

Türkiye’de Somut Olmayan Kültürel Mirasın Medyaya Yansıması ve Kültür Endüstrisi Sorunu

Elif Pınar KILINÇ* 

ÖZ

Kapitalist ilişkilerin hakimiyetindeki kültür endüstrisinde işlevsel olan medyanın, 2003 UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi kapsamında belirlenen unsurların korunması ve yaşatılması için kullanımı, bir tehdit midir yoksa bir fırsat mıdır? sorusu, makalenin problemi oluşturmuştur. Geçen on altı yılda medyanın bu tartışmalı durumunun geldiği aşamayı ve özellikle dijitalleşen günümüz medyasında işlevsel olarak yerini ortaya koymayı amaçlayan çalışma, Türkiye’de bu mirası oluşturan bütün unsurların, en çok görüntülenen dijital gazetelere yansıma sıklığı ve biçimi üzerine bir araştırma olması açısından önemlidir. Nitel araştırma tekniğinin benimsendiği çalışmada veriler, literatür ve doküman analizi yöntemi ile tarihsel bir yaklaşımla incelenmiş ve örnekler üzerinden değerlendirilmiştir. Ayrıca, Türkiye’nin Somut Olmayan Kültürel Miras Listesinde yer alan unsurların, internette sırasıyla en çok görüntülenen Hürriyet, Sabah, Milliyet, Sözcü, Posta, Haber Türk ve Yeni Şafak gazetelerinde yer alma sıklığına dair veriler, Python programlama dili kullanılarak gerçekleştirilen web kazıma (web scraping) tekniğiyle tarama yapılarak elde edilmiştir. Çalışmada ortaya çıkan en önemli bulgu, medyanın kültürel mirasın korunması için bir risk ya da fırsat oluşturmasının ötesinde, dijital medyada bu mirasın yeterince yer bulamaması; bulunduğu ise korunması ve yaşatılması kapsamında gerekli olan planlama, hassasiyet ve özenin eksik olduğu bir anlayışın hâkim olmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Somut Olmayan Kültürel Miras, Kültür Endüstrisi, UNESCO.

Media Reflection of Intangible Cultural Heritage in Turkey and the Problem of Culture Industry

ABSTRACT

The question of whether the use of the media, which is functional in the culture industry dominated by capitalist relations, for the protection and preservation of the elements identified in the 2003 UNESCO Convention on the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage is a threat or an opportunity constitutes the problem of the article. The study aims to reveal the stage reached by the controversial situation of the media and its function in today's digital media. The data is analyzed by adopting a historical approach through literature and document analysis and evaluated through examples. The data on the frequency of the cultural elements on the list in Hürriyet, Sabah, Milliyet, Sözcü, Posta, Haber Türk and Yeni Şafak newspapers, which are respectively the most viewed newspapers in Turkey, were obtained by scanning with the web scraping technique using the Python programming language. The most important finding that emerged is that beyond the fact that the media poses a risk or opportunity for the protection of cultural heritage, this heritage does not find enough space in digital media; and when it does, it is dominated by an understanding that lacks the planning, sensitivity and care required for its protection and preservation.

Keywords: Intangible Cultural Heritage, Culture Industry, UNESCO.

1. Giriş

İnsanlığın, varoluşundan bu yana şekillendirdiği ve paylaştığı sözlü anlatımlar, toplumsal uygulamalar, şölen ve ritüeller, gösteri sanatları, el sanatları geleneği, doğa ve evrenle ilgili uygulamalardan oluşan somut olmayan kültürel mirasın yaşatılması ve korunup aktarılması, kapitalist düzenin hakimiyetinde mümkün değildir. Hali hazırda yaşayan ancak ömürleri insan yaşamıyla sınırlı olan ve daha çok sözel biçimlerden oluşan bu kültürel miras değerlerini korumaya almak, yaşatmak, yeni nesillere aktarmak amacıyla, UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi 2003 yılında kabul edilmiştir. Bu mirasın sürdürülebilirliğinde, genç kuşaklara teslim edilmesi ise özellikle üzerinde durulan bir koruma ve yaşatma stratejisidir. Bu kapsamda, eğitim ve medyanın üstlendiği rol öne çıkmaktadır. Konunun bilinirliği

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Dr. Öğr. Üyesi/Asst. Prof., Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye/ Anadolu University, Eskişehir, Türkiye, epkilitcatan@anadolu.edu.tr

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 30.04.2024-27.05.2024

Citation/Atf: Kılınç, E. P. (2024). Türkiye’de somut olmayan kültürel mirasın medyaya yansıması ve kültür endüstrisi sorunu. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 453-469. <https://doi.org/10.52642/susbed.1476209>

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



üzerine daha önce yapılan çalışmalar mevcuttur. “Somut Olmayan Kültürel Miras Farkındalığının Bilinirlik ve Deneyimleme Açısından Değerlendirilmesi” başlıklı 2021’de gerçekleştirilmiş çalışmada, Türkiye adına kayıtlı on dokuz somut olmayan kültürel miras unsurunun halk tarafından “bilinirlik” ve “deneyimleme” düzeyleri araştırılmıştır. Çalışmanın bulgularında, bu mirasın beşinin hem farkındalık düzeyi hem de bilinirlik ve deneyimleme düzeyi yüksek çıkarken; bilinirlik düzeyleri yüksek ancak deneyimleme düzeyleri düşük olan beş somut olmayan kültürel miras unsurunun ise kısmi farkındalık düzeyine sahip olduğu ortaya çıkmıştır. İlgili çalışmanın sonucunda, somut olmayan kültürel miras unsurlarının, toplum tarafından unutulmaması ve yok olmaması için ciddi şekilde önlemler alınmasına yönelik çalışmalara ihtiyaç duyulduğu tespit edilmiştir (Gündüz Alptürker vd., 2021). Üniversite öğrenimi gören gençlerin bu miras ile olan ilişki düzeylerini araştıran “Somut Olmayan Kültürel Miras ve Üniversite Gençliği” başlıklı çalışmada ise, gençlerin kültürel miraslarından habersiz, küreselleşme karşısında kendi kültürel değerlerini yaşama ile koruma bilgi ve azminden uzak olduğu ve Türk kültürüne ön yargılı bir tutum geliştirdiği ortaya çıkmıştır (Çelepi, 2016).

Somut olmayan kültürel mirasın, niteliği gereği suya yazı yazmaya benzer bir özellik göstermesi, yaşatılması ve korunması üzerine birbirinin tekrarı olan durum tespitinden ziyade, somut adımların atılmasının gerekli olduğu açıktır. Burada ise kültür endüstrisi egemenliğindeki medya ile söz konusu mirasın temel özelliklerinin arasındaki gerilimin giderilmesi gerekmektedir.

Kültür endüstrisinin varlığı ve hakimiyetindeki temel unsurlardan olan medya araçlarının, geleneksel olanın yaşatılması ve korunmasındaki işlevi ile bu işlevin yarattığı/yaratacağı tehditleri ve fırsatları konu edinen çalışmada, somut olmayan kültürel mirasın medya araçları üzerinden korunması ve aktarılması süreçlerinin, çoğu sözel kültür, gelenek ve uygulamalardan oluşan bir miras olması nedeniyle bunun, onu somut hale getireceği ve dolayısıyla bu mirasın doğasına aykırı bir koruma yöntemi olduğu tartışma konusu olan noktalardan biridir. Tartışmaların büyük bölümünü oluşturan diğer konu ise şimdije dek net bir sonuç ve karara ulaştırılamamış olan kültür endüstrisi çıkmazıdır. Bu kapsamda, kültür endüstri içinde faaliyet gösteren medya mecralarının söz konusu mirası erozyona uğratacağı, her şey gibi meta formunda tüketilerek popüler bir kitle kültürü ürünü olmasının, korunarak yaşatılmasından çok, özünü kaybedip yitip gitmesine neden olacağı merkezinde şekillenen tartışmalar, hem UNESCO sözleşmeleri hem de bu alanda yapılan ulusal ve uluslararası araştırmalar kapsamında doküman ve literatür analizi yöntemiyle ele alınacaktır.

Bu tabloda, dijitalleşen medyanın işe nasıl koşulduğu, işlevinin niteliği, 2008 yılında Türkiye’nin ilk yazımlarının gerçekleştiği UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine 2023 yılına dek dahil olan 30 kültürel miras unsurunun, Türkiye’nin internete en çok görüntülenen yedi gazetesinde yer alma sıklığına dair veriler, Python programlama dili kullanılarak gerçekleştirilen web kazıma (web scraping) tekniğiyle tarama yapılarak elde edilecektir. En çok haber olan kültürel miras unsuruna ait internet yayınlarındaki haberlerin biçimsel ve yapısal çerçevesi detaylı olarak incelenecektir.

2. Kuramsal Çerçeve

2.1. İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası

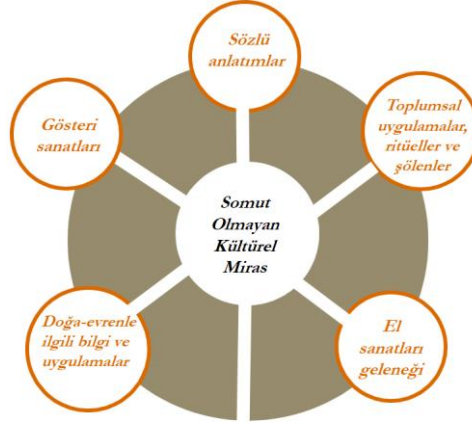
İnsanlığın, varoluşundan bu yana şekillendirdiği ve paylaştığı değer, inanç, davranış, sanatsal üretim, gelenek ve pratik ettiği yaşam tarzının bir araya gelmesiyle oluşan, merkezinde çeşitliliğin olduğu mirastır kültür. Dilbilimciler, kültür sözcüğünün Latince toprak kültürü olarak karşılık bulan *edere-cultura* (Mejuyev, Vadim, 1987) bileşiminden geldiğini söyler. Bu bakış açısı, *culture* sözcüğünün oturmak, muhafaza etmek, yetiştirmek gibi kök anlamları olan *colere* kökünden türemiş olduğu düşüncesiyle de örtüşür (Williams, 2005). Kullanıldığı ilk zamanlarda kendi kendine var olabilen bitkilerin yanı sıra insanın kendi emeğiyle yetiştirdiği bitkileri tanımlamak için kullanılan *cultura* sözcüğünün, tarımsal faaliyetlerle ilgili bu ilk kullanımının, sözcüğün, daha sonra kazandığı öbür anlamları da etkilediği belirtilir (Özlem, 2000)

Kültür, insanların yaşamlarını anlamlandırmalarına, toplumsal normları benimsemelerine ve birlikte yaşama becerilerini geliştirmelerine yardımcı olurken; kültürler arası etkileşimler yoluyla da farklı kültürlerin birbirlerini anlamaları ve zenginleşmeleri sağlanır. Bu etkileşimler, insanların dünya görüşlerini genişletir, hoşgörüyü artırır ve küresel anlamda bir dayanışma ve iş birliği kültürü oluşturulmasına katkıda bulunur. İçinde yaşanan küreselleşme, parmak izi kadar benzersiz olan kültürlerin tek tipleşme tehlikesini

beraberinde getirmiştir. Dünyadaki kültürlerin yok olmasına ve kültürel çeşitliliğin kan kaybetmesine dair duyulan endişe, bazı stratejiler üretmeyi zorunlu kılmıştır. “Somut olmayan” şeklinde ifade edilen söz konusu bu yaşayan kültürel miras, gelenekler, ritüeller, dil, müzik, gösteri sanatları, el sanatları, festivaller, gastronomi gibi toplumların nesilden nesile aktarılan değer ve kimliklerini içeren sözel biçimlerdir.

