında efsane haline gelecek tanrıçalaşan Azize Jo'anna'ya (Johanna) seslenilir. Güney Afrika'da beyaz insanın insanca yaşaması, klanların "Black Soweto" gibi gettolarda korku içinde boyun eğmeye zorlanmalarına karşı çıkarak, bu baskının birgün biteceğine inanmak istediğini dile getirilir.

Popüler kültür ve Pop Art ilk yansımalarını müzikle vermişlerdir. Daha önce de değinildiği gibi, kitle iletişim araçları Pop Art için gerekli olan ortamı hazırlamışlardır. Popüler kültürün bir ürünü sayılan Pop Art, teknoloji yoluyla televizyona girerek müziğe görsel bir boyut getirdi. Televizyonun anlatım özelliği de, pop müziği, video kliplere kadar getirdi.

II. BÖLÜM

2. VIDEO KLİP

2.1. Video Klipin Gelişimi

Teknolojideki hızlı gelişme diğer alanlardaki değişimi de hızlandırdı. Özellikle iletişim teknolojisindeki gelişmeler, bilgisayarın televizyon ve video teknolojisine girmesine neden oldu. Bu da televizyonda ve videoda yeni program türlerinin oluşmasını beraberinde getirdi. Özellikle videonun sunduğu teknik olanaklardan fazlasıyla yararlanarak hazırlanan program türleri ortaya çıkardı.

Popüler müziğin videoda etkinlik kazanmasının en büyük nedeni ticari olduğu kadar, teknolojik gelişmelerdir. Popüler müzik, teknolojik her türlü yeniliği deneme fırsatını, özellikle "Video klipler" de buldu. Video klipler, birinci bölümde açıklanan toplumsal, ekonomik ve demografik ortamdan etkilenerek oluşup teknolojik gelişmeyle biçim buldu.

Müzik videoları, binbir renk ve görüntünün sesle yoğrulduğu, planların durmaksızın değiştiği, havai fişek edalı kısa filmciklerdir. İnsanın video kliplerin çekiciliğine kapılması olanaksızdır. Ardı ardına hızla akan görüntüler, birbirinden güzel resimler, daha bir planın üzerinde düşünmeden, ne olduğunu anlamadan gelen bir diğeri... Hepsi de çarpıcı ve uyuşturucu... Amaç, resmin o anda beğenilmesi ve diğeri gelince unutulmasıdır. Her şey retinaya yöneliktir. Belleklerde neyin kaldığı önemli değildir.

İletişim teknolojisindeki gelişmelere koşut olarak özellikle yüzyılımızda, kitle iletişim araçlarıyla aktarılan iletilerin üretim hızı arttığı gibi, tüketici sayısı da hızla artmakta. Video klip videonun ve düşünsel yaratının sunduğu tüm olanaklardan faydalanarak ortaya çıkan yeni bir program türüdür.

80'lerin başında her yerde video-müzikal patlamasına tanık olunur. ABD'de 18 milyon abonesi ve yılda 10 milyon dolarlık cirosu olan televizyon istasyonu "Müzik Tele Vizyon" 24 saat sürekli müzik yayınlamaya başladı.

Video klip dünyayı kaplamakta, yirmidört saat bunları yayınlayan televizyon istasyonlarının sayıları artmakta, büyük ekranlı video kahveler, video-sinemalar, video-diskotekler mantar biter gibi her yerde çoğalmaktadır. Video klip uykusuz gecelerin tek dostu olmakta, sabahın erken saatlerinden başlayarak insanları küçük ekrana tutsak etmektedir. Hatta okullarda sıraların altında gizlice taşınabilir televizyonlarda video klip'ler seyredilmektedir. Toplum bilimciler ve siyasetçiler, 1990'lara doğru "video klip kuşaklarını" karşılamak için şimdiden hazırlıklara başlamışlardır. (Evren, 1985, s. 17)

Televizyonlarda **Non-stop Müzik** yayını artık dünya yaşamının ayrılmaz bir parçası durumundadır. Sürekli video klip yayınlayan televizyon kanallarında klipler, genellikle **hit-parade** için yarışan müzik parçaları, çoğunlukla şarkının sözlerinden oldukça farklı, fantastik ve düşlerdeki gibi görüntülerle anlatılmaktadır. Video klipler önceleri televizyon yayınında meydana gelen boşluğu doldurmak için program arala-

rında ya da arıza durumlarında kullanılırken, bu gün önemli bir endüstriye dönüştü. Örneğin; Micheal Jackson 1983 yılının en çok satan uzun çaları "Thriller" için yapılan 14 dakikalık video klipi için rekor bir para (40 milyon dolar) harcadı. Televizyon ekranlarına yansıyan, her karesi ayrı ayrı düşünülmüş, hesaplanmış bir video klip yapmak, plak yapımcılarına, sanatçının kendisini dünyanın her yerine göndermekten, basın toplantısı yapmaktan, yerel televizyonlarda programlar ayarlamaktan daha az rizikolu gelmektedir. Bu tür video müzikalleri hazırlamak için dünyanın dört bir yanından yapımcılar ve yönetmenler kolları sıvadılar. Bugün belli bir ekolleşmeden bile söz edilebilir. Video klip çalışmasının başını İngilizler, daha doğrusu Londra'lılar çekti. Londra, video müziğin "video klip" lerin tam anlamıyla Avrupa'da merkezi durumdadır. (Karacan) Fakat Amerikalı yapımcılar İngilizleri aşarak video klipte harcamaları hesaba katmadan, sadece gösterişli koreografiye ağırlık verdikleri klipler ürettiler.

Daha çok ABD'de ve İngiltere'de patlak veren ve video çalgınlığı da denen bu salgın kimilerine Beatles'ın altın dönemlerini çağrıştırmaktadır. Liverpool'un bu harika çocuklarının her yeni çıkan plağı kısa sürede birkaç milyon birden satmıştır.

Bugün bir video klip'in yayınlanması ait olduğu şarkının bütün dünyada bir anda tepeye fırlamasına ve olağanüstü satışlara ulaşmasına neden olmaktadır.

Şarkıcılar ise video starlığa oynamakta, yönetmenlerini de kendileri seçmektedir. Çekilecek video kliplerin yaratıcılık çalışmalarına katılmaktadırlar. En çarpıcı örnek, Michael Jackson'un uzun çalarından verilmektedir. Alışılmış yollardan

yapılan tanıtım sonucunda plak iki milyon satabilmişkeni, "Billie Jane" ve "Beat It" promaları çıktıktan sonra bu rakam on milyona yükselmiştir. Bu rakam "Thriller" kliplerinden sonra ise başdöndürücü bir hızla otuzmilyona varmıştır.

Ayrıca video klipler önemli yönetmenlerin imzalarını da taşımaktadır. İtalyan film yönetmeni Fellini'nin de ünlü şarkıcı Boy George için video klip hazırlaması bu alandaki ilginç gelişmelerdendir. (Evren)

2.1.1. Televizyon Ve Video Teknolojisinin Gelişmesinin Video Klip Üretimine Katkıları

Teknolojik gelişmeler sonucu; önce sinema doğdu, sonra televizyon, şimdi yeni bir olguyla karşı karşıyayız. Video teknolojisi, yalnızca görüntü ve ses kaydı taşıma ve depolamadaki bir yenilik olarak, kabul edilebilir.

Video teknolojisi iki boyutludur. Birinci boyut kayıt aşamasına ilişkindir, ikincisi ise depolamaya. Bu çalışmayı ilgilendiren daha çok kayıt boyutudur. Videoda, sinema filmine oranla bir üstünlük bulunur. O da, özel efektlerin bilgisayar aracılığıyla yapılabilmesindeki kolaylıktır. Gerçek dünyada olmayan imgeler bilgisayar eşliğinde üretilir ve anlatıya sokulabilir. Film ile bilgisayar imgelerinin kaynaştığı bu yeni ürünün en uç örneklerinin izlenebildiği ortam ise televizyondur.

2.1.2. Plak Sanayi'nin Katkıları

Müzik videoları, aslında birer reklam filmidir. Müzik endüstrisince piyasaya sürülen plakların içerdikleri parçaları tanıtmayı amaçlar. İstenilen o ki, izleyici müzik videoyu gördükten sonra gidip plağın kendisini satın alsın. Ama Türk tüketicisinin böyle bir olanağı yoktur. O yüzden bizler müzik videolarına reklam gözüyle bakmıyoruz. Elbette bir kısım genç için müzik videoları "beğeni ithali" nde başvurulan ana prospektüs niteliğindedir. Ama büyük çoğunluk videoları birer eğlence parçacığı niyetinde izler.

Ancak başlangıçta plakların tanıtımını yapma hedefi ile sınırlı olan bu yeni tür, giderek batıda plağın kendisinin de önüne geçmeye başladı. Bu da kimi plak satıcılarının tepkilerine yol açtı. Onlar bunu dinlenecek müziğe yönelmiş bir tehlike olarak değerlendirip, video klipleri satmayı reddettiler. Ama zaman onları yanılttı. Bu gün artık video kaseti olmayan şarkı yok gibi. Plak tanıtım amacıyla üretilen ve televizyon programlarının içinde kullanılmaya başlayan video klipler zamanla kendi başlarına bir varlık olduklarını kanıtlayınca ve önemli bir seyirci kitlesini kendisine yöneltince, video klip alanına çok büyük paralar akıtıldı.

Herhangi bir müzik parçası yaratılırken onun görsel boyutu daha bestelenme aşamasında dikkate alınmaktadır. Örneğin David Bowie'nin bir şarkısı bestelenme aşamasındayken, onun hangi görüntülerle videoda görselleştirileceği hesaplanmaktadır.

Çok uluslu ABD videonun tanıtım açısından çok etkileyici olduğuna inandıklarından, videoyu plaktan bağımsız kullanmaya

başlamışlar. Bu da Amerika'lı yapımcılara göre küçümsenmiyecek yeni bir kazanç demektir. 1990'ların başına kadar plak yapım evlerinin ayrı bir birimleri yoktu. Karacan'a göre; "Rüştünü kanıtlamayı başaran video klip, yaşamının sıfır yılında sonsuza çıkan harika bir dünyaya ilk adımlarını atmaktadır." (Karacan, 1990, görüşme)

2.1.3 Video Klüp Ve Dergilerin Katkıları

Bu gün ABD'nin her yerinde yaygın bir biçimde kurulan video klüplerin sayısı bir milyon dolayındadır. Bunların çoğunluğu bağımsız klüpler olmakla beraber, bir kısmı da plak yapım evleri tarafından kurulmuşlar ve denetlenmektedirler. CBS iki yüz dolayında klübün açılmasına katkıda bulunmuştur.

1981'de Ed Steinberg tarafından yayınlanmaya başlanan 15 günlük video dergisi "Rockamerica" video klüplerin temeli sayılır. Video müzikler konusunda her türlü yenilikleri içeren dergi, doğrudan video, diskotekler, kolejler, klüpler, plakçı dükkanları için çıkmaktadır. Önceleri plak yapım evlerince kayıtsızlıkla karşılanan dergi kısa bir süre içinde, Amerikan müzik çevrelerinde yeniliklerinin tanıtımını yapan en güçlü yayın oldu. Bu gün "Rockamerica"nın her sayısı ortalama yedi milyon kişi tarafından okunmaktadır.

Seyirlik müzik konusuna ilk eğilen Amerika'da bulunan kablolu televizyon MTV'nin (Müzik TV) günde durmaksızın (non-stop) 24 saat yaptığı yayınların olağanüstü ilgi çekmesi üzerine, yeni yeni yayın kanalları ortaya çıkmış ve tıpkı FM

radyo istasyonlarında olduğu gibi çeşitli alanlarda uzmanlaşma başlamıştır.

Fransa'da "Kanal 5" hergece programın bitiminden sonra video klipler göstermektedir. Video pazarının bulunduğu bu noktada plak yapımcıları da artık kliplerini televizyonlara ücretsiz vermekten vazgeçip, masrafları karşılamak için hatırı sayılır paralar istemektedir. Örneğin; MTV bir hafta boyunca salt kendi göstereceğin diye bir klip için ikiyüz ellibin dolar ödemiştir.

1986 yılında ise 20-24 Haziran tarihleri arasında İtalya'da yapılan "Cervia Video Klip Uluslararası Seyirlik Müzik Festivali"nin en önemli hizmetlerinden biri bu yeni türün yönetmenlerini tanıtmaya olmuştur. Steve Barron, Don Lett, Bernard Rose gibi yönetmenler yavaş yavaş bu alandaki çalışmalarıyla kendilerinden söz ettirmeye başlamışlardır.

