

**T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TÜRK HALKBİLİMİ ANABİLİM DALI**

**CUMHURİYET DÖNEMİNDE YILBAŞI KUTLAMALARI ÜZERİNE
HALKBİLİMSEL BİR İNCELEME**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
Petek ERSOY**

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. M. Öcal OĞUZ**

Ankara-2008

ONAY

Petek ERSOY tarafından hazırlanan “Cumhuriyet Döneminde Yılbaşı Kutlamaları Üzerine Halkbilimsel Bir İnceleme” başlıklı bu çalışma, tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Türk Halkbilimi Anabilim dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan

Danışman

Üye

ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında, 1926-2006 yılları arasında Türkiye’de yapılan 31 Aralık yılbaşı kutlamalarında görülen toplumsal ve kültürel değişim incelenmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde konu, amaç, önem, varsayımlar ve sınırlılıklar bulunmaktadır. Burada genel olarak tezin içeriği, yılbaşının Türk toplumundaki algılanış ve uygulanış şekillerini daha iyi anlamak adına çeşitli sorular yer almıştır.

İkinci bölümde ise tüm bu soruları cevaplayan ve 31 Aralık yılbaşı kavramının Türk toplumundaki değişimini ele alan kuramsal açıklamalara yer verilmiştir.

İlk olarak genel anlamda Noel, Noel Baba ve Yılbaşı kavramları ayrıntılı olarak incelenmiş ve çeşitli sonuçlara varılmıştır. Bu üç kavramın bulunduğu mitolojik geçmiş ve gazetelere yansıyan şekillerindeki farklılık tüm hatlarıyla ele alınmıştır. İkinci olarak çam ağacı geleneği ele alınmış, inançtan kaynaklanan uygulamaya nasıl geçildiği ve bu uygulamalarda görülen değişikliklerden bahsedilmiştir. Üçüncü olarak Milli Piyango biletleri konusuna değinilmiş, “Türk Tayyare Piyangosu”nun “Milli Piyango” ya nasıl dönüştüğü ve bu değişimin beraberinde getirdiği “Milli Piyango bilet satıcılığı” olgusu, yılbaşı geçmişimizin renkli bir uzantısı olarak kabul edilebileceğini göstermiştir. Dördüncü olarak yılbaşı kutlamalarının vazgeçilmez bir yönü olan hediye alma/verme geleneğine değinilmiştir. 80 yıllık süreçte mütevâzi hediye alma alışkanlığının, “tüketme zorunluluğuna uyma” kuralına nasıl dönüştüğünün anlatıldığı bu bölümde, yargıları perçinleyecek reklam metinleri ve fotoğraflarına da yer verilmiştir. Beşinci ve son bölümde ise yılbaşını kutlamak için gidilen mekânlar ve bu yönde farklılaşan kutlama şekilleri ele alınmıştır. Tıpkı diğer başlıklarda olduğu gibi burada da yıldan yıla değişen pek çok durum gözler önüne serilmiştir.

Tezin üçüncü ve son bölümünde ise sonuca yer verilmiştir. Sonuç olarak 80 yıllık süreçte tüm bu kutlamaların neye dayanarak yapıldığı, toplumda ne gibi yansımalarının olduğu bu konuyla ilgisi bulunan her başlıkla her açıdan ele alınmıştır.

Öncelikle, bu tez çalışmasının en zor aşaması olan kullanılacak gazetelerde konuyla ilgili dokümanın temin edilmesi sırasında Millî Kütüphane Süreli Yayınlar arşivini rahatça kullanmama izin veren tüm Süreli Yayın çalışanlarına teşekkür etmek isterim. Bunun yanında tez danışmanım Prof. Dr. M. Öcal Oğuz'a ve bana daima destek olan aileme çok teşekkür ediyorum.

Petek ERSOY

Mayıs, 2007

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖNSÖZ	i
İÇİNDEKİLER	iii
GİRİŞ	1
1. Konu	1
2. Amaç	1
3. Önem	2
4. Varsayımlar	2
5. Sınırlılıklar	3
I. BÖLÜM	
1.1 Noel, Noel Baba ve Yılbaşı (31 Aralık Kutlamaları, Milâdî Yılbaşı)	4
1.2. Çam Ağacı	24
1.3. Piyango Biletleri	28
1.4. Hediye Alma / Verme Geleneği	41
1.5. Kutlama Mekânları ve Şekilleri	62
SONUÇ	86
KAYNAKÇA	90
ÖZET	96
ABSTRACT	97

GİRİŞ

1. KONUSU:

Türkiye’de yılbaşı kutlamalarının 1926’dan günümüze hangi evrelerden geçerek geldiğini görmek, “Türkiye’de Cumhuriyet Döneminde Yılbaşı Kutlamaları Üzerine Halkbilimsel Bir İnceleme” ismini taşıyan bu tezin konusudur.