Antropolog Ahmed Skounti, somut olmayan kültürel miras materyallerinin hem kırılğan hem de dirençli bir esneklik taşıdığını belirtir. Dahası, maddi miras çok kısa bir süre içinde yok edilebilirken (Afganistan'daki Bamiyan Budaları buna bir örnektir), somut olmayan miras daha uzun süreler hayatta kalır. Onu taşıyanların yaşam süresinden çok daha uzun ömürlüdür çünkü bu mirası birinden diğerine aktaran bireylerin nesillerini aşar ve basitçe yok olmaz; aksine, dönüştürülür, uyarlanır ve bu böyle devam eder (Skounti, 2008). Sheenagh Pietrobruno da, “Cultural Research and Intangible Heritage” (Kültürel Araştırma ve Somut Olmayan Miras) başlıklı çalışmasında, var oluşunun, anıtlar, çeşitli dokümanlar ya da medya mecraları yerine, yaşanmış kültürler aracılığıyla insan bedeni, zihni ve yaşam şekillerinde devam etmesinin, somut olmayan kültürel mirasın kırılğan bir yapıya sahip olmasının asıl nedeni olduğunu vurgular. Bu bağlamda, eğitim, bilgi ve iletişim, kültür, doğa bilimleri ile sosyal ve beşerî bilimler alanlarında uluslararası iş birliği yoluyla dünya barışını ve güvenliğini koruma amacı güden Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization; kısaca UNESCO), yaşayan ve ömürleri kısa olan bu kültürel biçimleri korumaya almak için “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi”ni 17 Ekim 2003 tarihinde Paris’te kabul etmiştir. Böylece, çoğunlukla sözel olan ve insan ölümleri neticesinde yok olan söz konusu mirasın, sürdürülebilir devamlılığı açısından büyük bir adım atmıştır. Bundan üç yıl sonra ise “Kültürel İfadelerin Çeşitliliğinin Korunması ve Geliştirilmesi Sözleşmesi” yine UNESCO’da kabul edilmiştir. Bu sözleşmenin işaret ettiği kültürel ifade çeşitliliğine ait kaynakların çoğu zaten somut olmayan kültürel miras alanına dahildir. Dolayısıyla, somut olmayan kültürel miras unsurlarını koruyamayan ülkelerin, kültürel ifade çeşitliliğine katkı sunması da olası değildir (Oğuz, 2009). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi’ndeki ‘koruma’ sözcüğü, bu mirasın yaşayabilirliğini teminat altına almak, bunun sorumluluğunu üstlenmek anlamına gelmektedir (UNESCO, 2003).

İnsanî bütün kültürel faaliyetler somut olmayan kültürel miras olarak tanımlanmaz. Sözleşme, estetik veya kavramsal olarak işlenmiş deneyim biçimlerini kapsar ve insanların gelenek olarak adlandırdıkları eylem bütünlerine odaklanır. Sözleşmenin oluşmasına katkıda bulunan uzmanlar, küreselleşme nedeniyle sürekli artan kültürel sorunların karşısında, ancak koruma altına alınarak gelecek kuşaklara aktarımı; dolayısıyla yaşatılması mümkün olan somut olmayan kültürel miras unsurlarının, geleneksel kültürle sınırlı olduğunu belirtir ve diğer her şeyin kapsam dışında tutulması gerektiğinin altını çizer. Sözleşmeye göre bu miras, kültürel bir topluluk içinde paylaşılan ve sembolik olarak onunla özdeşleştirilen unsurlardır ve bir nesilden diğerine sosyal olarak aktarıldığı için gelenekseldir. Korunmaya, kelimenin tam anlamıyla muhtaç konumunda somut olmayan kültür unsurları, geleneğin parçası olması gerektiği için de televizyon, basın, internet ve sinema gibi medya mecralarında yayımlanan ve tiyatro, konser, müzik, kulüp alanlarında pazarlanan; yani ticari karşılığı olan biçimlerden ayrı tutulur (Kurin, 2004). Öte yandan Pietrobruno, UNESCO'nun listelerinin, Batı ile dünyanın diğer bölgeleri arasındaki hiyerarşik yapıyı ortaya çıkardığını belirtir. Avrupa'nın yüksek kültürleri dünyanın somut olmayan mirasının bir parçası olarak yer almamaktadır. Batı'nın seçkin kültürü, daha az gelişmiş kültürel formlarla ilişkilendirilen ‘sözlü’ nitelendirmesiyle tanımlanmadıkları için ayrıcalıklı statülerini korumaktadır. Örneğin, klasik bale ya da Buckingham Sarayı'nın Muhafız Değişimi gibi Batı Avrupa'nın yüksek sanatları, sözlü kültür alanının dışında bırakılmaktadır (Pietrobruno, 2009).



Şekil 1. 2003 UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi Unsurları
Oğuz, M. Ö. Kültürel Miras ve Koruma, 2023 Eskişehir

Halk bilim uzmanı Dan Ben-Amos'a göre sosyolojide 'gelenek', toplumsal yapıda ve dünya görüşünde algılanan tarihsel değişimin eksikliğini ifade ederken, antropoloji, etnoloji ve halk bilimi çalışmalarında ise sözlü iletişime dayalı bir toplumsal ve kültürel düzen biçimini ifade eder. Gelenek burada, bilginin, kuralların ve toplumsal örgütlenmenin bellekte korunduğu ve ağızdan ağıza aktarıldığı, okur-yazar olmayan ya da okur-yazarlık öncesi toplumların kültürünü tanımlayan bir terimdir. Sosyolog Shmuel Noah Eisenstadt, bu toplumların, iç sosyal hiyerarşiden yoksun kolektiviteler şeklinde sunulurken; okuryazarlık, yüksek oranda kentleşme, kitle iletişim araçlarına yüksek maruziyet, sosyal mobilizasyon ve bireyselleşme gibi tipik özelliklerin ise modern kent toplumların özellikleri olarak tasvir edildiğini belirtir (Anttonen, 2005).

Somut olmayan kültürel mirasın korunması sürecinde, sözleşme temel alındığında, günümüz teknolojisinin taşıdığı noktada medya araçlarıyla korunması, onun 'gelenek'ten kopması, somut olmayan; yani soyut formunu somutlaştırdığı için bu kapsamda tanımlanan miras unsurlarının deforme olması anlamına gelir. Başka bir ifade ile bu kapsamda tanımlanmış bir geleneğin, medya yoluyla sunumu; dolayısıyla endüstriyel bir dolaşıma girmesi, onun aynı zamanda ticarileşmesi demek de olacağı için bu yolla korunma altına alınması çeşitli riskleri de beraberinde getirir. Halk bilimi alanında çokça çalışmaya imza atmış ve bu alanda araştırmalar yapan isimler yetiştirmiş UNESCO Türkiye Komitesi Başkanı Prof. Dr. M. Öcal Oğuz, kültürel ifade çeşitliliğine katkı sunmak üzere söz konusu unsurların kültür endüstrisine esin kaynağı olamamasının nedeni olarak geleneğe ait bu unsurların korunmasında ve kuşaktan kuşağa aktarılmasında kültür endüstrisinin bu alanı kullanmamasının ilgili sonucu doğurduğunu belirtmiştir (Oğuz, 2009). Somut olmayan kültürel mirasın, geleneksel ve ticari uygulamalar arasında net bir ayrım olduğunu vurgulayan tanımı üzerinden beliren bu soru ve konu etrafında şekillenen başka soruların cevaplarına yaklaşmak adına, kültür endüstrisi kavramına yakından bakmak ve onun somut olmayan kültürel miras ile ilişkisini değerlendirmek yararlı olacaktır.

2.2. Kültür Endüstrisi ve Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması

Kültür endüstrisi, kapitalist sistemlerde var olan kültürel ürünlerin, içinin boşaltıldığı, eğlence merkezinde işlediği, derinliksiz ve ideoloji içeren yapılarda endüstriyel olarak üretilmesini ifade eder. Bu endüstrinin işleyişi ve özelliklerinin detaylarına geçmeden önce, lokomotif olan gelişmeler olarak kapitalizmin doğuşuna ve kitle kültürünün yükselişine değinmek yerinde olacaktır. Ayak seslerini ilk olarak Batı Avrupa'da duyuran kapitalizm, Rönesans, aydınlanma, makineleşme, Fransız Devrimi ve kentleşme gibi yaşanan önemli gelişmelerden hem etkilenen hem de bunları ateşleyen ekonomik, teknolojik, sosyal, zihinsel zeminde ortaya çıkan yeni dünya düzenini ifade eder. Wallerstein'in kelime kökü itibarıyla "kapital" sözcüğünden türediğini belirttiği kapitalizm, Sanayi Devrimi sonrası maddi formunu almıştır. Dolayısıyla sermaye, bu sistemde anahtar roldedir. Tarihsel bir sistem olarak kapitalizmde, hep daha çok sermaye biriktirmek ve toplumsal süreçlerin tümünün metalaştırılması temel itkidir (Wallerstein, 2016). Kapitalist sistemler, mülkiyet ve meta üretimine bağımlı; ekonomik olarak örgütlenen kültürel ve ekonomik