2.1.4. Video Klip Ve Sinema İlişkisi

Video klipin anlatım tarzına olan büyük ilgi yapımcıların aynı tekniği uygulayarak uzun filmlere yönelmelerine yol açmıştır. Bir eleştirmenin alaylı bir şekilde yazdığı gibi "artık çocuklar sinemaya yalnızca görmek ve seyretme için gidecekler, perdenin altında da gerekirse bir piyanist arada müzikle eşlik edecektir". (Evren)

Video tekniği kullanılarak yapılan uzun filmlere örnek olarak "Flash Dance", "Fame" ve "Footloose" gibi filmler gösterilir. Bu alandaki gelişmenin başka bir örneğini oluşturan Fritz Lang'ın 1927 yapımı ünlü sessiz klasığı "Metropolis"

1990'da tekrar ele alınarak ve özel tekniklerle renklendirilmiş, besteci **Giorgio Moroder** tarafından Rock Müziği ile seslendirilerek piyasaya "Tarihi Video Klip " olarak sunulmuştur. Böylece sessiz sinema çağının en ünlü yapıtlarından biri günümüzün en gelişmiş araçlarından birinin eseri oldu. Amaç hızlı görüntülere, çılgın müziğe, çarpıcı renklere alışmış olan gençlere eski sinema klasiğini tanıtmak ve sevdirmektir. (Evren)

Video klabin ataları arasında Walt Disney'in müzik ile gerçeküstü görüntülerin birbirini tamamladığı **Fantasia** adlı yüz dakikalık çizgi filmde sayılabilir. Video klabin ataları arasına 1960'larda Beatles'ın müzikal filmi **Imagine**'da katılabilir. Filmde Beatles'ın şarkılarının alışılmış konser çekimlerinin dışında yepyeni ve "yaratıcı" bir biçimde görüntülenmiş olduğu görülür. Aynı dönemde, Beatles dışında Anglo-sakson müzikalilerde yönetmenlik yapmayı denemiş ve çok sınırlı olanaklarla da olsa müziklerini görüntülemeye çalışmışlardır.

İtalya'da doğrudan video müzikaller üzerine kurulmuş "Mister Fantasy" belki de dünyada bu uygulamanın ilk örneğini vermiştir. İlk başlarken on üç bölüm olarak düşünülen program, 1981'den bu yana yüz yirmi bölüme ulaşmıştır. Bugün yılda, bütün dünyada dört bin video müzikal gerçekleştirildiği hesaplanmaktadır. Amerika'da CBS televizyonunun günde en az iki tane video müzikal ürettiği bilinen gerçeklerdendir.

Pink Floyd'un 1978 albümü **The Wall**'la aynı adı taşıyan filmi, uzun metrajlı video klip konusunda önemli bir adımdır. Klip, Pink Floyd'un o dönemki beyni Roger Waters'ın öz yaşa-

mından esintiler taşır. *The Wall*, insanoglunun tüketim toplu-
munda düzenli yaşamak uğruna koyduğu kuralların (eğitim,
hükümet, adalet, savaş) duvarlara dönüşmesini ve böylece in-
sanların kendi kendilerini hapsetmesini, olabildiğince sert
bir şekilde eleştirir ve umutsuz bir öfkeyle saldırır.

The Wall filmini anlayabilmek için yabancı dil bilmeye
gerek yoktur. Müzik ve görüntü filmin iletisini açıkça iz-
leyiciye verebilmektir. *The Wall* filminde çağımızda kendini
arayan insanın, umutsuzca bir haykırışı ele alınmıştır. Film-
de animasyonla gerçek yaşam görüntüleri kaynaştırılarak gör-
sellik ön plana çıkartılmıştır. Diyalog çok az kullanılmış,
müzik ve görüntü bir uyum içinde filmde yer almıştır. Bunlar-
dan dolayı *The Wall* filmi dev bir video klip olarak nitelen-
dirilenebilir.

2.1.5. İngiliz Plak Yapımcılarının Promosyonları

60'ların sonlarında İngiliz plak endüstrisi çok iyi bir
dönem yaşamıştır. O sıralarda sanatçıların tanıtılması (pro-
motion) için hazırlanan alışılmış basın dosyalarına, gazete-
cileri ve disc-jokeyleri etkilemek için tanıtılmak istenen
sanatçıyı gösteren filmlerin de konması düşünülmüştür. Piya-
sada bu tür müzikal tanıtım çekimlerine "promo" denilir. Ya-
vaş yavaş "promo" lar yapımcıların basın toplantılarından
çıkıp televizyonlara da girdi. Bunlar konunun müzikle ilgisi-
ne bakılmaksızın programlar arasına tamamlayıcı olarak yer-
leştirildi. Kimi zaman ise, herhangi bir programa bizzat ka-
tılma olanağı bulamayan sanatçının yerini tutması için kulla-

nıldı. Giderek bu kısa müzikli-güldürüler alışılmış konser çekimlerinin ve tatsız tuzsuz, sanatçının hiç bir zaman heyecan duymadan ağzını oynattığı "Play-back"lerin yerine daha çok kullanılmaya başlandı. (Karacan)

2.2. Video Klip Türleri

Video klipler kendi aralarında müzik videolar ve concept videolar olmak üzere ikiye ayrılır. Birinci tipte, şarkıcı ya da müzisyen topluluğu bir çeşit sahne düzeni içinde parçayı icra ederken görülür. Buna bilgisayarla gerçekleştirilen bir dizi efekt eklenir ve gösterişli bir konser havası yaratılır. Dramatik bir öykü anlatımı yoktur. Sahne düzeni içinde parçalarını seslendirdiklerinden, varolabilecek monotonluğu ve sıradanlığı ortadan kaldırabilmek için "sayısal" digital araçlarla ve bir takım efektler yapılarak görüntü renklendirilmeye çalışılır. Konser havasındaki sunum bu tür efektlerle desteklenir. Bunlar "**müzik video**" olarak adlandırılır

İkinci tipte ise; parçanın üreticileri öykümsü kısa bir anlatımın kahramanları rolünü üstlenir. Buna "**concept video**" denilir. Bu tipte, bazen müzisyenlerin hiç gözükmemesi, bunların yerine bambaşka kişilerin görüntülerinin ya da sayısal (digital) efektlerinin olması söz konusu olur.

Concept videolarının bir çok özeliği vardır. Hemen hepsi dört ile yedi dakikalık süreyi kapsar. Ortaya bir öykü koymak için güftenin (Lyrics)'nin önünde çok ufak bir zaman dilimi vardır. Üstelik nakarat, yani tekrarlar yapılarak parçanın

belleklerde iz bırakabilmesi sağlanır. Dolayısıyla tamamlanmış bir öyküye temel olacak ayrıntılar pek verilemez. Böylece, sözler ancak belli bir duygulanma havası yaratmaya yetecek miktarla sınırlandırılmak zorunda kalınır. Concept videolarında, anlatı, o da varsa, duyguların şöyle bir kıpırdanmasını hedefleyen belli sayıda sözcüğün zincirlenmesinden oluşmaktadır.

"Concept video"larında gözlenen özellikler müzik videolarında görülmez. Sade ve yalın anlatım denilebilecek, sadece müzisyenlerle seslendirenin yer aldığı ve görsel, kavramsal iletilerin bulunmadığı, amacı genel olarak müzik yapıtını sunmak olan müzik videolar bu şekilde varlıklarını sürdürmektedir.

2.3. Video Klipte Dil

Yapısal dilbilim kurucusu Ferdinand de Saussure, dilsel mekanizmanın tanımlamasını şöyle yapmıştır, "Dilde herşey ayrımlara, ama aynı şekilde uygunluklara bağlıdır." Uygunluklar ve ayrımlara ilişkin bu mekanizmanın bulunuşu ve tanımlanması çağdaş dilbilime, dilde olduğu gibi hem böylesine karışık toplumsal görünümlerin özüne girebilme, hem de im sistemine ilişkin genel bir iletişim şeması ve genel bir kuram yaratma yetisini kazandırmıştır.

Ayrımlar ve uygunluklar mekanizması, video klip dilinin içsel yapısını belirler. Ekranda ki her görüntü bir imdir, yeni bir anlamı vardır, bir birleşim taşıyıcısıdır. Bu anlam iki çeşit olabilir. Ekrandaki görüntüler bir yandan gerçek

dünyadaki nesnelere yansıtılır. Bu nesnelere ve görüntüler arasında şematik bir ilişki meydana çıkar. Nesnelere ekranda yansıtılan görüntülerin anlamları durumuna gelmekte, öte yandan ekrandaki görüntülere ek olarak arasına tamamen şaşırtıcı anlamları da içerebilmektedirler. Aydınlatma, kurgu, uzaklık, çekimdeki değişiklikler, hızın değiştirilmesi v.b. ekranda görünen nesnelere ek anlamlar kazandırır. Simgesel, değişimci, deyimci v.b.

Anlamların birinci kategorisi yalıtılmış şekillerde bulunmakta iken, ikinciler için çekimler dizisine, çekimleri birbirini izlemesine gerek vardır. Ayrımlar ve uygunluklar mekanizması, yalnızca değişen bir dizi çekimde gün ışığına çıkar.

Video klip dili iki farklılığı içerir. Öğelerinin yinelenebilirliğine, izleyicinin yaşam pratiğine ya da estetiksel deneyimine dayanan ilki, umulanlara, beklentilere ilişkin bir dizilim meydana getirir. İkincisi ise, bu dizilimin belirli noktalarını yıkarak ortaya çıkar, ama yok etmez. Bundan dolayı asenkronizasyon, nesneleredeki alışılmış sıralamanın, olguların ve görünüşlerin ve biçimlerin bozulması video klibe özgü anlatımın temelini oluşturur. Ne varki "anlam taşıyıcı" ve "biçimi bozulmuş" öğeler, klip dilinin oluşum sürecinin yalnızca ilk aşamasında eş anlamlıdır. Seyirci klip dilinin bileşenlerinin özümlemesi konusunda belli bir deneyime sahipse, ekranda gördüklerini salt gerçeklikle değil, daha önceden bildiği, gördüğü kliplerin örnekleriyle (şablon) da birleştirir. Bu durumda asenkronizasyon, biçim bozma, konusal türükler, kurgu karşıtıkları bir alışkanlık durumuna gelir. Önce-

den tahmin edilebilirler ve bileşimsel niteliklerini yitirirler. Bu koşul altında, çağrışımlardan "özgür-basit" görüntülere yeniden başvurulması, bir nesnenin yalnızca kendi yerine geçtiğinin saptanılması ve biçimi bozulmuş görüntülerden ve aynı dekupajlardan vazgeçilmesi şaşırtıcı etkilerde bulunur. Yani anlam taşıyıcı duruma gelir. Klip yönetmeni ya da yapımcısı, klabin anlatım dili konusunda çaba gösterse de, sanat dünyasından gerçek yaşam alanına geçmeyi ölçüt olarak alsa da, klip dilinin öğeleri anlam taşıyıcı olarak algılanacaktır.

Daha önce anlatıldığı gibi, anlam taşıyıcı öge, hep belli bir beklentinin yıkılması "ayrılımlar mekanizması" olduğundan, aşağıda gösterilen farklılıklarda, soldaki sütunda önceden tahmin edilebilen, hiç bir anlam taşımayan yapıyı, sağdaki sütunda ise bu yapının anlam taşıyıcı bir biçimde yıkılımı örneklenebilir. Burada, klip dilini hiç bilmeyen ve beklentileri günlük yaşam deneyimlerinden ya da simgesel im olarak işlev gören sanatlardan, yani resim ve tiyatro sanatlarından edindiği deneyimlerin etrafında belirlenen bir seyircinin tahminlerinden yola çıkılabilir. Bu izleyiciler için salt sağdaki sütunda örneklenen öğeler anlam taşıyıcıdır.

İMLENMEMİŞ ÖGE

(1) Olayların doğal olarak birbirlerini izlemesi. Çekimler, kayda alınışa uygun olarak birbirini izler.

(2) Ardarda gelen olaylar

İMLENİMİŞ ÖGE

Olaylar, yönetmenin amaçladığı sıraya göre birbirlerini izler. Çekimlerin kurgusu yapılır.