2. AMAÇ:

“Türkiye’de Cumhuriyet Döneminde Yılbaşı Kutlamaları Üzerine Halkbilimsel Bir İnceleme” ismini taşıyan bu tezin amacı, 1926’dan 2006’ya kadar gelinen seksen yıllık süreçte yılbaşı ve onun etrafında oluşmuş bazı kavramları irdelemektir. Bu kavramlar şöyle sıralanabilir:

1. Noel, Noel Baba ve Yılbaşı (31 Aralık kutlamaları, milâdî yılbaşı.)
2. Çam ağacı
3. Piyango Biletleri
4. Hediye alma/verme geleneği
5. Kutlama mekânları ve şekilleri

Bu anlamda toplumun her kesiminin nabzını tutmak adına Tercüman, Zaman, Cumhuriyet ve Hürriyet gibi gazetelerde yer alan haberler, fikir yazıları ve reklamlardan faydalanılmıştır. Bu gazetelerin seçilmesindeki amaç, çeşitli kültür anlayışlarını kendi içlerinde anlamlandıran grupların farklılıklarını ortaya koymaktır. Böylelikle, Cumhuriyet döneminden bugüne kültürel tercihlerin nasıl oluşup değiştiği, yılbaşı özelinde incelenmiştir.

3. ÖNEM:

“Türkiye’de Cumhuriyet Dönemi’nde Yılbaşı Kutlamaları Üzerine Halkbilimsel Bir İnceleme” ismini taşıyan bu tez çalışmasında, tarih boyu Türk kültüründe var olan yeni yıl uygulamalarından (Nevruz, Hıdırellez) farklı olan 31 Aralık yılbaşı kutlamalarının Türk sosyo-kültürel hayatına girişiyle ve yıllar boyu gösterdiği değişikliklerle toplumda oluşturduğu kültürel formların irdelenmesine çalışılmıştır.

4. VARSAYIMLAR:

4.1. Noel, Noel Baba ve Yılbaşı :

1. “Noel” ve “Yılbaşı” kavramları nasıl tanımlanabilir?
2. Noel Baba kimdir?
3. Noel Baba, tüm dünya tarafından kabul gören bir simge haline nasıl gelmiştir?
4. Coca-Cola ile Noel Baba neden ve nasıl buluşmuştur?
5. Bir Hristiyan miti olan Noel ile, bu mitin oluşturduğu bir kahraman olan Noel Baba, Türk sosyo-kültürel yaşantısına nasıl yansımıştır?
6. Yılbaşı (31 Aralık kutlamaları, milâdî yılbaşı), Türkiye’de nasıl kutlanmaya başlamıştır?

4.2. Çam ağacı:

1. Çam ağacı uygulaması nasıl ortaya çıkmıştır? Türk kültürüne nasıl girmiştir?

4.3. Piyango biletleri:

1. Yılbaşı kutlamalarına ilişkin bir uygulama olan Millî Piyango biletleri Türk sosyo-kültürel yaşantısına nasıl girmiştir?

4.4. Hediye alma/verme geleneği:

1. 31 Aralık yılbaşı kutlamalarına bağlı olarak, hediye alma/verme geleneği Türk sosyo-kültürel yaşantısında nasıl uygulanmıştır?

4.5. Kutlama mekânları ve şekilleri:

1. Türkiye’de 31 Aralık yılbaşı kutlamaları için tercih edilen mekânlar nerelerdir ve buna bağlı olarak eğlenme şekilleri nasıldır?
2. İnceleme dahilindeki yıllar boyunca ne gibi mekân alternatifleri oluşmuş, nereler revaçta iken, nereler popülerliğini bir süre sonra kaybetmiştir?
3. Yılbaşı eğlenme şekline özgü olarak Türkiye, kendi kültürel özünden neler katabilmiş veya katamamıştır?
4. Yılbaşının kutlamak açısından farklı görüşlere sahip olan taraflar, hangi olguları ön plâna çıkarmışlardır?