sistemlerdir. Öyle ki değiş tokuş ilişkilerinin etkisi, sadece ekonomik alanla sınırlı kalmaz; toplumun kültürel unsurlarına da sirayet eder (Tomlinson, 2020). Marx’ın altyapı üstyapı eğretilmesinde vurguladığı üzere üretim süreci, artık günlük hayatın akışında dahi merkezi konumdadır. Dolayısıyla, kitlelerin yaşam deneyimleri ve biçimlerinde de kapitalizm belirleyicidir. Bu noktada kapitalizmin var olduğu ilk yer olan Avrupa’da yaygınlaşan ve 18. özellikle de 19. yüzyıl olgusu olarak kentleşme, kapitalist sistemlerde ekonominin yörüngesindeki kitlelerin dönüştürülmesinde önemli bir kriter olmuştur. Sanayi Devriminin ardından kapitalizmin yaşamın her alanında kurduğu hakimiyet, dönemin üretim araçlarını elinde tutan burjuvazinin, kentleri bu yeni dünya düzeninin kurallarına uygun şekilde inşasıyla geri döndürülemez bir noktaya taşımıştır. Özellikle 19. yüzyıl Avrupa kentleri, göçlerin de etkisiyle kitlelerin modernleşerek kentleşmesine sahne olmuştur. Artık kitleler, kapitalist ilişkilerin şekillendirdiği yaşam tarzı içinde giderek yalnızlaşan, kendilerine yabancı ortam ve ilişkiler içinde kapitalizmin en belirgin olarak kendini gösterdiği kentlerde kitle kültürünü inşa etmiştir. Kentlerde önceleri fabrikaların esiri olan kitlelere, sonradan tanınan kısıtlı özgürlük alanları, yine hâkim sınıf burjuvazi eliyle şekillendirilmiştir. Kitleler, boş zamanlarını da kapitalizmin yörüngesinde yapılandırılan kültürel etkinlikleri tüketerek günlük hayatın sıkıntılarında kurtulma vaadinin peşinden sürüklenmiş: alışkın olmadıkları mutluluk ve rahatlama pratikleriyle bu döngü, sürdürülebilir hale gelmiştir. Böylelikle, çalışma saatleri dışında kalan boş zaman etkinlikleri de kapitalist sistemin ve sermayenin bir parçası olmuştur. Merkezinde tüketim olan kentlerde kafelerde oturmak, bulvar boyunca renkli vitrinlerin seyri eşliğinde gezinti yapmak, alt ve orta sınıfın gerçek yaşantısında mahrum olduğu eksiklikleri görmezden gelmesini sağlayan sahte bir haz ideolojisi yaratmıştır. Kent hayatını büyümlü bir atmosfere dönüştüren etkinliklere zamanla, önceleri elitlere ait olan eğlence şekilleri ile sportif faaliyetler de dahil olmaya başlamıştır. Ayrıca modernizmin erken döneminde Avrupa’da yaygın olan şenlikler ve halk temsilleri, yerini müzik, tiyatro, spor, dans gibi ticari karşılığı olan biçimlere bırakmıştır. Bu süreçte egemen sınıf, kitle kültürünü iktisadi ve ideolojik bir araç olarak kullanırken; popüler kültüre ait unsurları da kültür endüstrisinin önemli parçası kılmıştır.

Kültürel ve sanatsal faaliyetin, sıradan ve gündelik kullanım için üretilen nesnelere biçiminde alınıp satılabilen metalara dönüştüğü ve bu ürünler aracılığıyla kültürün yeniden üretilip inşa edildiği kültür endüstrisi, ekonomik ve kültürel olarak iki boyutta şekillenir ve bu iki değişken, karşılıklı şekilde birbirini etkileyerek yeniden üretir. Bu düzen içinde yapılandırılan kültürel ürünler, iç içe geçerek ya da birbirine benzeyerek boşluğa yer vermeyecek bir sistem meydana getirir. Sermaye birikimi göz önüne alındığında kültürel ürünlerin alınıp satılması sürecini, diğer ekonomik girişimlerden ayırmak zorlaşır (Adorno, 2008). Teknik açıdan donanımlı ve alanlarında uzman ‘kültür işçileri’ temelinden güç alan kültür endüstrisi, çok çeşitli alanlarda üretilen ve alınıp satılabilen benzer ürünleri dolaşıma sokar. Amaç, pazar için üretilmiş metaların kısa süre içinde tüketilmesini sağlamaktır. Böylece kültürel ya da sanatsal gibi görünen ‘şey’ler, geniş kitlelere hitap ederek kolayca pazarlanıp satılabilen ürünlere dönüşür. Kültürel ve sanatsal ürünler de diğer her şey gibi tekdüze, birbirinin aynı ve derinliksizdir. Dahası, ideolojik yanı da olan bu kültür, endüstrileşmesiyle kapitalizmin yeniden üretiminin teminatlarından biri haline gelmiştir. Kapitalist ideolojinin yeniden üretilmesi ve yaygınlaşması işleviyle kültür endüstrileri, farklı sesleri, eleştiriyi engeller; var olan süreçten memnun, sürekli tüketen, uyumlu, zevk ve eğlence odaklı, pasif, yaratıcılıktan uzak, oluşturulmuş niteliksiz homojen içeriği kabullenen, katılımlarının sadece satın alıp-almama ile sınırlı olduğu, bencil, yarışmacı ve nihayetinde yabancılaşmış tüketiciler oluşturur. (Oskay, 2014).

Her şeyin meta olarak alınıp satılmasını mümkün ve olağan kılan kültür endüstrisinin yapılandırıldığı süreçte; hâkim sınıfın hegemonya kurmasında önemli ve etkisi tartışılmaz unsurlardan biri de kitle iletişim araçlarıdır. İdeolojik işlevi olan bu araçlar, iktidarın elinde şekillenmiş; süreç içinde internet ve iletişim teknolojilerinin gelişimiyle çeşitlenen ve dönüşen medya mecralarıyla da tahakkümleri perçinlenmiştir. Öte yandan, kitle kültürünün üreticileri ve tüketicilerinin bu kültürden beslenmesi dolayısıyla kitle iletişim araçlarının oluşturduğu ideolojik gerçekliğe kitlelerin katılımı, daha kolay ve güçlü şekilde olmuştur. İktidarı elinde bulunduran burjuva sınıfının kitleleri ideolojik açıdan yönlendirme ve düşüncelerini şekillendirip yeniden üretmesi gayesinde gazete ile başlayan süreç, 1950’li yıllar itibarıyla televizyonun kitleleşmesi ve diğer araçlara göre sürece bir katılım hissi yaratmasıyla televizyon artık, kentli modern insanın en çok tercih ettiği popüler boş zaman etkinliği haline almıştır. Kapitalist dünya düzeninde medyanın aracılığıyla kitleler üzerinde hegemonya kurup onların yönlendirilmesinde kâr odağında yapılan eğlence, artık insanların

evlerinde oturduğu yerden izledikleri, hiç gidemeyecekleri, göremeyecekleri uzakları yakın eden bir gerçeklik yanılsaması olarak hayatlarını çevrelemiştir. 1990'lı yıllar itibarıyla ekonominin uluslararasılaşmaya başlaması, medyayı da içine aldığı bir düzen oluşturmuş; satın alma-birleşme süreçleri sonrası medya, çokuluslu yapılar bünyesinde faaliyet göstermeye başlamıştır. Adorno'nun kültür endüstrisi kavramına tekrar dönersek, televizyon, yazılı basın, film ve müzik endüstrileri de kendi içlerinde ya da medya dışındaki başka faaliyet alanlarına ait sektörlerle birleşip genişlemiş; ulusaşırı medya holdingleri halini almıştır (McChesney, 2004).

Kültür endüstrisinin pazarladığı kitle kültürü ürünleri, yaratıcı süreçleri içermeyen, kitlesel bir formüle göre dizayn edilen ürünlerdir ve bu ortama ait medya ise sahte bir görünüm sunarak gerçeklik duygusunu yeniden tanımlar. Bu kültür, sıradanlığı ve vasatlığı yüceltirken; halk sanatını yok eder, yüksek sanatı sindirir (Mutlu, 2004). Hall'a göre püçüler kültür, ileri teknolojinin oluşturduğu medya araçlarıyla metalaşırken ulusal sınırları aşmış; 'küresel kitle kültürü' oluşturmuştur. Batı merkezli bu küresel kitle kültürü, Amerikan tarzı yaşamın hakimiyetinde biçimlenen küresel markalar inşa etmiş ve dünya eğlence kültürünün belirleyeni haline gelmiştir. Çok sayıda tipik özelliği olan küresel kitle kültürünün öne çıkan iki karakteristiği vardır: Batı merkezli olmaya devam etmesi ilk karakteristiğidir. Küresel kitle kültürünün dinamosu olan ve Batı'nın vurgusu en çok yapılan öyküsü olarak gelişmiş emeğin yoğunlaşmasının sürdürülmesi, küresel kitle kültürünün Batı merkezli tanımını pekiştirmektedir. İkinci karakteristiğini homojenleştirici etkisi oluşturmaktadır. Bu homojenleştirme, açık şekilde çabalamaksızın kendi içine fark ettirmeden çeken kültürel temsilde, Amerikanlığın küçük versiyonlarını üretmekten ziyade, farklılıkları keşfedip onları da kapsayan bir Amerikalı forma yerleştirme motivasyonu ile hareket eder (Stuart, 2014).

Amerikan popüler kültürünün yayılmasında ana rollerden birini üstlenen kitlesel medya araçları, kültürel zeminde homojenleşme ve standartlaşmayı beraberinde getirmiş; kültürel özgünlük ve çeşitliliğin aşınmasına neden olmuştur. Öyle ki toplumlar, daha küçük yaşta karşılaştığı masalarda dahi bu kültüre ait ürünleri tüketebilecek potansiyeller biçiminde şartlandırılıp kendi sözlü geleneklerini tanımadan miraslarından yoksun yetişmektedir. Bu noktada, toplumların kültürel kimliğini oluşturan geleneksel yaşam şekillerinin ve milli kültürlerinin yitip gitmesinin önüne geçme gayesi olarak somut olmayan kültürel miras unsurlarının, nesiller boyu aktarımında, yaşatılarak korunmasında kültür endüstrilerinin dahil olduğu başta medya olmak üzere kitaplar, dergiler, edebiyat gibi kültür taşıyıcılarının üstleneceği rol oldukça önemlidir.

Buraya kadar değinilenler ışığında, somut olmayan kültürel mirasın korunması ve dolayısıyla yaşatılmasında bu kültürel unsurları etkisizleştirme nedenlerinden biri olarak betimlenen, küresel popüler kültürü üreten, aktaran ve yayan kültür endüstrilerinden; dahası, onun yayılımı en hızlı ve etkili olan medya araçlarından yarar sağlamak olası mıdır? Bu sorunun izlerini, sözleşmenin kabul edilmesinde ele alınan somut olmayan kültürel mirasın önemi ve korunması konusunda, özellikle yeni kuşakların daha fazla bilinçlendirilmesi gerektiği (UNESCO, 2003) maddesini temel alarak küreselleşmenin temel dinamiği olan medyanın, geleneksel yapısından günümüz dijital medyasına dönüşümü bağlamında sürmek, daha net bir görünüm sunacaktır.