Birbirlerin izleyen olayla-

- mekanik bir biçimde birbirlerinden ayrılırlar.
- (3) Toplu çekim Omuz çekim genel çekim
- (4) Etkisiz perspektif Dışa vurumcu perspektifler (dikey yada yatay eksen kaydirmaları).
- (5) Hareketlerde doğal hız Hızlandırılmış hareket, Yavaşlatılmış hareket, Hareketsiz görüntü,
- (6) Duragan kamerayla çekim Yatay veya dikey kaydırma.
- (7) Görüntülerde doğal hareket (ileri) Görüntülerde tersine hareket (geri)
- (8) Normal objektifle çekim Biçim bozan objektiflerin ve oranları değiştiren araçların kullanılması.
- (9) Birleştirilmemiş çekimler Birleştirilmiş çekimler (bindirme)
- (10) Ses senkrondur Ses senkron değildir.
- (11) Görüntülerde normal netlik Mercek hilesi vardır.
- (12) Görüntülerde normal aydınlatma Işık hilesiyle nesnesi doğada bulunmayan obje yaratma.
- (13) Görüntülerde normal renklerin kullanımı Normal renklerin yerine yaratımsal renklerin kullanımı

Yukarıda sıralanan düzeylerin her biri isteğe bağlıdır

ve ayrıntılı bir sınıflandırma için geliştirilebilir. (Lotman 1986, s. 49-50)

Video klip dilinin düzeyi yukarıda sayılan maddelerle sınırlı kalmaz. Uygulamalarda imlenmiş ögeler dizisinin var olması olgusu (seyircinin bilincinde olsa bile) imlenmemiş ögeleri sanatsal yönden etkili duruma getirebilir. Plak yapımcısı, sanatçı ya da yönetmenin, eğilimi hangi dizinin ağırlık kazanacağını belirleyecektir. Ancak bu dizelerden birini önemsememiş olması bir diğerinin estetiksel etkinliğini ortadan kalkmasına neden olmaktadır. Kimi video klipler gizli anlam taşıyıcı birimlere ayrılırken, diğerleri de sürekli bir betimlemeyi içermekte ve bunların gizli birimlere bölünmesi de sanatsal bir işlem izlenimini yaratabilmektedir.

Video klipler dünyayı aynı müzikte buluşturmuşlardır. Böylece, video klip milyonların konuştuğu ortak bir dil olmuştur. Dil oluşumunda kendi görsel anlatım biçiminin etkisi olduğu kadar, konusu olan müziğin varoluşundan bu yana evrensel bir dile sahip olmasının da etkisi vardır.

Yarattığı yeni iş alanları ve kazanç dışında, video klip anlatım olarak da yaratıcılık örnekleri ortaya koyar. Sinemanın, televizyonun ve müziğin anlatım özelliklerinden yararlanarak kendine özgü bir dil oluşturmuştur.

2.4. Video Klipte Öykü

Video klipte öykü sınırlılıığı ya da güçlüğü diye bir şey söz konusu değildir. Çağdaş yaşantının bir parçası olduğundan dolayı ve öyküleri varolan yaşantının gerçekliğinden olduğu-

kadar, düşsel dünyanın yaratılarından da faydalandığı için son derece geniş bir öykü alanı vardır. Her klip apayrı bir konuyu apayrı bir biçimde işler. Toplumsal bir bunalım, açlık, din, siyasal düzensizlik, bireysel başkaldırı, kısaca her türlü olay ya da durum video klip için öykü olabilir.

Örneğin; heavy metal grubu olan Megadeth'nin **"Peace Sells"** şarkısının klipi şiddet içerir. Bu şiddetlede varolan düzene karşıdır.

Madonna'nın **"Like A Prayer"** şarkısının klipi ise, dini inançlara başkaldırıcıyı işlemektedir.

Bu öyküler kimi zaman da son derece basit iletiler taşıyabilmektedir. Kimilerinin öyküleri için belki de son derece karmaşık ve anlaşılmaz, kimileri için basit ve yalın, kimileri için de sıra dışı yorumları yapılabilir.

2.5. Video Klipde Görsellik

Video klipler Pop Art'ın görsellik anlayışından oldukça fazla etkilenmiştir. Video kliplerin "pop" sözcüğünün geniş bir alanı kapsamada önemli rolü olan kitle iletişim araçlarının imgelerine dayanmaları ve bazen de aynı yaratma sürecinden geçmelerinden dolayı, görsellikleri her zaman önde gelmiştir. Video klip görselliğinde kullanılan öğeler ve imler sanat anlayışında önemli yeri olan "yeni gerçekliğe" ve "dadaizme"le tarihi bağlantıları olabilir. (Uğur) Video klip görselliğinin bu denli tutulmasının nedeni kitle iletişim araçlarından televizyonun ve gazetelerin kliplerle yakından

ilgilenmesidir.

Ve ayrıca video klip görselliğinde Op Art'a özgü olan sadece gözün retinasına yönelme, bellekle fazla ilgilenmeme, tamamen optik anlamdaki yaklaşım gözlenebilmektedir.

Video klip görselliği varolan dünya gerçeklerini, savaşçı olduğu kadar eğlendirici biçimde aktarabilir. Şöyle açıklanabilir: Video klip mizah duygusuyla temelde gerçeküstü bir dünya yaratarak, bunu da dünyada nesnesini tanıdığımız şeyleri aşarak ve temelde değersiz birtakım gerçekler kullanarak sağlamaya çalışır.

Pop Art ve Op Art'ın bir uzantısı olarak ele alınan video klip, her ikisinin ortak olan-olmayan bir çok özelliğini de taşır.

Daha önce de değinildiği gibi, Pop Art'ın özelliği olan görüntü dengesizliği, örneğin aynı eserde aşırı dogalcılıkla bezenen gerçeküstücü sahnelere video klipte de rastlanır. Video klipte görsel denge ve uyum önem taşır. Op Art'da da olduğu gibi herşey retinaya yönelik olduğundan, belleklerde nelerin kalacağı ya da kaldığı o kadar önemli değildir.

Video klip görselliği en yüksek olan izlenme türü sayılabilir. Çok kısa bir sürede dört-beş dakika içinde çok hızlı anlatı yapılır. Anlatılan öykünün karmaşıklığı ya da zorluğu klip için problem değildir. Öykü içinde varolan ana değişim noktalarını alıp, vurucu bir biçimde işleyip anlatır.

Öykü tasarlanırken görüntüde hareket, aydınlatma, kamera hareketi, dekor, makyaj görselliğin en verimli biçimiyle tasarlanır ve uzun anlatım yerine kısa simgeler kullanılarak görüntü çarpıcı hale getirilir. Bunların yanısıra teknolojinin en son ürünlerinden faydalanarak anlatısını daha hızlı ve

etkileyici kılmayı gerçekleştirir.

Video kliplerin bu denli görsellik yüklü oluşunda daha önce değinildiği gibi, Çağdaş toplum yapısının getirdiği yaşayış hızına ayak uydurma durumu da etkili olmuştur. Çağımız insanları zamanla yarışmak zorundadırlar; kaybedecek ya da gereksiz yere harcayacak zamanları yoktur. Mümkün olduğu kadar kısa bir zaman içinde yüksek düzeyde iletileri almakla karşı karşıyadırlar. Çarpıcı, anlıksal, anlıksal olduğu kadar da kalıcı mesajlar Çağımız insanının hayat tarzı ile bütünleşmektedir.

İşte video klipler bu yaşantı tarzının bir ürünü olarak gerçek yaşamda geçerlilik kazanmış, görselliğini var oluşunun ana nedeni olan hızı ile bütünleştirmiştir. Hız ve görsellik video klipin vazgeçilmez ve en önemli anlatım özelliğidir.

2.5.1. Video Klipde Kamera

Video klipler ses, görüntü ve harekete dayalı görsel ve işitsel bir yapıya sahiptir. Video klip tasarlanan bir olayı, öyküyü, duygu ve düşüncüyü destekleyen hareketli görüntülerle anlatır. Video klipler görsel unsurlar taşıdığından, anlamı oluşturan en önemli öge görüntüdür. Ekranda görüntü olarak değerlendirilecek herşey ya bir kamera tarafından saptanır ve görüntü kayıt aracı tarafından kaydedilir, ya da çeşitli bilgisayar teknikleriyle elektronik olarak yaratılır.

Video kliplerde kamera hareketleri, teknik ve sanatsal nedenler olmak üzere iki başlık altında, hareket tipiyle kar-

şılaştırmalı olarak verilmesi uygun görülmüştür.

PAN VE TILT (YATAY - DIKEY KAYDIRMA)

Teknik Neden	Sanatsal Neden
- Hareketi takip etmek için	- Öğeleri birleştirmek için
- Farklı veya benzer eleman- lardan kurulu bir bütünü göstermek için,	- Mesafe-büyüklik bağlantısı belirtmek için
- Genel çekimde tamamı çer- çevelenemeyen alanları göstermek için,	- Sebep-sonuç ilişkisini göstermek için
	- Merak uyandırmak için

PED UP (KAMERA AYAGIYLA YUKARI KAYDIRMA)

- Ön plan arkası objeleri görmek için	- Ön planın ağırlıklı etkisini azaltmak için,
- Ön plan-plonje (üst açı) görüntüsünü kesintisiz sağlamak için	- Objeleri plonje (üst açıdan) görmek için
- Hareketlerin tamamını görmek için	- Görüntünün öznel-nesnel gü- cünü azaltmak için

PED DOWN (KAMERA AYAGIYLA AŞAĞI KAYDIRMA)

- Resmi ön plandaki objeler- le birlikte görüntülemek için	- Alçaktaki objelere ağırlık vermek için;
Uzaktaki hareketleri engel lemek için	- Görüntünün öznel-nesnel gü- cünü arttırmak için;
- Alçaktaki objelerle aynı seviyede görüntü elde etmek	

için

TRACK IN - DOLLY IN (YAKLAŞMA)

Teknik Neden	Sanatsal Neden
- Bir hareketi veya hareketin detayını görmek ve/veya vurgulamak için;	- Hareket ve/veya tepkiyi vurgulamak için;
- Yer değiştiren objenin yer değiştirmeden önceki planını elde edebilmek için;	- Nesnenin önemini arttırmak için;
- Dikkat noktasını başka yere kaydırmak için;	- Dikkat noktasını belirli bir yere toplamak için;
- Gelişmekte-değişmekte olan nesneyi vurgulamak için;	- Yeni bilgileri, oluşumları, değişiklikleri göstermek için;
	- Dikkat noktasını başka yere kaydırmak için;
	- Geri gitmekte olan bir nesneyi takip etmek için;
	- Mesafe-ara-uzaklık-yön kavramını sağlamak için;
	- Gerginliği arttırmak için;
	- Nesnel etki yaratmak için;

TRACK OUT -DOLLY BACK (UZAKLAŞMA)

- Görüş alanını arttırmak için;	- Dikkat noktasındaki vurguyu azaltmak için;
- Daha fazla objeyi görüntüye almak için;	- Bir önceki planın genel plana büyüklük olarak oranı-

Teknik Neden

- Geniş alanda yapılan hareketleri gösterebilmek için;
- Yeni bilgileri, oluşumları, değişiklikleri gösterebilmek için;
- Sahneye yeni girmekte olan bir objeyi göstermek için;
- Hareket merkezinden genel plana çıkmak için;

Sanatsal Neden

- nı göstermek için;
- Tansiyonu arttırmak için (dikkat noktasındaki önemin yavaş yavaş belirtildiği durumlarda)
- Sürpriz etkisi yaratmak için (Beklenmeyenleri çerçeveye alarak)
- Mesafe-ara-uzaklık kavramını yerleştirmek için;
- Nesnel etki yaratmak için;

TRUCK - CRAB (KAYMA HAREKETİ)

- Sahne boyunca hareket eden objeyi takip etmek için;
- Sahnenin, objenin büyüklüğünü parça parça göstermek için;
- Uzun-geniş bir objeyi detaylarıyla birlikte göstermek için;

- Uzun-geniş nesnelere yatay derinliği sabit tutarak görüntülemek için;

ARC (YAY HAREKETİ)

- Nesnelere bir başka açıdan kesintisiz olarak görmek için;
- Ön ve/veya arka plandaki nesnelere çerçeveye almamak için;

- Görsel vurguyu kesintisiz değiştirmek için;

Teknik Neden**Sanatsal Neden**

- Hareket eden nesnelere kamera planını sabit değiştirmek için;
- Çerçeveye yeni bir olay, nesne dahil etmek için;
- Yanlış nesne hareketlerini kamera hareketiyle düzeltmek için;

Video klip çekiminde kamera yukarıda belirtilen teknik ve sanatsal nedenlere göre klip yönetmeni tarafından istenilen amaca göre uygun olarak kullanılır. Her hangi bir kuralı yerine getirmek ya da getirmemek endişesi olmadan tamamen özgür ve kendi beğenileri çerçevesinde çektikleri görüntünün çerçevesini yapıp görsel düzenlemelerini kaydedebilirler.

2.5.2. Video Klipte Kurgu

Kurgu, sinematografinin ayrıntılarıyla çözümlenmiş aynı zamanda sert tartışmalara yol açmış biçimsel araçlarından biridir. Video klipin temelini kurgu oluşturur. Ritmik kurgu ön plandadır, sürekli bir devrim yaşamaktadır.

Klip yönetmenleri, ani kurgu oyunlarından kaçınmazlar uzun ayrımlara eğilim göstermezler. Kısaca dilediklerini, hiç bir kısıtlayıcı kural ya da anlatım yolu tanımaksızın, kurguda "herşeyi" altüst ederek yapıtları oluştururlar. Onlar için görüntüde görsel denge ve uyum herşey retinaya yönelik oldu-

gundan önem taşımaz. Belleklerde nelerin kaldığı ya da kalacağı o kadar önemli değildir. Farklı çekimlerin anlamlı birleşebilmeleri için, herhangi bir düzeyde ortak bir öge içermeleri gerekmez. Bir ayrıntı sık sık parça içinde yinelenebilir. Farklı çekimlerin birleştirilmesi sırasında ayrılık gösteren öge yinelenir. Bir çekim değişmesi sırasında ise ayrımın temeli durumuna gelir.