5. SINIRLILIKLAR:

Türkiye’de 31 Aralık yılbaşı kutlamalarına yönelik üretilen ve tüketilen tüm kültürel metanın incelenmesi için Türkiye’de yılbaşının resmi olarak ilk kutlanmaya başladığı 1926 yılı başlangıç noktası olarak alınmıştır. Medyadaki sunumun, 1926-2006 yılları arasında toplumsal düzeyde oluşan kolektif imgeleri yeterince temsil ettiği düşüncesiyle yargısal olarak seçilen Hürriyet, Cumhuriyet ve Zaman gazetelerinde yer alan reklam fotoğrafları ve yazıları ile sınırlandırılmıştır.

1.1. Noel, Noel Baba ve Yılbaşı (31 Aralık Kutlamaları, Milâdi Yılbaşı)

En genel anlamıyla **Noel**, Hristiyan dinine mensup insanların, İsa peygamberin doğum gününü kutlamak için biraraya gelmeleridir. **Yılbaşı** ise, Noel'den bir hafta sonra yılın son günü olan 31 Aralık'ta tüm dünya insanları tarafından kutlanan bir gündür. Ancak, Noel'in beraberinde getirdiği bazı unsurları (Noel Baba, çam ağacı, hindi, içki,vb.) kendisinden bir hafta gibi kısa bir süre sonra kutlanan 31 Aralık kutlamalarında en üst seviyeye taşınması, yılbaşı olgusuyla Noel'in "farksız" olarak değerlendirilmesine neden olmuştur.

Bir dinler tarihçisi olan Mircea Eliade, Mitlerin Özellikleri isimli kitabının "Hristiyanlık ve Mitoloji" bölümünde "İnciller'de mitoloji öğelerinin bol miktarda bulunması bilinen bir şeydir." (Eliade 2001:205) demiştir. Kitabın ilerleyen sayfalarında, Hristiyan ilâhiyatçıların da Matta, Markos, Yuhanna ve Luka isimli incillerde mitler ya da olağanüstü öykülerin bulunduğunu kabul ettikleri görülmüştür.¹

Her ne kadar Hz. İsa'nın büyük bir insan topluluğu önünde çarmıha gerilişi ve son akşam yemeği, tarihî kesinlik veren bir durum olarak değerlendirilse de², aynı yorumu Hz. İsa'nın doğumu (Noel) için söylemek mümkün değildir. Bu düşünceye Hristiyan dinine mensup olan ve olmayan pek çok dinler tarihi araştırmacısı da katılmaktadır.³

¹ Mircea Eliade, "Hristiyanlık ve Mitoloji.", Mitlerin Özellikleri, İstanbul, 2001, s.208.

² Mircea Eliade, "Hristiyanlık ve Mitoloji.", Mitlerin Özellikleri, İstanbul, 2001, s.209.

³ S.G.F. BRANDON, "Christmas.", A Dictionary of Comperative Religion, New York, 1970, s.195.

Ali ERBAŞ, "Noel ve Yılbaşının Dînî ve Kültürel Boyutu.", İlim ve Sanat, III. ve IV. cilt, 46-47. sayı 1997, s.144.

Hidayet IŞIK, "Dînî Kökeni Açısından Noel ve Yılbaşı.", Selçuk Üniversitesi İlähiyat Fakültesi Dergisi, 7. sayı, 1997, s.450.

E. Royston PIKE, "Christmas.", Encylopaedia of Religion and Religions, London, 1951, s.99.

M.P. FISHER- R. LUYSTER, Age, s.258.

Durum böyle olunca, akla Noel'in Hristiyan dininin oluşturduğu bir mitoloji, Noel Baba'nın da bu mitoloji içinde yer alan bir mitolojik kahraman olduğunu söylemek mümkün hale gelmiştir.