2.2.1. Dijitalleşen Medyada Somut Olmayan Kültürel Mirasın Kimliği

İnternet ve dijital teknolojilerin merkezinde şekillenen dijital medya, maddi formdaki kitle iletişim araçlarının elektronik ortama taşınması olarak kısaca ifade edilebilir. Dijitalleşen medyada temel anlayış, tek tip yaşam şeklinin hızla yaygınlaşması ve böylelikle homojenleşmiş küresel kültüre eğilimin her adımda karşımıza çıkmasıdır. Medyanın farklı kültürlerin zaman ve mekândan bağımsız şekilde dijital uzamda karşılaşmasındaki etki gücü ve hızı tartışmasıdır. İletişimin dijitalleşmesi, medya ve kültür endüstrilerinin kültürler üzerindeki erozyonun artmasını beraberinde getirmiştir (Çaycı Berk & Karagülle, 2016). Tabii bu süreç ayrıntılı olarak ele alındığında, bilginin yaratılması, dağıtılması ve tüketilmesi şeklinin dönüşümünden; bunun basılı gazeteler, dergiler ve televizyon gibi geleneksel medya formlarını nasıl etkilediğine kadar çok yönlü araştırma ve tartışmalara hali hazırda sahne olmaktadır. Ancak burada, çalışmanın ele aldığı konu özelinde somut olmayan kültürel mirası korumak; dolayısıyla yaşatarak yeni kuşaklara teslim etmek üzere medyanın dönüştüğü dijital ortamın etkileri üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda yeni nesil genç demografik grubun, hem dijital medyanın en geniş kullanıcıları-tüketicileri olması hem de söz konusu mirasın aktarımının hedefindeki kitle olması, bir yandan fırsatlar sunarken bir yandan risk olarak tanımlanmaktadır.

Kültürel ürünlerin sayısallaştırılması, kültürel miras unsurlarının dijital ortamda korunmasını, kültürel nesne ve kaynaklara ulaşmanın hızlı ve kolay olmasını sağlamış; böylelikle bu mirasın sonraki nesillere aktarılmasında ve sürdürülebilirliğinde anahtar bir rol üstlenmiştir. Medyadaki dijitalleşme aynı zamanda, kültürel katılımı teşvik ederek kültürler arasındaki etkileşimi arttırmıştır. Bu mirasın daha çok sözel kültür, gelenek ve uygulamalardan oluşması dolayısıyla medya mecraları tarafından somutlaştırılacağı ve bu durumun ise sözü edilen mirasın özüne aykırı olması, tehdit oluşturan unsurlardan biridir. Risk olarak görme tartışmalarının büyük bölümü ise çalışmanın başında da anıldığı üzere, somut olmayan kültürel mirasın tanımını oluşturan özellikleri kapsamında medyanın hem geleneksel formu hem de günümüz dijital formunun dahil olduğu kültür endüstrisinin temel dinamiklerinden biri olması odağında şekillenmektedir.

Bu kültürel mirasın korunması ve yaşatılması sürecinde karşılaşılan hem olumsuzluk kaynağı hem de sürecin en önemli dinamiği olarak belirtilen medya araçlarınınca sağlanan endüstrileşmiş kültür bağlantısı üzerine Nebi Özdemir, sorunun, günümüz dijital kültüründen önceki yıllarda da aynı odakta kilitlenip kaldığını; bu iki cepheli tutuma ilişkin yorum, algı, tutum değişikliğinin artık zorunlu ve gerçekçi olması gerektiğini vurgular. Bunu, UNESCO’nun 1989 yılına ait ‘Geleneksel Kültür ve Folklorun Korunması Tavsiye Kararı’ndaki maddelerin ışığında gerçekleştirir. Anılan kararın Folklorun Korunması üzerine biçimlenen D maddesinde ‘koruma’nın, toplumların kültürlerini sahiplenme haklarının bulunduğu kapsamında, bunun medya araçlarınınca oluşturulan kültür endüstrileri tarafından deforme edilmesi nedeniyle geleneklerin ve temsilcilerinin korunması olarak ifade edildiği belirtilirken; aynı kararın ‘Folklorun Yaygınlaştırılması’ başlığındaki E/b maddesinde ise medya araçları tarafından elde edilen folklor malzemelerinin belgelendirilmesi ve paylaşılmasının sağlanması ile medya oluşumlarında folklor bölümlerinin açılması ve medya yayınlarda folklore ait içeriğe geniş şekilde yer verilmesi gerektiği vurgulanmıştır (Özdemir, 2013).

Önceki başlıklarda ele alındığı gibi UNESCO’nun 2003 yılı Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesi, korunması amaçlanan bu kültürün, geleneğin parçası olması gerektiğinden hareketle, medya araçları üzerinden yayılımını ve ticari gelir elde edecek şekilde pazarlama unsuru olmasını risk olarak değerlendirmektedir. Çünkü sözü edilen bu tehlikeyle kültür metalaşacak ve bu da geleneksel olanın baltalanması, orijinalliğinin bozulması anlamına gelecektir. Dahası, antropolog Jonathan Friedman’a göre somut olmayan miras listelerinin kendisi bile küresel ve evrensel standartlar yaratarak kültürün yaşanmış tezahürünün dışında duran bir metakültür haline gelmektedir. Bir yandan kültürel pratikler bağlamlarından koparılırken öbür taraftan kültürlerin nesnelere halinde somutlaştırılabileceği düşüncesi, yaşayan bir süreç ve performans olan, sürekli dönüşen ve değişen kültürün doğasına da aykırı bir uygulama olacaktır. Çünkü kültür, bir metin, kod, paradigma, öz ya da madde gibi ele geçirmeye çalışılan sabit bir ürün değildir (Pietrobruno, 2009). Somut olmayan kültürel miras değişir, akışkandır, asla aynı şekilde icra edilmez, aynı anda hem kendine özgü hem de farklıdır ve bu, onun birliğini ve özgünlüğünü tanımlar. Somut olmayan kültürel mirası karakterize eden şey, otantikliğe sahip olmamasıdır. Sürekli 'yeniden yaratılması' (2003 Sözleşmesi’nin 2. maddesinde kullanılan bir terim), bir grup ya da toplum içinde farklılaşan uygulamaları, herkes için anlam çeşitliliği, köklülük, sadakat ya da sabitlik olarak düşünülen otantiklik kavramıyla çelişir (Skounti, 2008).

Aktarıldığı gibi konu üzerine yapılan çoğu çalışma, akışkan somut olmayan mirasın, sabit yeni medya araçları içinde korunmasını, bu mirasın özüne aykırı olarak görmektedir. Örneğin, bir performans sanatının ‘somut olmayan’ şeklinde kabul edilmesini sağlayan koşul, performansın doğasındaki geçiciliği elle tutulur bir forma dönüştüren medyada somutlaştırılmamasıdır. Ancak Pietrobruno’ya göre somut olmayan miras ne olursa olsun somut olanla ayrılmaz şekilde iç içe geçmiştir. Örneğin sahne sanatları, fiziksel beden ve zihin aracılığıyla aktarılmış ve saklanmış; eserlerle birleştirilmiş ve belirlenmiş bina ve alanlarda icra edilmiştir. Sayısız somut olmayan miras biçimi, Web 2.0’in katılımcı ve sosyal ortamında video paylaşım sitelerinde yer alan çevrimiçi videolar aracılığıyla korunmakta ve bu durum, somut olmayan mirasın saklanması için resmi olmayan bir araç sağlamaktadır. YouTube’un 2005 yılında kurulması, somut olmayan kültürün yayılmasında bir değişim yaratmıştır. Metin olarak aktarılamayan ya da başka medya çeşitleriyle kayıt altına alınamayan sayısız gösteri sanatı, kullanıcılar ve dans uygulayıcılarının kendileri tarafından online şekilde kaydedilmiştir. YouTube ve diğer video paylaşım sitelerinde yer alan somut olmayan miras koleksiyonu, aynı zamanda sürekli değişim halinde olan canlı bir arşivdir; dolayısıyla depoladığı, belgelediği

ve yaydığı somut olmayan kültürün doğasını yansıtır. Yanı sıra, kullanıcıların kendileri tarafından oluşturulduğundan, bu arşivler durağan değildir. Söz konusu durumla ilgili olarak medya tarihi ve karşılaştırmalı medya çalışmaları profesörü William Uricchio, dijital alan ile somut olmayan kültürlerin geliştiği sözlü koşullar arasında aslında bir yakınlaşma olduğunu belirtir. Her ikisini de "merkezi olmayan, ağa bağlı, işbirlikçi, birikimli, geçici ve dinamik" olarak ifade etmektedir. Bu bağlamda, dünya çapında video paylaşım hizmetleri aracılığıyla somutlaşan somut olmayan mirasın gayri resmi arşivlenmesinin dahil edilmesi, resmi olarak onaylanmış koruma tedbirlerini geliştirebilir ve zenginleştirebilir. Ayrıca, dünyanın somut olmayan kültürlerinin birçoğu, işletmeler, endüstriler ve çeşitli medya biçimleri aracılığıyla dağıtılan somut olmayan sanatlar yoluyla aktarılmaktadır. (Pietrobruno, 2009).

UNESCO'nun Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi (2003), popüler ticari kültürü korunmaya değer somut olmayan miras olarak görmemekte ve Web 2.0 aracılığıyla hali hazırdaki kolektif koruma önlemlerinin oynadığı önemli rolü göz ardı etmektedir. Oysa Skounti'nin aktardığına göre aynı sözleşmede, 'somut olmayan kültürel miras ile somut kültürel ve doğal miras arasındaki köklü karşılıklı bağımlılık' ön plana çıkmaktadır. Ayrıca sözleşme, somut olmayan kültürlerin ifadesinin bir parçası olarak 'araçları, nesnelere, eserleri ve kültürel alanları' da kapsamaktadır. Öyle ki bu durum, maddi ve maddi olmayan, sahne sanatları gibi elle tutulamayan ifadelerde bile her zaman çakışır: Belirli bir dansın hareketleri ve kalıpları insan zihninde ve bedeninde saklanır ve korunur (Skounti, 2008).