Video klip çok katmanlı bir yapıdır ve bu katmanların karmaşıklığı eşit oranda değildir. Farklı eğitim görmüş izleyiciler, farklı anlam katmanlarını "seçip alırlar". Klip başka bir anlamda çok seslidir; bir düzeydeki farklı imlerin toplamını yalnızca harekete geçmekle kalmayıp, çeşitli düzeylerde eş zamanlı devinimlerin meydana gelmesine de neden olur.

2.5.3. Video Klipde Görsel Olarak Dikkat Toplama Yöntemleri

Çerçeve	: Yakın çekim, nötr fon, istenmeyen nesnelere çerçeve dışı.
İşaret	: Parmakla, çubukla, elektronik "marker"le (ok, daire) göstererek.
Renk	: Nötr ve pastel renklere karşın kontrast teşkil edecek göz alıcı renkler kullanarak.
Kamera hareketleri ve planları	: Plonje çekim, genel çekim kullanılmıyarak, dikkat noktasını net, planın

geri kalan kısmını netsiz yaparak.

Çevre ile her alanda

çelişki yaratarak

: Büyüklük, şekil, oran, hareket, yerleşim gibi kavramlarda dikkat noktasını çevresi ile zıtlılaştırmak.

Hareket

: Hareket, hızı, kuvveti ve yönü ile bağıntılı olarak dikkat toplar. Hareket esnasında yön değişikliği, kesintili hareket ve hız değişikliği dikkat toplar. Çerçeveye nasıl aktarıldığına bağlı olmakla birlikte bir hareket, hareketi yapan nesnenin kendisine ait olduğu bütüne ve hareketin amacına dikkatleri çeker. Nesne sabit ise hareket kamera ile de verilebilir. Hareketler kendisi ile senkron hızda tempo ve müzik ile birleştirildiğinde dikkatleri yoğun olarak üzerlerine çeker.

2.5.4. Video Klipde Süreklilik

Teknik Devamlılık

: Renk, parlaklık, kontrast, ışık yönü, perspektif, ses seviyesi, tonu, kalitesi açısından planları birbirine eşdeğer tutma.

Resimsel Devamlılık

: Benzer atmosferik olayların (yağmur,

- rüzgar, ışık miktarı...) bağlantılı planlar içinde uyuşur olması.
- Çevre Devamlılığı** : Aynı mekanda birbirine uygun görüş açıları kullanmak.
- Yön Devamlılık** : Seyircinin yön hissini zorlaştırıcı veya aşırıya varan planlar almamak, kesmeler yapmamak.
- Fiziksel Devamlılığı** : Kostüm, görünüş, makyaj, dekorun ardarda gelen planlar aynı olması.
- Performans Devamlılık** : Farklı açılardan çekim yapmak için tekrar edilen planlarda sanatçıların aynı jest-mimik ve hareketi yapması.
- Zaman Devamlılık** : Planların içinde zamanla ilgili belirtiler olması ve bunların konuya uygunluğunu sağlamak.
- Olay Devamlılık** : Olayda atlama, tekrar, gecikme olmamalı. Yer değiştirmeler, gerekli zaman geçici belirtilmeden yapılmalı.
- Dikkat Noktası Devamlılığı** : Planlar arasında dikkat noktaları birbirine yakın olması.

Yukarıda anlatılan bire bir doğru devamlılıktır. Ancak çalışma için izlenen video kliplerde bu devamlılıkların çok fazla önemsenmediği görülür. Mekansal atlamalar, ekrana giriş çıkışlar, zamansal sıçramalar, fiziksel devamlılığın hiçe sayılması (bu aykırılıklar dahada çoğaltılabilir.) video kliplerin neredeyse tarzıdır. Üç dakikalık bir zaman diliminde üç farklı zaman boyutuna gidip gelmeler vardır. Geçmiş-şimdiki ve gelecek zaman boyutunda ikişer saniyelik gidip gelmeler

gerçekleştirilir. Teknik süreklilik ise bilinçli olarak bozulmuş, bu bozulmadan da görsel etki elde eden, çarpıcılık kazanan video klipler yapılmıştır. Kısaca söylenecek olunursa, video klipler devamlılık kuramını da yıkmışlardır.

2.5.5. Video Klipde Işık

Klipde ışıklandırma, ışık tekniği ile dramatik ve sanatsal kavramların birleştirilerek objeleri aydınlatma şeklidir.

Teknik Olarak;

Hazırlanan ışık sistemi ile objeyi elektronik kameraların teknik özelliklerine uygun gerekli parlaklık, kontrast ve ışık ısısı verecek şekilde aydınlatılır.

Dramatik Olarak;

Işıklandırma da yön, parlaklık, dağılım, gölgeleme, üç boyutluluk (hacim), kapsam ve atmosferik olarak gerçeklere uygundur.

Sanatsal Olarak;

Belirli kurallara bağlı olmadan çeşitli güzellikleri ve anlatım tekniklerini ortaya koyacak şekilde yapılır ve yönetmene bağlı olarak değişir.

Dramatik ve sanatsal ışıkla anlatımda dikkatleri belirli bir yere ve/veya objeye çekilebilir. İstenilen detaylar (abartılar) gösterilebileceği gibi, istenilmeyen detaylar gösterilmeyebilir. Video klipde aydınlatma gerçek boyuttan uzaktır.

2.6. Türkiye'de Video Klip

Türkiye'de televizyonun kültürel, ekonomik, ve sosyal hayattaki yeri, 1970'ten giderek artan bir gelişme göstermiştir. 1980'li yıllara doğru televizyon daha da yaygınlaşarak kitleleri oldukça etkileyen bir iletişim aracı oldu.

Türkiye'de televizyon yayıncılığı 1990'lı yıllara kadar Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) tarafından gerçekleştirildi. 1990'lı yılların başında TRT'nin yanında, özel televizyon kanallarının da yayın hayatın girmesi, televizyon yayıncılığına yeni bir boyut kazandırdı.

Televizyonun amaçlarından sadece biri olan eğlendirme amacı, şarkılı türkölü küçük yarışmaları da kapsayan program türleriyle gerçekleşmiştir. Ülkemizde ki video kliplerin temelini bu programlar için hazırlanan şarkı çekimleri oluşturmaktadır.

1990'lı yılların başında şarkıcıların yeni çıkan kasetlerindeki eserleri tanıtmak için şarkılarına; açıklanan video klip anlamında çekimler yapılmamaktadır. Her kanal, kendi eğlence programı için sanatçıyı kendi kanalına çağırır, o programda kaç şarkısı yayınlanacaksa o şarkıları için stüdyoda ya da dış mekanda özel bir çekimini yapardı. Bu işlem, her kanalın kendi eğlence ya da müzik programı için ayrı ayrı gerçekleştirilmekteydi. Başka bir kanal aynı şarkıcının, aynı parçalarını yayınlayacak olsa da kendisinin başka bir çekim yapması gerekirdi. Bunun sonucunda, aynı şarkıcının herhangi bir şarkısı için yedi-sekiz farklı çekim yapılmış olur. Aynı kanalın, bir başka gün yayınlanacak aynı programında bile bu işlem yapılmaktaydı. Çünkü, diğer yayın kanallarıyla arala-

rında var olan rekabet koşulları bunu gerektirmekteydi.

Türkiye'de ki yayın kanalları bu yoğun tempoyu yaşarken, sanatçılar ve plak yapımcıları ise, aynı şarkı için bunca farklı çekimlerden kimini beğeniyor, kimini de beğenmiyordu. Eger yapılan çekimler beğenilmediyse, kanalla sanatçı ya da plak yapımcısı arasında bir takım güçlükler yaşanıyordu.

Bu güçlükler şöyle sıralanabilir;

- . Sanatçı ve plak yapımcılarını memnun etmek,
- . Kanalların birbirleriyle rekabet etmek zorunda olmaları,
- . Kanalların birbirine görüntü vermemeleri,
- . Sanatçılar ise, yeni çıkardıkları kasetlerinin ve şarkılarının reklamını yapmak istemeleri,
- . Sanatçılar kendi beğendikleri şarkının kendi isteklerine göre yayınlanmasını sağlamak için çeşitli yollar aramaya başlamaları,
- . Yönetmen sorunu.

İlk video klipler, toplum tarafından popülerliği yüksek ve beğenilen sanatçılar tarafından yaptırıldı. (Sezen Aksu, Kayahan, Nilüfer, Ajda Pekkan... gibi.) Video klip olgusu Türkiye'de endüstriyel bir yatırım olma yolunda ilk adımını atar. Sanatçılar ve plak yapım şirketleri bu endüstrileşme içerisinde yeni çıkardıkları kasetleri için reklam amaçlı video klip çekmenin gerekliliğini kavramaya başlar. İlk video kliplerin yapım giderlerini sanatçı ve plak yapım şirketleri ortaklaşa karşılanır. Daha sonra ise video klabin kaset satışlarını artırmadaki önemini ve işlevselliğini gören plak

yapım şirketleri, video klip yapım giderlerini kendileri karşılamaya ve hiç bir masraftan kaçınmamaya başladılar. Türkiye'de video klip yerleşmeden önce, şarkı çekimi diye adlandırılan dönemlerde çekimin yapım giderleri içinde ekibin yemek giderleri bile düşünülürken, artık şarkı çekimleri video klip olgusuyla birlikte Avrupa'da Amerika'da bile çekilmeye ve hiç bir masraftan kaçınılmamaya başlandı.

Türkiye'de ilk video kliplerini televizyon program yönetmenleri çekerken, bu gün artık reklam yönetmenleri video klip çekmektedir. Bu eğilim video klabin Türkiye'de gerçek yerini bulduğunun bir göstergesi olarak da nitelenebilir.

Bütün bu gelişmeler ve değişmeler sonucunda, Türkiye'de özel televizyon yayıncılığında da değişiklikler oldu. Özel televizyon kanalları programlarının görsel zenginliğini arttırmak amacıyla video klipleri yayınlamaya başladı. Daha sonra bu yayın kanalları, birçok video klipi arka arkaya ekleyerek yeni programlar yaptılar. Özel televizyon kanalları bu aşamada başka yöntemler arama yoluna gittiler ve non-stop müzik kanalları kurmaya başladılar. Ülkemizdeki non-stop müzik kanalları ilk kurulduklarında sanatçıların video kliplerini herhangi bir ekonomik değer almaksızın sadece izlenirliklerini arttırmak amacıyla yayınlamaktaydılar. Hatta kimi zaman ilk hangi non-stop müzik kanalında yayınlanacak diye düşünülürken, şimdilerde bu non-stop müzik televizyonları bu klipleri yayınlamak için plak yapımcılarından ya da sanatçılardan yüklüce paralar almaya başladılar. . Artık video klip olgusu, çekiminden yayına hazır hale gelip yayınlama aşamasına kadar televizyon endüstrisinin bir parçası ve malı olmuştur.

Video klibin televizyon program türlerine yansması ise kaçınılmaz bir sonuçtur. En büyük etkisi ise eğlence programları üzerinde görülmüştür. Varoluşunu müzik eğlence programlarına borçlu olan video klipler artık doğuşuna neden olan program türünün demode olmasına ve izlenirliklerinin düşmesine sebep olmuşlardır. İzleyici, seçiçi özelliğini kullanarak, üç kameraalı stüdyoda yapılan şarkı çekimini izlemek yerine sonsuz imgelerle yüklenmiş, hareket sınırlılığı tanımayan, görselliği yoğun olan video klipleri izlemeyi tercih etmektedir.

2.6.1. Türkiye'de İlk Video Klipler

Türkiye'de ilk video klip çalışması, yapılan işin klip tarzı olduğu bilinmeden, stüdyo dışına çıkma, tek kamera kullanmak, dekor yerine gerçek mekanlardan faydalanmak, sanatçıya serbestlik tanımak, dudak senkron gereğini ordan kaldırmak gibi isteklerle 1975 yılında Türkiye Radyo Televizyon Kurumu, Ankara Televizyonu'nun çektiği bir şarkı ile başladı. Bu şarkı yapımcı-yönetmen İzzet Öz'ün hazırladığı, "Dis-coryum" programında Mazhar - Fuat - Özkan'ın Heyecanlı adlı parçasıydı. Daha sonra yine İzzet Öz'ün 1976'da "Metronom" programında Şenay'ın Dünyaya Geldik Bir Kere, 1978'de "Sihirli Lamba" programı için Mazhar Alanson'un Bozup Yeniden Yapmaktır İşim adlı parçaları 16mm siyah beyaz film kamerasıyla klip tarzı çalışma ile çekilip yayınlandı.