Hız. İsa'nın doğumu olarak kabul edilen Noel'in bir mit olarak düşünülmesinin nedeni, orijinali Lauri HONKO'ya ait, Türkçe'ye Nezir TEMÜR'ün çevirdiği "Miti Tanımlama Problemi." isimli makalede geçen şu sözlerdir:

"Mit, toplumun dinî değerlerini ve normlarını yansıtır. Mitlerde taklit edilmesi gereken davranış kalıpları anlatılır. Bütün bunlar mitin, insan hayatı üzerinde ne kadar etkili olduğunu gösterir. Mitin gerçek değeri, dinî törenlerde görülür, çünkü bu törenlerde mitlerden alınan birçok unsur bulunur. Mitlerde anlatılan olayların taklit edilmesiyle dünya kendini ayakta tutar ve çökmekten kurtulur. Bazı olayların tekrar canlandırılması mitin amacıdır. (...) Böylece mit geçmişte yaşanan olayların günümüze aktarılmasını sağlıyor ve modern çağdaki insana yardımcı oluyor. Mitte anlatılan olaylar, inandığı dine aşırı şekilde bağlı bir insan için büyük önem taşır." (Honko 2005:255).

Bu anlamda her yıl Katolik ve Protestan inancına bağlı tüm Hristiyan dünyasının 24 Aralık'ı 25 Aralık'a bağlayan gecede kiliselere giderek Noel âyini yapması, deminki açıklamanın önemli bir uzantısını teşkil etmektedir. Ortodoks Hristiyanları ise Noel mitolojisine bağlı törenleri 5 Ocak'ı 6 Ocak'a bağlayan gecede gerçekleştirmektedirler. Burada görülen tarih değişikliği, sadece mitolojinin beraberinde getirdiği bir unsur olan ritüelin farklı kabullerden ötürü farklı zamanlarda kutlanmasından başka bir şey değildir.

Çünkü ritüel, mitin kaçınılmaz bir sonucu, inanış ve kabullerin eyleme geçirilmesidir.

Lord Raglan, “Mit ve Ritüel.” makalesinde mitin doğası gereği tekrarlanarak ezberlendiğini ve bu durumun doğal bir sonucu olarak da mitin bir gereksinimi olan ritüelin de aynı şekilde yinelenmesinin gerekliliğine işaret etmiştir.⁴

İşte bu açıklamadan ötürü, Noel âyininin yüzyıllardan beri devam etmesinin nedeni de ortaya çıkmıştır. “Hz. İsa’nın doğumu” başlığı altında kabul edilmiş ve inanılmış bir Hristiyan miti olan Noel, her yıl 24 Aralık ve 6 Ocak’ta kiliselerde yapılan âyinlerle kutlanarak ritüel olgusunu da hayata geçirmektedir. Mircea Eliade, bu durumu şöyle açıklamıştır: “ ... insan ötesi bir modelin taklit edilmesi, örnek oluşturan bir olgular akışının yinelenmesi “mitsel davranış”ın başlıca belirtilerini oluşturur.” (Eliade 2001:211).

Noel bir Hristiyan mitiyse, bu mitin oluşturduğu bir kahraman olan Noel Baba, tüm dünya tarafından kabul gören bir simge haline nasıl gelmiştir?

Bu durumun iki nedeni vardır. İlki, yardımseverliliği ile tüm dünyada ünlenmiş mitolojik bir Hristiyan kahramanı olan Saint Nikola (Aziz Nikola, Santa Claus). İkincisi de karikatürist Thomas Nast.

Saint Nikola (Aziz Nikola, Santa Claus) ile ilgili günümüze kadar pekçok anlatı intikal etmiştir. Tüm bunların buluştuğu ortak nokta şöyle

açıklanabilir: Üç tane kızı olan ve zenginliğini kaybeden fakir bir asilzâde, bir türlü kızlarını evlendirememektedir. Bunu duyan Saint Nikola (Aziz Nikola, Santa Claus) evlerinin pencerelerinden her kız için birer kese altın atar ve onların çeyiz düzerek evlenmelerini sağlar. Bu olayın dışında Saint Nikola'nın (Aziz Nikola, Santa Claus) büyük, küçük pekçok talihsiz, fakire ve zor durumda olanlara yardım ettiği konusunda günümüze kadar pekçok anlatı birikmiştir.⁵

Bu durumda Noel Baba kimdir? Çocukken Almanya'da dinlediği öykülerden esinlenerek bir "Santa Claus" görüntüsü yaratmak adına ilk olarak Thomas Nast tarafından 1863 yılında "Harper's Weekly" dergisinde sadece beyaz sakallarıyla siyah-beyaz bir şekilde yayımlanan Noel Baba, 1924 yılında Coca-Cola firması için reklamlar tasarlayan İsveçli Haddon Sundlom'un çizimleri ile kırmızı-beyaz elbiselerini giymiştir.⁶

⁴ Lord RAGLAN, "Mit ve Ritüel.", Çeviren: Evrim ÖLÇER ÖZÜNEL, Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 2, 318-331.