Öte yandan yapılan araştırmalar, ticari ve geleneksel olanın sıklıkla kaynaştığını ve bu iki kategori arasındaki ayrımın bulanıklaştığını göstermektedir. Dolayısıyla gelenek ve metalaşma, belirli kültürlerin gelişimi sırasında iç içe geçip birlikte yürümektedir (Pietrobruno, 2009). Benzer bir değerlendirme, UNESCO'nun 2005 yılındaki 'Kültürel İfadelerin Çeşitliliğinin Korunması ve Geliştirilmesi Sözleşmesi'nde yer almaktadır. Sözleşmeye göre kültürel etkinlikler, kimliklerin, değerlerin ve anlamların taşıyıcısıdır ve sadece ticari değer özelliği taşıması bağlamında değerlendirilmemelidir. Sözleşmede yer alan 'Kültürel Etkinlikler, Mallar ve Hizmetler' başlığında ise "Kültürel etkinlikler, mallar ve hizmetler, ticari değeri hesaba katılmaksızın, özel niteliği, kullanımı, amacı bakımından değerlendirildiğinde, kültürel ifadeleri somutlaştıran etkinlikleri, malları, hizmetleri imâ eder. Bunlar, kendi içinde bir son olabileceği gibi, kültürel mal ve hizmetlerin üretimine de katkıda bulunabilir." vurgusu dikkat çekmektedir. Medya çeşitliliğinin kültürel ifadelerin gelişimine olanak tanıdığına da belirtildiği ilgili sözleşmede ayrıca kültürün, süreç içinde çeşitli şekiller alabileceği ve geleneksel bilgi kapsamında özellikle yerli halkın sahip olduklarının somut olmayan kültürel zenginlik kaynağı olarak önemine vurgu yapılmaktadır (Oğuz, 2016).

Somut olmayan kültürel mirası oluşturan unsurların sürdürülebilir olması, korunması için medya araçlarının işlevselliği mi, yoksa daha çok bir riski mi taşıdığı odağında tartışmalar sürerken, sözleşmelerle tanımlanmış, sınırları çizilmiş bu mirasın kimliğinin yönetilmesi üzerine net bir yol haritası oluşturulamamaktadır. Ancak şu söylenebilir ki dijital kültürün hakimiyetinden elbette en başta medya payına düşeni aldığı için bu kültürün ticarileşmesi, kültürel bir endüstriyel çıktıya dönüşmesi hızlanacaktır. Gelişen bilgi iletişim teknolojilerinden, dönüşen medyadan kaçınarak bu mirası yaşatmanın ve sonraki nesillere aktarmanın çok da mümkün olmadığını; sürecin çözüm ve ilerleme şeklinin ise kültürel mirasın geleceğini belirleyeceğini söylemek mümkündür. Bu çerçevede bu bilinmeze Özdemir, şöyle bir katkı sunmaktadır: "Kültürel mirasın kültür endüstrileri için tasarım belleği olarak değerlendirildiği gelişmiş ülkelerde bu türden sorunlar yaşanmamaktadır. Nitekim AB, söz konusu kültürel miras olgusunu, kültür ekonomisi ve endüstrileri bağlamında kabul etmektedir. Böylelikle mirasın oluşturulması, korunması, geliştirilmesi ve yaşanarak yaşatılması mümkün olmaktadır" (Özdemir, 2009).

3. Yöntem

Yapılan araştırmalarda, somut olmayan kültürel mirasın korunması ve yaşatılması sürecinde, özellikle yazılı medya ve radyonun ayrı bir öneme sahip olduğu belirlenmiştir (Özdemir, 2013). Çalışmada, Türkiye'nin somut olmayan kültürel miras unsurlarının, korunması, yaşatılması ve sonraki kuşaklara aktarılması bağlamında internette en çok görüntülenen gazetelerde somut olmayan kültürel miras haberlerine yer verme sıklığı ile en çok yer bulan kültürel unsura ait haberlerde görüntü kullanımı, kullanılan görüntünün niteliği ve 5N1K tekniği kriterleri üzerinden örnek haberlerin biçimsel ve yapısal çerçevesi incelenmiştir. Bu kapsamda internette, sırasıyla en çok görüntülenen yedi gazete olan Hürriyet,

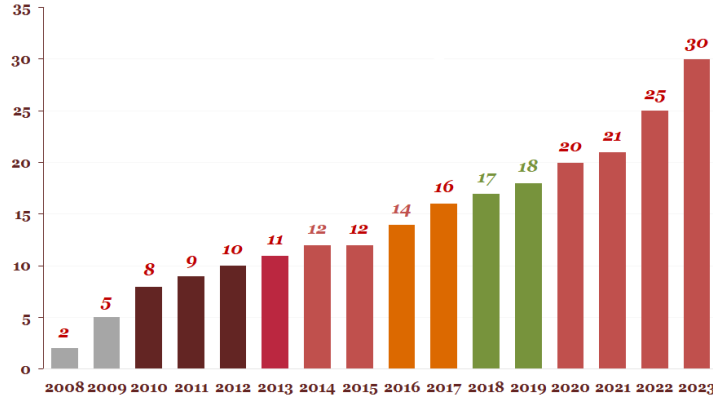
Sabah, Milliyet, Sözcü, Posta, Haber Türk ve Yeni Şafak ele alınmıştır. Çalışmanın zamansal çerçevesi, 2003 Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi kapsamındaki listelerin ilan edildiği 2008 yılı ile Türkiye’de son unsurun listeye dahil edildiği 2023 yılı aralığını kapsamaktadır. Bu yıllar aralığında bazı yıllar birden fazla unsur listeye dahil olurken; bazı yıllar ise listeye herhangi bir kültürel unsur dahil olmamıştır. Nitel araştırma tekniğinin benimsendiği çalışmada veriler, literatür ve doküman analizi yöntemi ile tarihsel bir yaklaşımla incelenmiş ve örnekler üzerinden değerlendirilmiştir. Belirlenmiş bir amaç kapsamında kaynakları toplama, inceleme ve okuma, not etme ve değerlendirme işlemlerini kapsayan (Karasar, 2003) doküman analizi, basılı ve/veya elektronik belgelerin birincil araştırma verisi kaynağı olarak incelenmesi veya değerlendirilmesine yönelik sistematik bir prosedürdür. Anlamı ortaya çıkarmak ve iç görü kazanmak için çeşitli belgelerin toplanmasını, incelenmesini, sorgulanmasını ve analiz edilmesini içeren bilimsel bir araştırma yöntemidir (Sak vd., 2021). İçerik analizi kurallarını takip ederek, aceleci bir nicelleştirme yapmadan, metinlerin iletişim bağlamları içinde kontrollü bir analizini içerir. Bu yöntem, metinlerin anlamının inşasında ve metinlerde araştırmacının rolünü vurgular (Dominguez-Cancino vd., 2020). Anderson’un aktardığına göre doküman analizinin literatür taraması olarak algılandığı bazı değerlendirmeler olsa da alan yazın ya da literatür taraması gerçekleştirmek, bir doküman analizi yapmak demek değildir. Alan yazın taraması, bir problem çerçevesinde verilerin elde edilmesi, öneminin tartışılması, problemle ilişkisinin yapılandırılması ve toplanan bilginin sınıflandırılması süreçlerini kapsamaktadır. Doküman analizi yöntemi ise alan yazın taramasını da kapsayan tek başına, özgün bir araştırma yöntemidir (Sak vd., 2021). Bir çalışmanın parçası olarak sistematik değerlendirme için kullanılacak belgeler çeşitli şekillerde olabilir. Bunlar arasında toplantı tutanakları, yapılan sözleşmeler, kılavuzlar, kitaplar ve broşürler, günlükler ve dergiler, etkinlik programları, mektuplar, haritalar ve çizelgeler, gazeteler (kupürler/makaleler), basın bültenleri, radyo ve televizyon program senaryoları, reklamlar, örgütsel veya kurumsal raporlar ve çeşitli kamu kayıtları, karalama defterleri ve fotoğraf albümleri de araştırma için malzeme sağlayabilir. Doküman analizi, gözden geçirme (yüzeysel inceleme), okuma (ayrıntılı inceleme) ve yorumlamayı içerir. Araştırmadaki rolünün ağırlıkta olması dolayısıyla araştırmacının, ilgili bilgileri belirlemek ve ilgili olmayanlardan ayırma tutumunu incelikli şekilde gözetmesi gerekmektedir (Bowen, 2009).

Ayrıca, Türkiye’nin Somut Olmayan Kültürel Miras Listesinde yer alan unsurların internette en çok görüntülenen Hürriyet, Sabah, Milliyet, Sözcü, Posta, Haber Türk ve Yeni Şafak gazetelerinde yer alma sıklığına dair veriler, Python programlama dili kullanılarak gerçekleştirilen web kazıma (web scraping) tekniğiyle tarama yapılarak elde edilmiştir. Başlıklarda bu unsurların adının geçtiği haberler belirlenerek elde edilen veriler CVS dosyasına kaydedilmiş ve analiz için hazırlanmıştır.

4. Bulgular

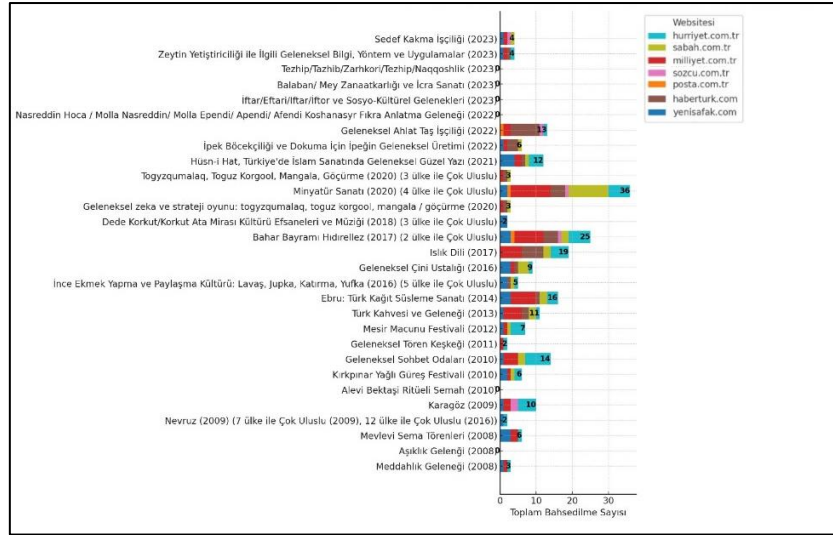
4.1. Türkiye’nin Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Gazetelerin İnternet Yayınlarına Yansması

Pek çoğu sözlü kültüre ait olan somut olmayan kültürel miras açısından Türk dünyası, epey zengindir. Ancak Oğuz’a göre Türkiye, farklı nedenler dolayısıyla çok sayıdaki bu kültürel mirasını son zamanlarda ne kent yaşantısına ne eğitim alanına ne de medyaya taşıyabilmiştir. Pek çok referans kaynağı bu nedenle yitip gitmiş; kitle kültürüne ait örnekler onların yerini almıştır. Pamuk Prenses Nardaniye Hanım’ın yerini; Robin Hood Köroğlu’nun yerini; Romeo ve Juliet Kerem ile Aslı’nın yerini; Noel Baba Boz Atlı Hızır’ın yerini almıştır. Bu örnekler, hem ifade çeşitliliği hem de somut olmayan kültürel mirasın yok oluşuyla karşı karşıya kalındığını ve kültürel ifade çeşitliliğinin korunmasının, somut olmayan kültürel mirasın yaşatılmasına bağlı olduğunun kanıtıdır (Oğuz, 2009).