Bu çalışmalar şekilsel olarak Türkiye'deki ilk klipler

olarak gösterilebilir. Bu denemelerde amaçlanan, şarkı çekimine "değişiklik ve çeşitlilik" getirmektir. Film çalışmasının çekim ve kurgu teknikleri açısından son derece uzun, zahmetli ve zor olmasından dolayı sırf değişiklik ve çeşitlilik adına bu uğraşıya katlanma, yapımcı ve yönetmenler tarafından pek fazla rağbet görmedi. Çekilen resmi görmemek, film kamerasının yeteri kadar kullanışlı olmaması, toplam film süresinin (o zamanlar 16mm kameraya 5 dakikalık negatif takılmaktaydı) kısa oluşu, yanlış pozlama, laboratuvarında kalite kaybı, çok sınırlı kurgu olanakları (mix çok lüks olarak değerlendiriliyordu) sesle senkron çalışmanın zorluğu gibi nedenler o dönemlerde film kamerası ile klip çalışmasını zorlaştırmaktaydı.

1980 yılında Türkiye' de video klip sözcüğü son derece bilinmeyen ve yepyeni bir kavramdı. Aynı yıl Ajda Pekkan **Petrol** adlı şarkısı ile Eurovision Şarkı Yarışması'nda Türkiye'yi temsil için TRT kurumu tarafından görevlendirildiğinde EBU'dan TRT'ye yazı gelmiştir. Bu yazıda Eurovision gönderilecek şarkının "video clip"inin EBU'ya gönderilmesi istenmekteydi. Yazıdaki "clip " sözcüğünden ne anlanması gerektiği 8-10 gün süren bir araştırmayla bulunabildi. Kelime anlamı, küçük küçük parçalar, kısa kesitler demek olan "clip" in bir müzik parçasının çekiminde, kurguda uygulanan bir tarz, kısaca şarkının anlatımı demek olduğu anlaşıldı. "**Petrol**" şarkısı, edinilen bu bilgiler doğrultusunda, TRT şarkının klibini çekmiş kurgulamış ve EBU'ya göndermiştir. Televizyon tekniğindeki gelişmelerin, Türkiye'de geç takip edilmesi ve renkli televizyon dünyasına geç girilmesi sonucu klip çalışmaları uzun yıllar "Eurovision" şarkı yarışmasına endekslenmiştir.

Bu yıllarda gelişen özel televizyon yapımevleri, maliyetin ucuzluğu ve amaç farklılığı nedeniyle, stüdyo teçhizatı yerine ENG, EFP teçhizatı, yayın odası ve stüdyo rejisi yerine, basit - küçük A/B roll kurgu tekniği ile donandı. Bunların yanına dijital efekt cihazı eklenince TRT'nin ragbet etmediği video klip tarzı çalışmalarını özel televizyon yapım stüdyolarında kolayca gerçekleştirilmeye başlandı.

III. BÖLÜM

3. YARGI

Video klip her şeyiyle hazır olan bir müzik parçasının kısa bir öyküyle, çeşitli görüntüler eşliğinde, kısa bir anlatı oluşturmasıdır.

İşte bu sınırlamanın getirdiği çaresizlikle, özellikle "concept" tipi müzik videolarında görüntüler, sözcüklerin peşini bırakmıştır. Parçalardaki sözler ile ekrandaki görüntüler arasında mutlaka bir bağlantı bulunması kuralı aranmaz. Örneğin solist "sana bayılıyorum" diye yinelerken, bombanın yarattığı mantar içinden bir uzay gemisi çıkıp bir göldeki nilüferin üzerine konabilir bu sırada da yıldızların saçılmasına yol açabilir. Müzik değişti ödünç alınıp, görüntü ile sözlerin "prosody"si (ritim) bilinerek kaydırılır. Bu arada, hızlı anlatı ritmine sadık kalınarak planlar birbirlerini büyük süratle izler, bazen bir gökdelen, bazen bir yapay orman, bazen de dev hindistan cevizinin içinden fıskıran kahramanlar görülebilir.

Video klipler toplumsal yaşantının yansımaları örneklerini verir. Güncel hayatın baskılarını, toplumsal sorunların boyutlarını, çeşitli yönlerini, kısa öykülerin içine yerleştirir. En kısa anlaksal kavramları özlü biçimde ele alır.

Bu hızlı, ama sözlerle ve birbirleriyle ilintisiz göz kamaştırıcı görüntülerin koşuşu, daha çok "concept" videolara özgüdür. Bu görsel fantezilerin sunumu ile, gece düşleri ara-

sında benzerlikler bulan Marsh Kinder'e göre, "video klibler tıpkı düşler gibi kurgulanır. Anlatımın akışı, yapı itibari ile kopuk kopuktur. Anlatımın seyri çağrışım düzeni içinde, görüntüleri merkezi bir temel etrafında dönmez, infilak etmiş bir öykünün mozaiklerini oluşturur."

Video kliplerde görüntünün, çağrışımların ardında koşması, anlatımın infilak etmesi o kadar da ilintisiz bir oluşum değildir. Anlatımın sıçrayışları ile pop müzik tarihinin kültürel altyapısı arasında bir yakınlık vardır. Bu yakınlık, narkotik deneyimden gelmektedir. Özellikle 1960'ların sonunda pop müzik, narkotik kullanıma pek yabancı değildi. LSD (Liserjik Asid Dietilamid) alımından sonra görülenler ile ekranda görülenler şaşkırtıcı benzerlikler taşımaktadır. (İnsanlarda etkileri, doza bağımlı olarak değişir. İlacın alınmasından sonra mizaç değişimi, algı bozuklukları, renkli ve canlı varşanılar oluşur. Algı bozuklukları, daha çok görme ile ilgili varsanı ve yanılsamalardır. Uzaklık ve derinlik algısı değişir, ölçü ve şekiller bozulur, renkler çok yoğunlaşır. İşitme artmış veya azalmış olabilir. Beden imajında çarpıklıklar veya garip şekilli algılama sıktır.) Video klipler elbette LSD alındıktan sonra yapılmamakta ama tasarım süresince, imgeleme gücünün sınırları taranırken anımsananlar arasında narkotik deneyim oldukça önlerde yer almaktadır. (Uğur, Basılmamış Ders Notları.)

Gerçek hayattan uzaklaşma eğilimi video kliplerde mekan tasarımına ve karakter çizimlerine de egemendir. Kliplerde dış mekanların çoğu, televizyondaki reklamlar gibi düşsel, metalik ve çok kılıklıdır. Fantezmagorik boşluklar, ürperten

kıvrımlar, mekanı kucaklayan aydınlatma da öylesine yapılmıştır. Yapay olduğu hissedilmekte ama insanı yine gerçekmişcesine sanki bilinenin ötesinden gelen pırıltıların gibi etkilemekte ve germektedir.

Gerçek hayattan uzaklaşma iç mekanlarda da gözlenir. Hiçbir zaman öyle olmamış bir ortaçağ şatosu, hiçbir zaman öyle aydınlatılmamış devasa salon içinde uzay adamı giysileri taşıyan uzay ötesi adamlar olabilir. Mekanda, tiplmelerde bir tarih dışılık daha doğrusu bir tarihsizlik etkindir. (Pet Shop Boys'un **Actually** albümündeki "It's a sin" parçasında.)

Video klipler ilk bakışta günümüzle ilintili gibi duran karakter çizimlerinde de bir yapaylık göstermektedir. Video klipler, bu tiplerin gerçek hayattaki gerçek halleriyle değil de; kültür endüstrisindeki, çizgi romandaki, popüler sinemadaki, şemalaştırılmış izdüşümleriyle ödünç alınmıştır.

Örneğin, Michael Jackson'un Thriller albümü için yapılmış video klip, masal geleneginde köklü bir geçmişi olan ve sinema tarihinde çokca işlenmiş bir temayı, dolunay çıktığında dönüşüm geçirip, kurtlaşan adam temasını işlemiştir. Mizah öğeleriyle bezenmiş, efekt ve makyaj alanındaki gelişmeden yararlanıp adamdaki kurta dönüşüm süreci ayrıntılarıyla gösterilmiştir. Kahramanın dişlerinin uzaması, ellerinin pençeleşmesi, tüylerin kıllaşması adım adım izlenmiştir. Michael Jackson, dolunayın kendini göstermesiyle birlikte kurtlaştırılmıştır. Benzer örnek sinemadan ve reklamlardan da verilebilir.

Ardarda birbirinden beslenen, kültür endüstrisinin klişeleri içinde dolanan ve bütün anlatısını bunlarla kuran bu bir başka gerçeklik çemberi, animasyon, grafik ve özel efekt

tekniklerindeki sıçrayışla her geçen gün daha da genişlemektedir. Giderek, imgeler kendi aralarında alternatif bir dünya yaratır hale gelir. Bu alternatif dünyanın en göz kamaştırıcı ürünleri video alanında görülmektedir. Video klipler, en yeni tekniklerin uygulamaya geçirildiği öncü alan olur. Burada denenilen yeni teknik olanaklar, nerede ise anında reklamlarda benimsenmiştir.

Zaten kendileri de birer reklam olan müzik videoların öteki reklamlarla sıkı ilişkisi teknik düzlemle sınırlı kalmamaktadır. Her iki tür de, artık bütün kurallarıyla oturmuş olan Batı'nın tüketim toplumlarındaki hazcı duyarlılığın temel talebine, baştan çıkarılma (seduction) talebine yanıt verme ilkesine göre çalışmaktadır. Eğlendirme, gönülleri çelme bilgilendirmenin önüne geçmiştir.

Bu özellik Pat Aufderheide'ye göre, post modernizmin estetik duyarlılığıyla örtülmektedir. Post modernist estetiğin temel niteliklerinden biri Frederic Jameson'un belirttiği gibi, imgenin gerçekliği oluşturduğu bir öte dünya kurmak ise ve buna koşut olarak imge ile onun gerçek hayattaki göndergesi (referans) arasındaki sınırın kaybolması durumu ise, video klipleri, tam anlamıyla post modernist estetiğin ürünleri haline getirir. (Uğur, Görüşme)

Öte yandan, video klipler ile sanat arasında daha doğrudan bir ilişki aranıp "video klip yeni bir sanatsal tür müdür?" sorusu yöneltildiğinde, yanıt olumsuz olmak zorundadır. Çünkü, video klabin getirdiği yenilik, sinemanın kurduğu ve hala merkezinde durduğu alanın sınırları içinde kalmaktadır. Video klip en kalıcı kabulle, televizyon filminde ve dilinde

bir aşama olarak görülebilir.

Video klip, televizyon filminde bir aşama olarak ele alındığında, klipi incelemek ve bir takım yargılarda bulunabilmek daha kolaylaşacaktır. Televizyonda gerçek anlamda sanatsal değeri ve önemi olan yapıtlar izlendiği kadar, sanatsal değer taşımayan yapıtlarda izlenmektedir.

İşte buna benzer ayrımlar yapabilmek, video klipler için de geçerlidir. Yine de video kliplerin reklam içerikli olduğunu unutmamak gerekir.

Günümüzde her alanda hız en geçerli kuraldır. Doğal olarak video kliplerde de geçerliliğini korumaktadır. Küçük parçaların akıcılığı, çekiciliği herkesce kabul edilmiştir. Bir plan üç saniyeden fazla mı, kes gitsin. Sakin duran bir plaj görüntüsü mü, at gitsin. Tabi bu tasarı sıradan sinema filmleri içinde geçerlidir. (Evren, 1985 Gelişim Video)

Günümüzde televizyonda yoğun olarak yayınlanan video klipler, yepyeni bir anlatım dili oluşturmaya başlamıştır. Seyirciler artık video müzikalleri bilinen filmlerden farklı bir gözle okumaya ve seyretmeye alışmaktadır. Örneğin, çok kısa, bir kaç dakikalık da olsa iyi yapılmış bir video klip seyirciyi hiç sıkmadan, kendini tekrar tekrar bir çok kez seyrettirebilmektedir. Hatta tekrar tekrar yayınlanan klipte yeni yeni ayrıntılar, bağlantılar bulmakta mümkün olmaktadır. Uzun çalar plaklarının tanıtımı için yapılan promosyonlar böylesine bıkmadan seyredilebilmektedir. Buda plak yapımcıları için video kliplerin vazgeçilmez önemini ortaya çıkarmaktadır.

3.1. Video Klip Çözümlemesi

Bu çalışma, durum saptaması niteliğinde olup televizyonda yayınlanan video kliplerin nasıl bir görsellik taşıdığını ve bunu nasıl yansıttığını saptamak amacıyla yapılmıştır. Bunun için de araştırmacı için görsel anlatım öğeleri farklılık taşıyan iki klip seçildi. Örnek olarak seçilen video klipler için önce; şarkının sözlerinin yazımı daha sonra klipin görüntülere göre akış dökümü ve görselliğinin incelemesi yapıldı.

Örnek olarak; Orhan Atasoy'un "Gemiler" ve Sibel Alaş'ın "Adam" klipi seçildi.