Şekil 2. UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi-Türkiye
Oğuz, M.Ö. Kültürel Miras ve Koruma, 2023, Eskişehir

UNESCO’nun 2003 Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi kapsamında Türkiye’nin ilk yazımları, Hükümetler Arası Komite’nin 2008 yılında İstanbul’da gerçekleşen Üçüncü Olağan Toplantısı’nda Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesi’ne alınmasıyla gerçekleşmiştir. Türkiye’nin, Aralık 2023 tarihi itibarıyla bu listeye kayıtlı olan 30 unsuru yer almaktadır (UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, t.y.).



Şekil 3. Gazetelerin İnternet Sayfalarında Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Yer Alma Sıklığı

Başlangıcından günümüze dek Türkiye’nin somut olmayan kültürel miras listesine dahil olan unsurlarının, sırasıyla en çok görüntülenen Hürriyet, Sabah, Milliyet, Sözcü, Posta, Haber Türk ve Yeni Şafak gazetelerinde yer alma sıklığını gösteren şekil incelendiğinde, doğrusal olmayan bir görünümle karşılaşmaktayız. İlk unsur olarak 2008 yılında listede yer alan Meddahlık Gelenegi, 1’er haberle sadece 3 gazetenin internet sayfasında haber olurken; aynı yıl listeye giren Aşıklık Gelenegi ise bu gazetelerin internet sayfalarında yer bulamamıştır. Benzer bir durum 2010 yılında listeye giren Alevi Bektaşî Ritüeli, 2022’deki Nasreddin Hoca Fıkra Anlatma Gelenegi ile 2023’te listeye dahil olan üç ayrı unsur, İftar Sosyo-Kültürel Gelenekleri, Balaban/Mey Zanaatkarlığı-İcra Sanatı ve Tezhip de en çok görüntülenen gazetelerin internet yayınları tarafından görülmemiştir. Böylece, Türkiye’nin şimdiye dek somut olmayan kültürel miras listesinde yer alan unsurlarından altısının söz konusu gazetelere hiç yansımadağı söylenebilir. Bu gazetelerde en fazla yer bulan 2020 yılında listeye giren Minyatür Sanatı kültürel unsuru olmuştur. Minyatür sanatı ile ilgili haberler, Milliyet ve Sabah’ta 11’er kez; Hürriyet’te 6; Haber Türk’te 4; Yeni Şafak’ta 2 ve Sözcü ile

Posta gazetelerinin internet yayınlarında ise 1’er kez olmak üzere 2020 yılı süresince toplamda 36 defa yer almıştır.

Somut olmayan kültürel miras unsurlarından Minyatür Sanatının listeye girdiği 2020 yılı boyunca, bu gazetelerin internet sayfalarındaki 36 haber incelendiğinde, UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine dünya mirası olarak kabulü ile bağlantılı olarak sadece 5 habere yer verildiği görülmektedir. Bu kapsamdaki haberlerden 2’si Haber Türk’te; 1’i Hürriyet’te; 1’i Sabah’ta; 1’i Milliyet’te yer bulmuştur. Diğer 31 haber ise 2020 yılı süresince gazetelerin daha çok kültür sanat servislerince hazırlanan minyatür sanatı ile ilgili Türkiye’nin çeşitli yerlerinde açılan sergi haberlerinden oluşmaktadır. Gazetelerde en çok görülen bu kültürel unsura ait haberlerde görüntü kullanımı, kullanılan görüntünün niteliği ve 5N1K tekniği kriterleri üzerinden haberlerin biçimsel ve yapısal çerçevesi incelenmiştir.

Haber Türk’e yansıyan iki haberden 16 Aralık 2020 tarihli olan, “Bakan Ersoy: Minyatür, bir dünya mirası olarak UNESCO listesine kaydedildi” başlığıyla yer almaktadır (Haber Türk Gazetesi, 2020a) . Haberde kullanılan orta düzey nitelikteki tek fotoğrafta, minyatür sanatı icra eden bir elin çizmekte olduğu eser yer almaktadır. Başlığı ve metni, Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy’un Twitter hesabından yaptığı açıklamaları üzerinden şekillenen haberin, 5N1K tekniği gözetilerek oluşturulduğu görülmektedir. Minyatürün, Türkiye’nin moderatörlüğünde Azerbaycan, İran ve Özbekistan’ın ortak dosyası olarak UNESCO’ya gönderilen bir klasik Türk süsleme sanatı olduğu ve diğer ülkelerde de sevinçle karşılandığı vurgusu haberde öne çıkarılmaktadır.

Haber Türk’e yansıyan ikinci haber ise sonraki gün 17 Aralık 2020 tarihine ait, “Minyatür sanatı UNESCO’ya kaydedildi” başlığıyla yer almaktadır (Haber Türk Gazetesi, 2020b). Fotoğraf olarak 2’si tarihi dönemlere ait 4 ayrı orta üstü nitelikte görselin kullanıldığı haberin, Dışişleri Bakanlığının yaptığı yazılı açıklama üzerine inşa edildiği görülmektedir. 5N1K tekniğine uygun oluşturulan haberde, Türkiye’nin Somut Olmayan Kültürel Miras Listelerinde kayıtlı kültürel unsurlarının sayısının 19’a yükseldiği ve geçmişten gelen zengin kültürel değerleri koruma, yaşatma ve tanıtmaya kararlılığında bulunduğu vurgulanmaktadır. Haberin sonunda, minyatür sanatının ne olduğu, nasıl icra edildiğine dair de ayrıca detaylı bilgiye yer verilmektedir.

İlgili kültürel miras unsuru, Hürriyet gazetesinin 18 Aralık 2020 tarihli internet yayınında ise “Dünya Kültür Mirası: Mangala ve Minyatür” başlığıyla yer bulmaktadır (Hürriyet Gazetesi, 2020). Haber başlığı, Minyatür Sanatının listeye dahil olmasını izleyen günlerde, Geleneksel Zekâ ve Strateji Oyunu: Mangala/Göçürme adıyla listeye dahil olan 2020 yılının diğer kültürel mirasına da aynı haberde yer verildiğini göstermektedir. Haberde hem mangalaya hem de minyatüre ait iki ayrı orta düzey nitelikte görsel kullanılmaktadır. Minyatür sanatına ait görsel, Haber Türk’te 16 Aralık 2020 tarihinde yer verilen görselle aynıdır. Haber, Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy’un yine Twitter hesabından iki gün arayla yaptığı paylaşımlar üzerinden şekillendirilmiştir. Ersoy’un paylaşımlarından kısa alıntılarının bulunduğu haberin, her iki kültürel unsur için de 5N1K tekniğine uygun şekilde oluşturulduğu görülmektedir.

Sabah gazetesinin internet sayfasında ise haber, “Minyatür sanatı UNESCO listesinde” başlığıyla 17 Aralık 2020 tarihinde yer bulmuştur (Sabah Gazetesi, 2020). Haber Türk’te 16 Aralık 2020 tarihinde yayınlanan haberle aynı görselin kullanıldığı haber, Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy’un açıklamalarının kısıtlı bir kısmına yer vererek oluşturulmuştur. Haberde ayrıca 5N1K unsurlarından ne zaman? ve neden? sorularının yanıtları yer almamaktadır.

Minyatür sanatının UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine kabulüne ilişkin bir diğer haber ise 16 Aralık 2020 tarihli Milliyet gazetesinin internet sayfasında yayınlanmıştır. “Bakan Ersoy: Minyatür sanatı artık bir dünya mirası” başlığında ve Bakan Mehmet Nuri Ersoy’a ait orta altı nitelikte bir fotoğrafla verilmiştir (Milliyet Gazetesi, 2020) . Yine, Kültür ve Turizm Bakanı Ersoy’un açıklamalarının sınırlı bir kısmı ve Dışişleri Bakanlığında yapılan açıklamalar doğrultusunda oluşturulan haberde, 5N1K unsurlarının tümüne yer verildiği görülmektedir.

Türkiye’nin Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine 2020 yılında dahil olan ‘Minyatür Sanatı’ başlıklı unsurun, internette en çok görüntülenen 7 gazetenin 4’ünde yıl boyunca konuyla bağlantılı şekilde 5 defa haber olarak yer bulduğu görülmektedir. İncelendiği üzere, aynı gazetede art arda iki gün farklı haber kaynaklarına göre işlenen haber, diğer yayınlarda da yine Kültür ve Turizm Bakanının Twitter hesabından yaptığı açıklama ile Dışişleri Bakanlığının açıklamaları üzerinden yapılandırılmıştır. Gazetelerin, İhlas

Haber Ajansı’ndan servis edilen haberi kısaltarak kullandıkları; sadece Haber Türk’ün daha ayrıntılı şekilde yer verdiği ve ayrıca haberin devamında minyatür sanatı ile ilgili de detaylı bir değerlendirme yaptığı görülmektedir. Gazetelere yansıyan haberlerin çoğunda 5N1K tekniğinin gözetildiği; ancak Sabah gazetesinin haberinde, eksik bırakıldığını söylemek mümkündür. Haberlerin görsel kullanımı, habere konu olan minyatür sanatı ile ilgili olmakla beraber Haber Türk’ün ikinci haberi haricinde orta düzey ya da orta altı nitelikte ve tek fotoğrafla sınırlı kalmıştır. Milliyet gazetesindeki haberin görselinde ise habere konu olan minyatür sanatı yerine, açıklamalarına yer verilen Turizm Bakanı Ersoy’a ait orta altı nitelikte bir fotoğraf tercih edilmiştir.

Özellikle diğer unsurlara ait haberlerin gazetelere daha düşük oranlarda yansıması (hem UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine kabulü dolayısıyla hem de bütün bir yıl boyunca farklı nedenlerle haber olması), ilgili listeye kabul gören kültürel unsurlardan minyatür sanatının, listede yer alan birkaç unsurla birlikte günlük hayatta insanların belki de en çok duyduğu, bir şekilde aşına olduğu kültürel miras olması göz önünde tutulduğunda, gazetelerin de yer verme sıklığı bakımından benzer bir yaklaşımda bulunduğunu söylemek yanlış olmaz. Günümüz teknolojilerinin işlevsel ve akılcı kullanımıyla bu mirasın korunması ve aktarımı için dijital bilgi ve belgelere dönüştürülüp geliştirilmesi ve paylaşılması insanlığın kültürel tarihi bakımından elbette önem arz etmektedir (Özdemir, 2013). Dijital medya mecraları düşünüldüğünde, en çok görüntülenen internet yayını olan gazetelerde bu unsurlara ait haberlerin daha ayrıntılı, bağlamıyla ilişkisi kurulmuş, kullanılacak görsel üzerine düşünülmüş, temel 5N1K tekniğinin gözetilerek oluşturulduğu, haber ajanslarınca servis edilen rutin haberlerden ayrı tutularak yapısal ve içeriksel bakımdan üzerinde çalışılan haberler olması gerekmektedir.

Gazetelerde yer alan bu haberlerin de dijital medyada birer kaynak olduğu düşünüldüğünde, genç kuşakların kullanıcısı olduğu öbür mecralara da temel içerik sağlayıcısı olması, bu mirasın aktarımında gazetelerin daha fazla sorumluluk üstlenmesini gerektirmektedir. Bu kültürel mirasın dijital medya aracılığıyla tanıtımı ve aktarımı, kültürün metalaşması, orijinal halini yitirmesi ya da geleneğin bir anlamda sabote edilmesi değerlendirmelerinin ötesinde, bu hassasiyete eşlik edecek gerekli özeni gösterme çabasını da zorunlu kılmaktadır. Yoksa, geleneklerini ucundan kıyısından seyirci olarak yakalamış günümüz orta yaş kuşağı ile neredeyse hiç yaşamamış olan yeni nesillerin şimdilerin yükselen trendi olmasından kaynaklı, çeşitli coğrafyalarda geleneksel yaşamı arama ve deneyimleme motivasyonları da zaten hali hazırda içinde yaşadığımız kapitalist dünyanın dayattığı kültür endüstrisinin, pazarladığı ve sattığı moda yaşam tarzından başka bir şey değildir.

5. Sonuç

UNESCO’nun 17 Ekim 2003 tarihinde kabul edilen Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi’nin ardından Türkiye’nin ilk yazımları, Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesine alınmasıyla 2008 yılında gerçekleşmiştir. Aralık 2023 tarihi itibarıyla Türkiye’nin bu listeye kayıtlı 30 unsuru bulunmaktadır. Söz konusu sözleşme, çoğu sözel olan ve insan ölümleri sonrası yitip giden bu mirasın korunması, yaşatılması ve özellikle de yeni nesillere aktarılması ile sürdürülebilir devamlılığı açısından büyük önem taşımaktadır. Sözlü anlatımlar, toplumsal uygulamalar, şölen ve ritüeller, gösteri sanatları, el sanatları geleneği, doğa ve evrenle ilgili uygulamalardan oluşan bu somut olmayan kültürel miras unsurlarının yaşatılması ve korunup aktarılmasında medya da önemli bir paydaş olarak tartışmaların odağında yer almıştır. Ancak somut olmayan kültürel mirasın medya aracılığıyla kuşaktan kuşağa aktarımı ve korunması konusu, bu mirasın kendine has özellikleri kapsamında şekillenen tanımı gereği, kültür endüstrilerinin parçası olan medya araçlarıyla teması sonrası, popülerliğinin artması, yozlaşması, değerinin azalması ve içinin boşaltılması süreçleriyle geleneğin bir parçası olmaktan çıkıp ticari bir meta olarak pazarlanması sonucunu doğuracağı endişesiyle hep bir arada yürümüştür. Uzun sürelerdir maruz kalınan küreselleşme, dünyada parmak izi kadar benzersiz olan kültürlerin tek tipleşme tehlikesini beraberinde getirmiştir. İfade çeşitliliğinin yok olduğu, derinliksiz, tek tip, standartlaşmış yaşamların egemen olduğu, kültürel çeşitliliğin yitip gittiği, kültür endüstrilerine teslim olmuş bu evrende, somut olmayan kültürel mirası bu endüstrinin kontrolünde işleyen basın, televizyon, internet, sinema gibi medya araçları vasıtasıyla koruma altına almak, uzunca süredir birbiriyle çelişen bir sürecin yaşanmasına neden olmaktadır.

Bu taban tabana zıt olan çıkmazda, günümüz dijital dünyası ise risklerin yanı sıra bazı fırsatlar da sunmaktadır. Temel anlayışı, tek tip yaşam şeklinin hızla yaygınlaşması ve böylelikle homojenleşmiş küresel kültüre her adımda daha da yaklaşmak olan dijital medyada, farklı kültürlerin zaman ve mekândan bağımsız şekilde dijital uzamda karşılaşmasındaki etki gücü ve hızı tartışmasızdır. Dolayısıyla, iletişimin dijitalleşmesi aslında, medya ve kültür endüstrilerinin kültürler üzerindeki erozyonunu hızlandıracaktır. Ancak gelişen bilgi iletişim teknolojilerinden, dönüşen medyadan kaçınarak bu mirası yaşatmanın ve sonraki nesillere aktarmanın çok olanaklı olmadığını da söylemek mümkündür. Anılan mirasın dijitalleşme ile olan zorunlu ilişkisi kapsamında daha önce yapılmış “Küreselleşme Kapsamında İletişim Teknolojileri ve Somut Olmayan Kültürel Miras İlişkisi” başlıklı çalışmanın sonuçları da göstermektedir ki, somut olmayan kültürel mirasın dijital ortama taşınması ve bu yöntemle yaşatılması adına politikalar geliştirilse bile, sürdürülmesi usta çıkar ilişkisine dayanan gelenekler ve bu geleneğin aktarıcıları olan yaşayan insan hazinelerinin dijital ortamda yaşatılmaması, sorunu tamamen çözmeyecektir (Rzayeve, 2018).

Bu noktada aslında, UNESCO’nun kültürel miras ve ifade çeşitliliğini kapsayan sözleşmelerinde de medyanın, mirasın korunması ve yaşatılması yönünde paydaş olarak anıldığı; medya çeşitliliğinin kültürel ifadelerin gelişimine olanak sağladığı yönünde yer alan ifadelerin yanı sıra sadece ticari özellik taşıması yönünde bir değerlendirme yapılmaması gerektiği belirtilmektedir.

Sözleşme kapsamında 16 yıldır varlığını sürdüren, günümüzde sayısı 30’a ulaşan Türkiye’nin somut olmayan kültürel miras unsurlarının, dijitalleşen medya aracılığıyla gelecek kuşaklara aktarımı ve korunarak yaşatılmasında belki de ilk incelenecek mecra ise internet yayını olan gazetelerdir. Bu miras üzerine yapılan haberler ve bu haberlerin gazetelerin internet sayfalarında nasıl, ne sıklıkta, hangi kapsamda yer aldığı ile haberlerdeki görsel kullanımı, kullanılan görselin niteliği gibi kriterler üzerinden örnek haberlerin biçimsel ve yapısal çerçevesinin incelenmesiyle ortaya çıkan ilk sonuç, Türkiye’nin internette sırasıyla en çok görüntülenen Hürriyet, Sabah, Milliyet, Sözcü, Posta, Haber Türk ve Yeni Şafak gazetelerine yansımalarının doğrusal bir görünüm sunmamakla birlikte, yıllar içinde belli bir gelişim de kaydetmemiş olduğudur. Listeye kabul edilen 30 adet kültürel unsurdan 6’sı, yine yıllar arasında herhangi ilişkisel bir anlam ifade etmeyecek şekilde en çok görüntülenen bu gazetelerin hiçbirinde haber olmamıştır.

Listeye eklendiği 2020 yılı boyunca söz konusu gazetelerde 36 kez haber olan minyatür sanatı haberleri çalışma kapsamında detaylı olarak incelenmiştir. Bu haberlerden 5’i minyatür sanatının UNESCO somut olmayan kültürel miras listesine kabulü ile ilgili haberlerken; diğer 31 haberin ise çeşitli yerlerde yıl boyunca açılmış minyatür sergisi haberleri olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, ilgili 5 haber, çalışma kapsamında incelenen 7 gazeteden 4’üne yansımıştır.

Konuyla ilgili bu 5 haber, söz edilen kriterler kapsamında incelendiğinde, haberlerin ajanslardan gelen içerikle sınırlı tutulduğu; hatta çoğunda birkaç satırla ve kısaltılarak verildiği görülmektedir. Ajanstan servis edilen haberde ise Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy’un konuyla ilgili olarak Twitter hesabından yaptığı açıklamaya yer verilmektedir. Sadece bir haberin sonunda minyatür sanatının ne olduğu ve nasıl icra edildiğine yönelik bir içerik oluşturulurken; başka bir haberde ise 5N1K tekniği dahi gözetilmemiştir. Haberlerdeki görsel kullanımı da 3 haberde sadece ajanstan haberle birlikte servis edilen fotoğrafın kullanımıyla sınırlıyken; sadece içeriği detaylandırılmış tek haberin görsel kullanımında minyatür sanatının farklı eserlerde icrasına yönelik olarak dört ayrı fotoğrafa yer verilmiştir. Geriye kalan diğer haberin görseli ise minyatür sanatı ile ilgili değil; haberlerin içeriğini şekillendiren açıklamaların sahibi Bakan Ersoy’a ait bir fotoğraf olmuştur.

Kültürel miras üzerine bir bellek oluşturmaktan çok uzak olan bu haber içerikleri ile ilgili konuya gazete yayınlarının yer verme eğilimi/sıklığı göstermektedir ki kültürel mirasın aktarımı ve korunup yaşatılması bağlamında, doğal olarak özellikle genç nesillere ulaşmayı amaçlayan bir bakış açısı söz konusuysa, öncelikli medya mecralarından ilkinin, takipçisi çok olan, tanınmış dijital gazeteler olduğunu söylemek mümkündür. Hedefteki genç kuşağın ilgisinin ve kullanımının daha yoğun olduğu diğer medya mecralarına da kaynak sağladığı gerçeğinden hareketle gazetelerin ve gazetelere yansıyan haberlerin, bu kapsamdaki rolü ve sorumluluğu önemlidir.