3.1.1. Orhan Atasoy'un Gemiler Şarkısının Video Klbinin Görsel ve İçerik Çözümlemesi

GEMİLER

Bir an için çıksan hayatımdan
 Yanık tenli omuzundan
 Kurtulsam maziden uzaklarda
 Şu anda yarımda,
 Şu son bulan ömrümde
 Şu kısık beynimde
 Kafesteki kuş misali
 Kafesteki kuş misali
 Uçmaz oldu aşkım, aşkım...
 Ah sen geçerken sahilden sessizci

Gemiler kalkar yüregimden gizlice
 Sen geçerken sahilden sessizci
 Gemiler kalkar yüregimden gizlici
 Ah sen geçerken sahilden sessizce
 Gemiler kalkar yüregimden gizlice
 Deniz rüzgara karışmış güneşe
 Martılar uçardı yüzlerce
 Sıcak kumlu o ellerde
 Dalga sesleri vardı güneşlerde, güneşlerde
 Bir an için çıksan hayatımdan
 Yanık tenli omuzundan
 Kurtulsam maziden uzaklarda
 Şu anda yanımda...

Klip boyunca kullanılan görsel malzeme sadece yapılan çekimdir. Klip toplam üç plandan oluşmaktadır. İlk planın 3 dakika 48 saniye, ikincisi 15 saniye, üçüncüsü ise 10 saniye uzunluğundadır. Toplam 4 dakiki 13 saniyeden oluşmaktadır. Görüntünün kalitesi, bilerek grenleşmeyi sağlamak amacıyla elektronik olarak bozulmuştur. Klipin son kısmında resim siyah beyaza dönüştürülmüştür. Bunun dışında klipte görsel efektler kullanılmamıştır. Klipin üçüncü planı dışında, yalnızca genel plan kullanılmıştır.

Klipin Görüntülere Göre Akış Dökümü;

Dış / Gece / Genel / Duvar önü

Müzik başlar

Bir kadın çerçeveye soldan yürüyerek
 girer. Kamera sağa kaydırma ile ka-

dını takip etmeye başlar.

- Arkada iki adam bir bidon başında durur.
- Ön tarafta iki genç adam çerçeveyi kaplar, sigara içmektedirler aralarında normal olmaya seksüel ilişki vardır.
- Arkada üç adam koltukta uyumaktadır. Kamera hareketine hala devam etmektedir.
- Bir adam çerçeveye girer yürüyen kadın oyuncuyu taciz eder. Şarkı sözü başlar.
- Çerçevenin ön tarafına bir genç çift girer, öpüşürler.
- Kadın yürümeye devam eder.
- Çerçeveye kamera hareketine paralel olarak bir düğün töreni sonu girer, insanlar birbirini öpmekte, alkışlamaktadırlar.
- Yürüyen esas oyuncu onlara bakar ve yürümeye devam eder.
- Çerçeveye sokak serserileri girer kavga etmektedirler.
- Gelinle damat çerçeveye soldan girip koşarak terk ederler. Arkada ise genç bir kız tek başına dans eder.

- Dügün törenindeki insanlar da ÇerÇeveye soldan girip koşarak terk ederler.
- Bir kız ip atlayarak sağdan ÇerÇeveye girer. Kadın yürümeye devam eder, kamera izleme hareketini sürdürür.
- Arkada birkaç adam görünür, enteresan bir adam havada sallanmaktadır.
- Ön tarafta bir travesti hıçkırarak ağlar.
- Arkada altı yedi kadın bir adamın üstündeki giysileri çıkartmaya çalışır.
- O gruptaki iki kadın yürüyen Kadını taciz ederler.
- Ön tarafta başka bir kadın ve adam kavga eder. Kamera hala izleme hareketini sürdürür.
- ÇerÇeveye sağdan yeni giren üç kadın Kadın oyuncunun üstündekileri parçalayarak çıkartırlar.
- Bu arada Kadın sandığımız oyuncunun bir travesti olduğunu görürüz.
- ÇerÇevenin önünde sakat bir adam genç bir kadınla dans eder.
- Oyuncu başındaki peruğu çıkarıp atar. Üstünde kalan kıyafetlerin

bir kısmını da çıkartır, makyajını yavaş yavaş siler.

- Pank tipli ve kıyafetli bir kadın çerçeveye girer.
- Oyuncu yürürken kalan kıyafetlerini çıkartmaya devam eder, makyajında siler.
- Bu tek plan görüntü üstüne dans eden bir kadın selüeti croma key'lenir ve 8 saniye 20 kare sonra alınır.
- Arkada genç bir kadına üç erkek kur yapar. Genç kadın çerçeveye yeni giren bir dördüncü erkekle çerçeveyi terk eder.
- Arkada bir başka kadın. Yerde yatağa uzanmış bir adamda ona enstürman çalar. Arkada motorsikletli bir grup görünür.
Dans eden bir kadın silüeti görüntüye chroma key'lenir.
Resim tamamen siyah beyaz'a dönüşür.
Dans eden kadın resmi 15 saniye 20 kare sonra geri alınır. Esas görüntü siyah beyazdan renkliye dönüşür.
- Oyuncu yürümeye, kamera da izleme hareketine devam eder. Arkada da motorsikletli görüntü hala vardır.

- Ön tarafta sigara içen bir adam görüntüye girer. Oyuncuyu garip bulmuşcasına bakar.
- Ön tarafta genç bir kadınla adam çerçeveye girer, genç kadın adama esir muamelesi yapar.
- Arkada iki kişi tuhaf kıyafetlerle tuhaf bir şekilde havada asılıdırlar.
- Oyuncu yürümeye devam eder.
Bir müzisyen görüntüye girer (Orhan Atasoy) iki kişi dans eder.
Müzisyen oyuncuyla birlikte yürür.
Mix

2- Dış / Gündüz / Genel
Gemi görüntüsü siyah beyaz
Mix

3- İç / Gece / Bel plan
Dans eden selüet kadın görüntüsü
Siyah-beyaz
Mix

4- Siyah
(Şarkı siyah üzerinde 8 saniye
15 kare devam eder)

Klibin Görsel ve İçerik Anlatısı

Orhan Atasoy'un "Gemiler" klipi Umur Turagay tarafından

1993 yılında çekilmiştir. Klipde toplumsal öğeler yer almaktadır. Bir rıhtımda çekilen video klip dört dakikalık kesintisiz zaman dilimi içinde günlük yaşamın marjinal noktaları verilmeye çalışılmıştır. Klipde kavga, düğün, aşk, cinsellik, keder, üzüntü gibi gündelik yaşamın bir takım yansımaları izlenir. İnsanın kendi kimlik arayışı da sorgulanır. Oyuncunun özellikle travesti kılığında olması, onun kendi kimliğini aramakta olduğunu gösterir. Kuramsal kısımda verilen, post moder insanın cinsellik sorgulaması klipteki oyuncuda görülür. Toplumda kimlik arayışı içinde olan diğer insanlara gönderme yapılmaktadır. Kalmakla-gitmek arasındaki duygu yoğunluğu ölüm ve yaşama karşılaştırılır. Post modernizm'de yaşanan ikilem klipte belirgin olarak göze çarpar. Travesti olan oyuncu geçmişle geleceği arasında çelişki yaşar. Klipteki travestiyi oynayan oyuncunun isyancı ve yılgın tavrı pop art'da gözlenen özellikleri sergiler. Klip herşeyin marjinalinin yaşandığı toplumsal yapıyı da irdeleyerek yansıtır. Cinsiyeti ve cinselliği yoğun olarak işleyen klip sıkışmışlığı, isyanı, bunalmışlığı, iki arada bir derede kalma olayını dile getirir.

Buraya kadar anlatılan klipin ekrana yansıyan boyutudur. Perde arkası ise daha farklıdır. Klipin tek planda çekilmesi planlanmıştır. Çünkü, klipin ekonomik olarak maliyetinin düşük olması istenmiştir. Ama klip tek plan olarak çekilememiş; uzun bir arayıştan sonra gemi ve dans planı eklenerek klip tamamlanmıştır.

3.1.2. Sibel Alaş'ın Adam Şarkısının Video Klbinin Görsel ve İçerik Çözümlemesi

ADAM

Sevip de söyleyemediğim şarkılar var
 Bir dizesini asla hatırlayamadığım şiirler
 Keşke keşke "o ben olsaydım" dediğim hikaye kadınlar
 Düşlerim var
 Uyandığımda yalnız başını hatırladığım
 Ve asla sonuna kadar görmeyi beceremediğim
 Bir adam ver düşümde, tam dokunacakken uyandığım
 Sonumuzun ne olacağını hiç görmediğim
 Düşümde bir adam var, benim mi bilmediğim
 Bir adam var diyorum, düşünüp düşümden ayrı kaldığım.
 Duyup da söyleyemediğim adımsan gizli kapaklı
 Sevda türküleri tuttursam da ben telli duvaklı
 Yanıma korlar mı adam seni,
 Koparıp acıtmazlarmı beni,
 Nafile yanar elim dudağım
 Seni bana yar ederler mi?
 Yağmur bulutu unutursa,
 Dalında çiçigi kurutursa
 Yar benden utanırsa
 Düşündüm düşümden ayrı kaldım,
 Duyup da söyleyemediğim adımsan, gizli kapaklı
 Sevda türküleri tuttursam da ben telli duvaklı
 Yanıma korlarmı adam seni
 Koparır acıtmazlar mı beni
 Nafile yanar, elim dudağım ...

Klip boyunca kullanılan görsel malzeme sadece kamera ile yapılan çekimlerdir. Herhangi bir sayısal efekt kullanılmamıştır. Görsel anlatımı güçlendirmek için renk ve ışık farklılıklarından yoğun olarak yararlanılmıştır. Zaman ve mekan değişimi ışık, renk ve mekan farklılıklarından yararlanılarak yapılmıştır.

Klipteki çok sayıda görüntü parçacığı arasında, geleneksel anlamda dramatik bir ilişki yoktur. Düşle-gerçek, renk, ışık, oyuncu ve kamera hareketleriyle verilmiş, insanda varolan gerçeklik verilerinden ve gerçeği varolmayan şeyleri beynin tamamlaması ilkesinden faydalanılarak bu klip oluşturulmuştur.

Sibel Alaş şarkıyı söyleyen sanatçı, klipte üç farklı kişiyi ve kendi kimliğini canlandırır. Klip, öykü olarak alışı gelmediğimizin dışında, biraz da karmaşıktır. Ancak, düşle-gerçek görsel olarak izlendiğinde ise, tam tersine karmaşıklıktan çıkıp yalın ve duru hale gelmektedir. Bunun nedeni ise belkide zamansal değişimlerde sayısal efektlerin kullanılmaması olabilir. Klipdeki kız rolleri tek kişi tarafından (Sibel Alaş) oynanır.

Klipin Görüntülere Göre Akış Dökümü

1- İç / Gece / Resim Stüdyosu (R.s)

Müzik

Daktilo ile mum

kamera sağa pan

mix

2- Gece / İç / R.s.

Yakın Çekim, duvardaki resimler

Mix

3- Gece / İç / R.s.

Masa üstünde yanan mumlar

Kamera soldan-sağa çevrinme

4- Boya fırçalarında,boya tüplerine

Kamera yukarıdan aşağıya çevrinme

5- Tuvalden boya tüplerine

Kamera soldan sağa kayma

6- Genel Ç. / Tuvaldeki resim

Kamera yaklaşır

7- Yakın Ç. / Bir resim

Kamera aşağıdan yukarı çevrinme

8- Yakın Ç. / Bir başka resim

Kamera aşağıdan yukarı çevrinme

9- Genel Ç. / Boş bir tuval önü

Ressam Kız (R.K.) soldan çerçeveye girer. Şiiri söyler.

Sağa doğru yürür elin-

de kırmızı boya kutusu tutmaktadır.

Şiirin sonunda duvara döner ve

Düşümde bir adam

var, benim mi bilme-

diğim bir adam var

diyorum düşünüp,

düşümden ayrı kaldı-

elindeki kırmızı boyayı tuvale fırlatır. ğım.

10- Göğüs Ç. / Tuval önü

R.K. erkek resmi çizmektedir. Müzik

Kamara kızın eline yaklaşır.

Mix

11- Genel Ç. / Tuval önü

R.K. arkası dönük aynı resmi yapmayı sürdürür.

12- Gündüz /İç / Loş mekan

Şarkıcıyı gerçek kimliğiyle görürüz, şarkıyı senkron söylemektedir. Duyup da söyleyemediğim adımsan

Bel, zoom out, genel

13- Yakın Ç. / Herhangi bir gizli

belirsiz nesne.

Geçiş için kullanılır.

14- Göğüs Ç. / Tuval önü

R.K. resmi kırmızıya boyar. kapaklı

Kamera R.K.'dan tuvale doğru

sola çevrinir.

- 15- Genel Ç. / Tuval önü
R.K. mavi rengi'de ekleyip boyama-
maya devam eder. sevda türküleri
tüttürsamda
- 16- Yakın Ç. / Fırça ve tuvalin
bir kısmı. ben
- 17- Gündüz / iç / Loş mekan / Bel Ç.
Kız gerçek kimliğinde şarkıyı
senkron söylemektedir. telli duvaklı
- 18- Gündüz / iç / (R.s) / Genel Ç.
Yapılan resim oluşmaya başlamış
R.K. biraz uzaktan, yaptığı
resme bakmaktadır. Yanıma korlarmı
adam seni
- 19- Diz Ç. / R.K. ve stüdyonun
ilk defa gördüğümüz bir kısmı
Koparır acıtmazlar mı
beni?
- 20- Gündüz / iç / Loş mekan
Bel Ç.
Şarkıcı gerçek kimliğinde şarkıyı
senkron söylemekte Nafile yanar elim du-
dağım. Seni bana yar
ederler mi?
- 21- Gündüz / iç / R.s / Göğüs Ç.
R.K. sandalyede ters oturmakta
arkada tuval ve stüdyonun bir
kısmı gözükmekte yanıma

Kamera sağa çevrinir

22- Gündüz / İÇ / Loş mekan

Diz Ç.

Şarkıcı gerçek kimliğinde şarkı
senkron

korlar mı adam seni

23- Gündüz / İÇ / R.s. / Bel Ç.

R.K. Sandalyeye ters oturmakta
sigara içmektedir.

Kamera boya açılır

koparıp acıtmazlarmı
beni

24- Gündüz / İÇ / Loş mekan

Bel Ç.

Şarkıcı gerçek kimliğinde senkran
şarkıyı söyler.

Kamera yakına girer

Nafile yanar elim
dudağım seni bana
yar ederler mi?

25- Gündüz / İÇ / R.s. / Genel Ç.

Üst açılı. R.s. İlk kez gördüğümüz
bir başka bölüm, duvarda büyük bir
dolap içi boyalarla dolu. Yuvarlak
bir masa üzerinde bir sürü boya
kutusu var, etraf son derece dağınık.
R.K. girer masaya kadar ilerler ve
masanın üstünden içki bardağını ve
şişesini alır.

Seni bana yar
ederler mi?

- 26- Gündüz / Dış / Stüdyo önü
Diz Ç. Müzik
R.K. sandalyede oturmakta ve
içki içmektedir. (Kostümü deği-
şik.)
- 27- Yakın Ç.
R.K kucagında siyah bir kedi var.
- 28- Gündüz / İç / R.s. / Diz Ç.
R.K. (Resim yaptığı kostüm içinde) Duyupta söylemediğim
Tuvale yaklaşip ellerini sürer adımsa
- 29- Yakın Ç.
Çerçeve R.K. diz üstü, göğüs Gizli kapaklı
altı gösterilir. Ellerin
boyasını üstüne sürer
- 30- Gündüz / İç / Loş mekan
Göğüs Ç. Şarkıcı kız gerçek kim- Sevda türküleri
liğind senkron şarkı söyler tuttursam da ben
- 31- Gece / İç / R.s. / Diz Ç.
R.K. koltukta oturur. Yorgun telli duvaklı
ve kötü gözükmetedir.
- 32- Diz Ç. (başka bir ağı)
R.K. koltukta oturmaya devam yanıma
etmektedir.

33- Boy Ç.

Uzun saçlı, beyaz kostümlü kız
senkron şarı söylemekte ve
yürümektedir.

korlarmı adam seni
koparıp acıtmazlar mı
beni

34- Genel Ç.

Kamera sağdan sola stüdyoyu
tarar

Nafile yanar elim
dudağım

35- Diz Ç.

Uzun saçlı beyaz kostümlü kız
senkron şarkıyı söyler (Mix)

Seni bana yar ederler
mi?

36- Diz Ç.

Uzun saçlı beyaz kostümlü kız
uzaktan koşarak kameraya yak-
laşmaktadır. Elini yukarıya
uzatıp bir şeyi yakalamak is-
temektedir.

Yanıma

37- Genel Ç. / Alt açığı

Stüdyo tavanı kısmen görünmekte-
dir. Kırmızı bir eşarp havada,
yukarıya doğru uçmaktadır.

korlar mı adam

38- Bel Ç.

Bir kapı açılır, Uzun saçlı be-
yaz kostümlü kızını görürüz.

seni koparıp atmaz-
lar mı

39- Genel Ç.

Kısa saçlı beyaz dekolte elbise-
li kız resim yapmaktadır.

beni nafile

40- Boy Ç.

Uzun saçlı beyaz elbiseli kız
38. çekimde ki hareketin tamam-
layıp kapıdan içeri girer.

yanar elim dudağım

41- Genel Ç.

Kısa saçlı dekolte beyaz elbi-
seli kız resim yapmaya devam
eder.

Seni bana yar
ederler mi?

Kamera olduğu yerden aşağıya
doğru iner tabanın altında ki
kata inmiştir. Beyaz bir adam
elinde kırmızı eşarpı dans et-
mektedir.

42- Genel Ç.

R.K. yatakta uyur. Beyaz adam
kırmızı eşarp elinde içeri
girer, garip yürümektedir.

Bana yar ederler

43- Yakın Ç.

Ne olduğu bilinmeyen nesne
(Geçiş planı)

mi?

44- Genel Ç.

R.K uyur. 42. çekimin devamı.

Müzik

Adam elindeki eşarbi kızzın
yatağının baş ucuna koyar.

45- Yakın Ç.

Uyuyan R.K. birden korkuyla
yuanır.

Yağmur

46- Genel Ç.

45. çekimin devamı

bulutu unutursa

47- Yakın Ç.

(45. çekimin aynısı)

48- Genel Ç.

R.K. yataktan inmiş çerçevenin
soluna doğru yürümektedir.

Dalında çiçeği
kurutursa

49- Yakın Ç.

R.K. terini siler, bir vantila-
tör çerçevenin solunda ve
yarısını kaplamaktadır.

Yar benden

50- Yakın Ç.

Eller gözükür, bir kaptan, bir
avuç su alır.

utanırsa

51- Diz Ç.

50. çekimin devamı R.K. yüzünü yıkar.

düşündüm, düşümden

52- Yakın Ç.

R.K. vantilatöre bakar
Mix

ayrı kaldım

53- Gündüz / Dış / R.s. Önü

Genel Ç. Eski yıkık evler

yağmur

54- Gündüz / İç / R.s.

Genel Ç.

R.K yataktan iner,

bulutu unutursa

56- Gündüz / İç / Loş mekan

Diz Ç.

Şarkıcı gerçek kimliğinde
senkron şarkıyı söyler.

Dalında çiçeği

kurutursa

57- Gündüz / İç / R.s.

Bel Ç.

R.K başsız mankenin üzerindeki
kırmızı eşarbı alır ve koklar

Yar benden utanırsa

58- Gündüz / İç / Loş mekan

Bel Ç

Şarkıcı gerçek kimliğinde
senkron şarkıyı söyler.

Düşündüm, düşümden

ayrı kaldım

59- Gece / İç / Merdivenler

Yakın Ç.

Müzik

Beyaz adamın bacakları görünür
merdivenleri çıkar, kırmızı eşarp
ayaklarına doğru sarkmaktadır.

Uzun saçlı beyaz elbiseli kız
merdivenleri tırmanır.

Kızın yüzü gözükür.

60- Yakın Ç.

Beyaz adamın eli ve kırmızı
eşarp merdiven arasından gözükür.

61- Genel Ç.

Beyaz adam beyaz bir ışığa doğ-
ru merdiveni tırmanmaya devam
eder. Yanında kırmızı eşarp
vardır. Kız onu izler kostüm
kırmızıdır.

62- Yakın Ç.

Kırmızı kostümlü kız beyaz bir
ışık ortamının içinden çıkar

63- Yakın Ç.

Erkek heykeli
kamerera tilt-up

Mix

64- Gece / İç / Mekan belirsiz

Genel Ç.

Kırmızı kostümlü kız bu mekana girer

65- Yakın Ç.

El heykelin eline dokunur

66- Gece / İç / R.s. / Genel Ç.

R.K. tuvale yaptığı adam figürü görünür.

67- Bel Ç.

Kırmızı elbiseli kız

68- Genel Ç.

R.K. tuvale çizdiği adam figürü

69- Yakın Ç.

Kırmızı elbiseli kız eliyle adam figürüne dokunur.

70- Yakın Ç.

R.K. yataktatan hızla kameraya doğru kalkar

71- Yakın Ç.

Tavandaki lamba sallanmaktadır.

72- Gündüz / İÇ / Loş mekan

Diz. Ç.

Şarkıcı kız gerçek kimliğinde
senkron şarkı söyler

Duyup da söylemediğim
adımsa

73- Gündüz / İÇ / R.s. / Genel

R.K. kırmızı eşarbi boynuna ta-
kar. Çerçevenin soluna doğru
yürür.

gizli kapaklı

74- 72. çekimin devamı

sevda türküleri

75- Gündüz / İÇ / R.s.

Diz Ç.

R.K. palette renk karıştırmaktadır.

tuttursam da ben

76- Gündüz / İÇ / Loş mekan

Diz Ç.

Şarkıcı kız gerçek kimliğinde
camın önün oturmuş, senkron
şarkı söylemekte

telli duvaklı

Yanıma korlar mı

adam seni, koparıp

77- Gündüz / İÇ / R.s.

Diz Ç.

Tuvalin önü R.K. resmi yapmaya
devam etmektedir.

acıtmazlar mı beni

78- Gündüz / İç / Loş mekan

Bel Ç.

Şarkıcı kız gerçek kimliğiyle
senkron şarkıyı söyler

yanıma korlar mı adam
seni koparıp acıtmaz-
lar mı beni

79- Gece / İç / R.s. / Genel Ç.

R.K tuvalin tam karşısında bir
koltukta oturmakta, resmi seyret-
mektedir. (Kostüm kırmızı)

Nafile yanar elim
dudağım

80- Boy Ç.

79. çekimin devamı kız içki
içer.

Seni bana yar
ederler mi?

81- Gece / İç / R.s / Bel Ç.

Uzun saçlı beyaz kostümlü kız
şarkıyı senkron söyler.

Seni bana yar
ederler mi?

82- Yakın Ç.

Koltuktaki R.K. uykuya dalmıştır.

83- Yakın Ç.

R.K. eli, içki bardağı serbest
kalır ve koltuğa çarpar.

yağmur

84- Yakın Ç.

R.K. kızın bacakları

bulutu

- 85- Gece / iç / Belirsiz Mekan
Genel Ç. unu-
Beyaz adam dans eder, etrafta
hareketsiz duran adamlar vardır.
- 86- Gece / iç / R.s. / Yakın Ç.
R.K. koltukta uyumaya devam eder tursa
- 87- Yakın Ç.
Beyaz adamın gözleri
- 88- 86. Çekimin aynısı Dalında
- 89- Yakın Ç.
Kısa saçlı beyaz dekolte elbi- Çiçeği
seli kız
- 90- Bel Ç.
Beyaz adam kurutursa
- 91- Yakın Ç.
iki mum esintiyle söner yar benden
- 92- Yakın Ç.
Tavandaki lamba sallanır utanırsa

93- Gece / İç / Belirsiz Mekan

Diz Ç.

Kısa saçlı beyaz dekolte elbiseli
kız adamların etrafında dolaşır
Beyaz adam dans etmeye devam etmek
tedir.

Düşündüm düşümden

ayrı kaldım

94- Yakın Ç.

Uzun saçlı beyaz elbiseli kız
şarkıyı senkron söyler.

yağmur bulutu unuttur-

sa, dalında çiçeği

kurutursa

95- Gece / İç / R.s. / Genel Ç.

R.K. koltukta uyumaya devam
etmektedir.

yar

96- Genel Ç.

Boya kutuları, siyah kedi boya-
ların aralarında dolaşır.

benden utanırsa

97- Genel Ç.

Beyaz adam tuvale doğru ilerler.

düşündüm

98- 96. Çekimin devamı

Boya kutuları sallanmaktadır.

düşümden

99- Yakın Ç.

Beyaz adamın belden üstü, göğüs-
ten altı çerçevede.

ayrı kaldım

100- Yakın Ç.

Boya kutuları yere düşer

yağmur

101- Genel Ç.

R.K. koltukta uyumaya devam eder, beyaz adam dolaşır.

bulutu unutursa

102- Yakın Ç.

Baya kutuları devrilmiş ve biri yuvarlanır.

dalında çiçeği

103- Genel Ç.

R.K. koltukda uyur.

kurutursa

104- Yakın Ç.

Kedi hızla kadri terk etmeye yönelir

yar

105- Yakın Ç.

Beyaz adam yürümeye devam eder.

benden

106- Yakın Ç.