Ortaya çıkan bu tablo etrafında düşünüldüğünde, günümüz teknolojisinin merkezinde gelişen ve dönüşen medyayı yok sayarak bu mirası yaşatmak ve sonraki nesillere aktarmak çok mümkün görünmemektedir. Öte yandan, insanlığın somut olmayan kültürel mirasının medya mecralarınca yaşatılıp

gelecek nesillere aktarımının, medyanın önemli bir işleve sahip olduğu kültür endüstrisi sorunu dolayısıyla tehlike arz etmesi, bu mirasın daha çok sözel kültür, gelenek ve uygulamalardan oluşması nedeniyle de medya mecralarıyla somutlaşacağı ve bu durumun ise sözü edilen mirasın özüne aykırı olduğu yönündeki tartışmalar devam ederken; daha temel bir sorunun varlığı sonuç olarak ortaya çıkmıştır. Bu sorun, gelişen, dönüşen dijital medyada somut olmayan kültürel mirasın yer bulamaması; bulunduğu ise korunması ve yaşatılması kapsamında gerekli olan hassasiyet, planlama ve özenin eksik olduğu bir habercilik anlayışının medyada hâkim olmasıdır.

6. Extended Abstract

In this study, which deals with the function of media tools, which are one of the main elements in the existence and dominance of the culture industry, in the survival and preservation of the traditional and the threats and opportunities created / to be created by this function, the media, which is functional in the culture industry dominated by capitalist relations, 2003 UNESCO Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage (UNESCO Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage), which consists of oral narratives, social practices, feasts and rituals, performing arts, handicraft traditions, practices related to nature and the universe, is its use for the protection and preservation of intangible cultural heritage a threat or an opportunity? is the problem of this article. The study, which aims to reveal the stage that this controversial situation of the media has reached in the past sixteen years and especially its functional place in today's digitalized media, is important in terms of being a research on the frequency and form of reflection of all the elements that constitute this heritage in the most viewed digital newspapers in Turkey.

In the sustainability of these cultural heritage values, which are still alive but whose lifespan is limited to human life and which mostly consist of verbal forms, transferring them to younger generations is a conservation and preservation strategy that is particularly emphasized. In this context, the role of education and the media comes to the fore. One of the points of discussion is that the processes of preservation and transmission of intangible cultural heritage through media tools will render it tangible, since it is a heritage consisting mostly of oral culture, traditions and practices, and therefore it is a protection method contrary to the nature of this heritage. The other issue that constitutes a large part of the discussions is the dilemma of the culture industry, which has so far failed to reach a clear conclusion and decision.

In this context, the discussions centered on the fact that the media channels operating within the cultural industry will erode this heritage, that it will be consumed in the form of a commodity like everything else and become a popular mass culture product, and that it will cause it to lose its essence and disappear rather than being preserved and kept alive, have been examined and evaluated through examples with a historical approach and with the method of document and literature analysis within the scope of both UNESCO conventions and national and international research conducted in this field. In this table, in order to evaluate how the digitalized media is put to work and the nature of its function, data on the frequency of the elements included in Turkey's Intangible Cultural Heritage List in *Hürriyet*, *Sabah*, *Milliyet*, *Sözcü*, *Posta*, *Haber Türk* and *Yeni Şafak* newspapers, which are the most viewed on the internet respectively, were obtained by scanning with the web scraping technique using the Python programming language.

It is observed that the item titled 'Miniature Art', which was included in Turkey's Intangible Cultural Heritage List in 2020, was covered 5 times throughout the year in 4 of the 7 most viewed newspapers on the internet. As analyzed, the news was covered in the same newspaper on two consecutive days according to different news sources, and in other publications, it was structured through the statement made by the Minister of Culture and Tourism on his Twitter account and the statements of the Ministry of Foreign Affairs. It is observed that the newspapers abbreviated and used the news provided by İhlas News Agency; only Haber Türk covered the news in more detail and also made a detailed evaluation of the art of miniature in the continuation of the news. It is possible to say that the 5N1K technique was observed in most of the news reflected in the newspapers; however, it is possible to say that it was left incomplete in the news of Sabah newspaper. The use of visuals in the news articles, although related to the art of

miniature art, was limited to a single photograph and of medium or below medium quality, except for the second news article of Haber Türk. In the visuals of the news article in Milliyet newspaper, instead of the miniature art that is the subject of the news, a below-average photograph of Tourism Minister Ersoy, whose statements were included, was preferred. The most important result of the study is that beyond the fact that the media poses a risk or an opportunity for the protection of cultural heritage, this heritage does not find enough space in digital media, and when it does, it is dominated by an understanding that lacks the planning, sensitivity and care required for its protection and preservation.

Keywords: Intangible Cultural Heritage, Culture Industry, UNESCO.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Kaynakça

- Adorno, T. W. (2008). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi* (N. Ünler, M. Tüzel, & E. Gen, Çev.). İletişim.
- Anttonen, P. J. (2005). *Tradition through Modernity Postmodernism and the Nation-State in Folklore Scholarship*. Finnish Literature Society / SKS. <http://library.oapen.org/handle/20.500.12657/32113>
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/DOI.10.3316/QRJ0902027>
- Çaycı Berk, & Karagülle, A. E. (2016). İletişimin Dijitalleşmesi ve Kültürel Melezleşme. *Global Media Journal TR Edition*, 6(12), 570-586.
- Çelepi, M. S. (2016). Somut Olmayan Kültürel Miras ve Üniversite Gençliği. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(3), 15-35.
- Dominguez-Cancino, K. A., Palmieri, P. A., & Martinez-Gutierrez, M. S. (2020). National Health Policy Reform for Primary Care in Chile: A Qualitative Analysis of the Health Program Documents. *Journal of Primary Care & Community Health*, 1/15(11), 1-15. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2150132720924884>
- Gündüz Alptürker, Ü., Gök, T., & Alptürker, H. (2021). Somut Olmayan Kültürel Miras Farkındalığının Bilinirlik ve Deneyimleme Açısından Değerlendirilmesi. *Milli Folklor Dergisi*, 17(132), 16-31.
- Haber Türk Gazetesi. (2020a). *Bakan Ersoy: Minyatür, bir dünya mirası olarak UNESCO listesine kaydedildi*. <https://www.haberturk.com/bakan-ersoy-minyatür-bir-dunya-mirasi-olarak-unesco-listesi-ne-kaydedildi-2905956>
- Haber Türk Gazetesi. (2020b). *Minyatür sanatı UNESCO'ya kaydedildi*. <https://www.haberturk.com/minyatür-sanati-unesco-ya-kayit-edildi-2906201>
- Hürriyet Gazetesi. (2020). *Dünya Kültür Mirası: Mangala ve Minyatür*. <https://www.hurriyet.com.tr/kitap-sanat/dunya-kultur-mirasi-mangala-ve-minyatür-41691772>
- Karasar, N. (2003). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kurin, R. (2004). Safeguarding Intangible Cultural Heritage in the 2003 UNESCO Convention: A critical appraisal. *Blackwell Publishing*, 56(1-2), 66-76. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135852>
- McChesney, R. W. (2004). The New Global Media. İçinde D. Held & A. McGrew (Ed.), *The Global Transformations Reader* (2. bs). Polity Press.
- Mejuyev, Vadim. (1987). *Kültür ve Tarih*. Toplumsal Dönüşüm Yayınları.
- Milliyet Gazetesi. (2020). *Bakan Ersoy: Minyatür sanatı artık bir dünya mirası*. <https://www.milliyet.com.tr/siyaset/bakan-ersoy-minyatür-sanati-artik-bir-dunya-mirasi-6381560>
- Mutlu, E. (2004). Popüler Kültürü Eleştirmek. *Doğu Batı*, 15, 11-42.
- Oğuz, M. Ö. (2009). Somut Olmayan Kültürel Miras ve İfade Çeşitliliği. *Milli Folklor Dergisi*, 82, 6-12.
- Oğuz, M. Ö. (2016). *Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?* Geleneksel Yayıncılık.
- Oskay, Ü. (2014). Popüler Kültürün Toplumsal ve İdeolojik İşlevleri Üzerine. İçinde *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım*. İnkilap.
- Özdemir, N. (2009). Kültür Ekonomisi ve Endüstrileri ile Kültürel Miras Yönetimi İlişkisi. *Milli Folklor Dergisi*, 21(84), 73-86.
- Özdemir, N. (2013). SOKÜM, Medya ve Yeni Teknolojiler. İçinde M. Ö. Oğuz, E. Ölçer Özünel, & S. Gürçayır Teke (Ed.), *Somut Olmayan Kültürel Mirasın Geleceği-Türkiye Deneyimi*. Grafiker.
- Özlem, D. (2000). *Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi*. İnkilap.
- Pietrobruno, S. (2009). Cultural Research and Intangible Heritage. *Hosted by Linköping University Electronic Press*, 1, 227-247. <http://www.cultureunbound.ep.liu.se>
- Rzayeva, S. (2018). Küreselleşme Kapsamında İletişim Teknolojileri ve Somut Olmayan Kültürel Miras İlişkisi. *Asya'dan Avrupa'ya Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 45-55.
- Sabah Gazetesi. (2020). <https://www.sabah.com.tr/kultur-sanat/2020/12/17/minyatür-sanati-unesco-listesinde>
- Sak, R., Şahin Sak, İ. T., Öneren Şendil, Ç., & Nas, E. (2021). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Doküman Analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-250. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1456954>

- Skounti, A. (2008). *The authentic illusion Humanity's intangible cultural heritage, the Moroccan experience*. 75-92.
- Stuart, H. (2014). Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik (H. Tuncel, Çev.). *Mülkiye Dergisi*, 38(2), 133-150.
- Tomlinson, J. (2020). *Kültürel Emperyalizm* (E. Zeybekoğlu, Çev.). Ayrıntı.
- UNESCO. (2003). *Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi* (M. Ö. Oğuz & Y. Özay, Çev.). <https://ich.unesco.org/doc/src/00009-TR-PDF.pdf>
- UNESCO Türkiye Milli Komisyonu. (t.y.). *UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listelerinde Türkiye*. Geliş tarihi 07 Nisan 2024, gönderen <https://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-Somut-Olmayan-K%C3%BClt%C3%BCrel-Miras-Listeleri>
- Wallerstein, I. (2016). *Tarihsel Kapitalizm* (N. Alpay, Çev.). Metis.
- Williams, R. (2005). *Anabtar Sözcükler: Kültür ve Toplumun Sözyarlığı* (S. Kılıç, Çev.). İletişim.