Kedi kadri terk eder

utanırsa

107- 105.çekimin devamı

düşündüm

108- Gece / Dış / Genel Ç.

Uzun saçlı kırmızı kostümlü bir kadın pencereden bakar.

düşümden

109- Gece / İç / R.s. / Yakın Ç.

Beyaz adamın eli tuvaldeki adam füğürünü boyar.

ayrı kaldım

110- Gece / Dış / Yakın Ç.

Kırmızı kostümlü biri kadın yürümekte, yerde kırmızı boya lekeleri vardır, kadın onlara basmaktadır.

yağmur bulutu

111- Yakın Ç.

R.K beyaz ışıktta belirir.

unutursa

112- 110. çekimin devamı

kız koşmaktadır.

Efekt başlar.

Elektronik bir sesdir.

(Müzik yoktur)

113- Yakın Ç.

Belirsiz bir görüntü

114- Yakın Ç.

Belirsiz bir başka görüntü

115- Gece / İç / R.s. / Yakın Ç.

Beyaz adamın eli resmi boyar.

116- Gece / Dış / Diz Ç.

Kırmızı elbiseli kız koşar.

117- 115. çekimin devamı

118- Yakın Ç.

Kırmızı elbiseli kız koşmaya
devameder.

119- Yakın Ç.

Belirsiz resim

120- Yakın Ç.

Beyaz adam resmi yapmaya
devameder.

121- Yakın Ç.

Kırmızı elbiseli kız koşar.

122- Yakın Ç.

Bir taş stün

123- Boy Ç.

Koşan kız taşın yanında dinlerir

124- Yakın Ç.

Kırmızı elbiseli koşan kızın elleri

kamera hızla yüzüne yükselir.

125- Genel Ç.

Beyaz adam resim yapmaya
devameder.

126- Yakın Ç.

Kız koşmaya devameder.

(slow)

127- Yakın Ç.

Koşan kızın ayakları boş
ÇerÇeveye girer.

128- Gece / İç / R.s. / Göğüs Ç.

Koltükta uyuyan R.K yavaşca uya-
nır. Tuvale bakar ayağa kalkar,
yürümeye başlar, kamera ayak-
lara iner, kızın ayakları kırmızı
boya olmuştur. Yürümeye
başlar, yerde ayak izleri ka-
lır.

Müzik tekrar başlar

Mix

129- Yakın Ç.

128. Çekimin devamı. Ayak izleri

130- Genel Ç.

Tuval, ayak izleri tualde sona
ermektedir. Resmin tamamı kır-
mızıyı düşer.

Mix

Klibin Görsel Anlatısı

Sibel Alaş'ın "Adam" şarkısının video klipi Abdullah Oğuz tarafından 1994 yılında çekilmiştir. Klip şarkının sözlerinden etkilenilerek görselleştirilmiştir. Klipin nasıl görüntüleneceği konusunda çalışılırken, Sibel Alaş'ın önerisi üzerine yukarıda verilen senaryo hazırlanmıştır.

Klipte görsel olarak, insanların gerçek hayatta bulamadıkları sevgiyi arayışları anlatılır. Düşle gerçek arasındaki ilişki dile getirilir. Bu klipte gerçek, soyut kavramlarla ekrana yansıtılmıştır. Kadının düşünde yarattığı adam imlenmiş bir öğedir. Sevgiyi temsil eder. Çağdaş toplumun sonucu olarak ortaya çıkan yalnızlık ve yabancılaşma duyguları düşlerle yansıtılır. Kadın gerçek hayatta varolmayan bir sevgiyi beyaz adamda bulmuş ve başka bir kadını bu sevgiyi yaşarken görmüştür. (O kadın da kendisidir.) Bir sonraki düşte o kadının yerine kendisi geçmiş, o sevgiye kendisi sahip olmaya çalışmıştır.

Düş planlarında hiç bir zaman gerçekte öyle olmamış bir mekan, dekor ve ışık kullanılmıştır. Gerçeğiyle ilintisi olmayan insanlar (adamlar) düşte görev almıştır. Düşteki adam

bir değişimle gerçek yaşamı geçip dūřüne girdiği kıza bir eşarp getirir. Erkek gerçek yaşamda da varlığını kanıtlamak istercesine, tuvaldeki resmi yapmaya çalışır. Kıza dūřündeki beyaz adamı yakalamak için çaba harcar. Dūřündeki boyalar ayaklarına bulaşmış, uyandığında ise gerçekten boya olmuştur. Böylelikle dūřteki soyutluk, gerçek yaşama taşınmıştı. Kız gerçek hayata ulaşamayacağını varsaydığı beyaz adama (adam burda kızın gerçek hayatta istediği herşeyi temsil etmektedir.) ulaşabilmek için tuvalin içine girip soyut yaşama geçmeyi bile göze almıştır.

Klibin tamamında postmodern anlayışın etkileri görülmektedir. Bunu dūřle gerçek arasında kalmasından anlamaktayız. Popüler kültürün bir sonucu olarak ortaya çıkan yabancılaşma daha önce kuramsal kısımda bahsedildiği gibi, kıza anti-sosyal yapmıştır. Bu klip belkide varolan toplumsal yapıya bir başkaldırıdır.

SONUÇ

Plak tanıtım amacıyla üretilen video klipler zamanla kendi başlarına bir varlık olduklarını kanıtlayınca toplumsal etkileri de görülmeye başlanmıştır.

Video klipler artık kültürel endüstrinin bir parçasıdır. Piyasaya yeni çıkan bir müzik yapıtının reklamını yaptığı kadar başka şeylerin de reklam taşıyıcısı durumundadır. Örneğin; Michael Jackson'ın giydiği mont her yerde aranılır ve kapışılır olmuştur. Kısa pantolonu, simli çorapları, ıslak saçları, dansı artık popüler kültürün bir parçası olmuş, Michael Jackson'da ikonlaşmıştır.

Yaratıcılığın son ürünlerinden biri diyebileceğimiz video klipler, görsellik ve içerik açısından özgür bir yaratıcılık sunmaktadır. Yaratıcılar dünyasını etkilemekte düşünme ve algılama biçimlerinde değişikliklere yol açmaktadır. İzleyicilerinin ise yaratıcılığını kısıtlamaktadırlar. Herhangi bir video klipi izleyen kişi, sonraki salt dinlemelerinde artık daha önce izlediği görüntüler çerçevesinde düşünmektedir. Kendisi yeni bir yaratıma geçmemektedir. Görüntüyle beraber izlendiğinde ise her seferinde bir öncekinde fark etmediği ayrıntıları, imleri yakalamakta onlarla oyalanmaktadır. Bu oyalanma sırasında klipten etkilenmekte ve kültürlenme sürecini de yaşamaktadır. Herzaman büyük bir etkilenim söz konusu olmasada, gözle görülür bir takım değişimlerde izlenmektedir.

Video klabin etkileri bir toplumu ayağa kaldıracak kadar büyüktür. Bu düşünceyi gerçekleştirdiğini var sayabileceğimiz Madonna'nın 1990 yılında "Like A Prayer" şarkısının vi-

deo klipini piyasaya sürmüştür. Bu dört dakikalık video klipin televizyon'da gösterilmesiylede ortalık birbirine girmiştir. Madonna'nın erotik video klipi özellikle katolikleri çıldırtmıştır. Hıristiyanlığı aşağılamakla suçlanan Madonna için İtalya'da tutuklama kararı bile çıkarılmıştır. Bu kliple Madonna kilisede son derece erotik bir dans yapmakta ve haça gerilmiş Hazreti İsa'yı canlandıran bir zenci oyuncuyu baştan çıkarmaya uğraşmaktadır. Video klipin sonunda ise zenciye haçtan indirip kilisenin ortasında sevişmiştir. Bu arada Madonna Pepsi Cola'nın reklamını yapmaktadır. Hıristiyan dünyasının bu filmde dolayı boykot tehdidi karşısında Pepsi Co-la şirketi Madonna'nın oynadığı reklamları durdurduğunu açıklamıştır. Aynı parça Amerika ve Avrupa ülkelerinde beklenilenin üzerinde satmıştır.

Video kliplerde imgelerin kendi aralarında alternatif bir dünya oluşturma özelliği, bizi video ile sanat arasındaki ilişkinin kavşagına getirip bırakmaktadır.

Vide klipler kitle iletişim araçlarından biri olan televizyonun anlatın dilini kullanmakta. Ancak bunu kullanırken, görel ve içerik açısından kuralsızlık ve sınırsızlık taşımakta. Amaç ve şekilsel olarak televizyondan farklılık taşıdığı için yeni bir biçim olarak değerlendirmek gerekir.

Bu araştırma video klipin, köklü bir biçimde betimlenişini değildir. Yalnızca video klipin artık bir iletişim biçimine dönüştüğüne dikkati çekerek yeni araştırma ve incelemelerin yapılması gerektiğini vurgulamaktır.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

Batmaz, Veysel. "Popüler Kültür Üzerine Değişik Kuramsal Yaklaşımlar", İletişim, Sayı I, 1981.

Birsöz, Dunar. Ruh Sağlığı Ve Hastalıkları, Ankara: Türkiye Sinir ve Ruh Sağlığı Derneği Yayınları, No: 7, 1981

Büker, Seçil. Sinemada Anlam Yaratma, Eskişehir, Milliyet Yayınları, 1985.

Çağdaş Bir Eğitim ve İletişim Aracı Video Araştırma Kuram Uygulama, Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi Ve Yığın Eğitim Vakfı, Eğitim Araştırma ve Bilimsel Yayınlar Dizisi, No: 4, Eskişehir, 1986.

Ersoy, Ayla. Sanat Kavramlarına Giriş. İstanbul, 1983.

Güleryüz, Kezban. Kurgu Dergisi, Sayı 7, 1990

Haag, Van Den. "Of Happiness and Of Dispair We Have No Measure", Mass Culture, Edited by: Rosenberg, White The Free Press of Glencoe, NY 1964.

Juriy, M. Lotman. Sinema Estetiğinin Sorunları, Çev: Özgül, Oguz, İstanbul: De, 1986

Kafalı, Nadi. Televizyon Yapımlarında Teknik ve Kuramsal Temeller, Ankara, Ümit, 1993.

Kağıtçıbaşı Çiğdem. İnsan ve İnsanlar, 5. Baskı, İstanbul: Beta, 1983

Kılıç, Levent. Görüntü Estetiği, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1994.

Lynton, Norbet. Modern Sanatın Öyküsü, Çev: Öziş Sade, İstanbul: Remzi, 1982.

Mayerson, Rolf. "The Sociology of Popular Culture (Looking Backwards and Forwards)", Communication Research, Vol. 5, N. 3, July 1978.

Millerson, Gerald. The Technique of Television Production, Focal Press, London, 1979.

Millerson, Gerald. Effective Television Production, Focal Press, London, 1982.

Ozankaya, Özer. Toplum Ve İletişim, Ankara, 1981.

Özkay, Ünsal. "Popüler Kültürün İdeolojik İşlevi Üzerine", Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar, Ankara: Savaş, 1983.

Özkök, Ertugrul. Kitlelerin Çözülüşü, İstanbul: Tan, 1985.

Şenyapılı, Önder. Toplum Ve İletişim, Ankara, 1981.

Tunalı, İsmail. Estetik Beğeni, İstanbul, 1983.

Turani, Adnan. Dünya Sanat Tarihi, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, No: 99, Dizi: 5, Ankara, 1983.

White, Gordon. Video Techniques, Focal Press, London, 1992.

Wurtzel, Alan. Television Production, McGraw Hill, New York, 1985.

Zettl, Herbert. Television Production Handbook, Wadsworth Publishing, California, 1984.

Zettl, Herbert. Sight, Sound, Motion: Applied Media Aesthetics, Wadsworth Publishing, California, 1973.

DERS NOTLARI

Kesim, Mehmet. "Basılmamış Ders Notları", Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 1987.

Ugur, Aydın. "Basılmamış Ders Notları". Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 1987

KAYNAK KIŞİLER

Erdoğan, Süleyman. Elektronik Mühendisi, URT Teknik Genel
Müdür Yardımcısı, "Görüşme", İstanbul, 1996.

Evren, Burçak. Gazeteci - Araştırmacı, "Görüşme", İstanbul,
7 Eylül 1989.

Gürzap, Ayşe. Klip Yönetmen Yardımcısı, "Görüşme", İstanbul,
1996.

Karacan, Ömer. TV Müzik Program Hazırlayıcısı. "Görüşme",
İstanbul, 17 -18 Ağustos, 1989

Kibar, Melih. Besteci, "Görüşme", İstanbul, 25 -27 Kasım
1989.

Oğuz, Abdullah. Klip Yönetmeni, "Görüşme", İstanbul, 1996.

Turagay, Umur. Reklam Ve Klip Yönetmeni, "Görüşme", İstanbul,
1996.

Öz, İzzet. TV Program Yönetmeni, "Görüşme". İstanbul, 22-23
Kasım 1989 ve Ağustos 1996.