⁵ Gökhan AKÇURA, Gramafon Çağı-Ivır Zıvır Tarihi-2, Om Yayınevi, İstanbul, 2002.

Faruk BİLDİRİCİ, "Çam da Noel Baba da Anadolu.", Hürriyet, 25 Aralık 1996, s.20.

Ali ERBAŞ, "Noel ve Yılbaşının Dini ve Kültürel Boyutu.", İlim ve Sanat, III:IV. cilt, 46-47. sayı, 1997, s.143-153.

Nazım GÜVENÇ, "Noel Baba Daha Dünkü Çocuk.", Popüler Tarih, 40. sayı, Aralık 2003, 28-32.

Steven E. HEGAARD, "1979 Çocuk Yılı Dolayısıyla ve Çocuklara Yardım Sembolü: Anadolu Noel Baba.", Türk Folklor Araştırmaları, 18. cilt, 354. sayı, Ocak 1979, 8544-8545.

Hidayet IŞIK, "Dini Kökeni Açısından Noel ve Yılbaşı.", Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 7. sayı, 1997, s.447-468.

İlhan SELÇUK, "Noel Baba'nın Ağacı.", Cumhuriyet, 25 Aralık 1995, s.2.

Ayhan HÜNALP, "Noel Baba Var mıydı?", Tercüman, 30 Aralık 1958, s.3.

Fahri IŞIK, "Bir Anadolu Ereni: Noel Baba.", Cumhuriyet, 24 Aralık 1955, s.18.

Vasfi Raşit SEVİĞ, "Noel.", Hürriyet, 5 Ocak 1958, s.2.

Işık SOYTÜRK, "Noel Baba'nın Yaşadığı Kent: Myra (Demre)", Antik&Dekor, 13. sayı, Eylül 1991, 89-92.

Zeki TEOMAN, "Yılbaşı ve Noel Bayramı.", Yeni Defne, 5. cilt, 52. sayı, Aralık 1985, 11-13.

Mehmet İ. TUNAY, "Röliklerin Bir Bölümü Yurt Dışına Kaçırılan: Noel Baba Kimdir?", Türk Folklor Araştırmaları, 18. cilt, 354. sayı, Ocak 1979, s. 8546.

Doğan ULUÇ, "Demreli Tonton Nicholas.", Hürriyet, 29 Aralık 1997, s.20.

⁶ Kudret EMİROĞLU, Gündelik Hayatımızın Tarihi, Ankara, Dost Kitabevi, 2001.

Aysun İMİRGİ, Festivaller: Ankara'da T.C. ve ABD Uyuşukluların Yeni Yıl Kutlamalarının Halkbilimi Açısından İncelenmesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2003.

Şebnem TİRKEŞ, "Sen Kimmişsin Meğer Noel Baba.", Bütün Dünya, Aralık 2005, s.105.

İşte bu andan itibaren ticari bir simge haline gelen Noel Baba, görüldüğü gibi özünde yıllardan beri anlatılan mitolojik Santa Claus karakteriyle bütünleşerek yepyeni bir varlık haline gelmiştir.

1924'te sadece Coca-Cola reklamının imajı olan Noel Baba, o zamandan günümüze kadar gelinen süreçte Noel ve 31 Aralık kutlamalarının geniş ölçüde yaygınlaşmasıyla dünya tüketim endüstrisini en üst seviyeye taşıyan bir marka idolü haline gelmiştir ya da getirilmiştir.

Bir başka deyişle Noel Baba, Santa Claus'dan aldığı "yardımseverlilik" sıfatıyla, simgesi olduğu Coca-Cola reklamı ile bağdaştırılarak doğmuş, yaratılmış bir tüketim imajıdır. Kuşkusuz onun bu kadar sistemli bir ilüzyon yaratmasının altında yatan gerçek, güleryüzlülüğü ve sekiz ren geyiği tarafından çekilen kızak görüntüsüdür.

Bu durumun biçimlemesi ise "1939'da yılbaşı satışları için yenilik yapmak isteyen bir Chicago mağazasının reklam yazarı olan Robert May'in şiiri ve Denver Gillen'in çizgisiyle başlamıştır. O yıl 2.4 milyon basılıp dağıtılan broşür 1947 yılına kadar defalarca çoğaltılmıştır." (İmirgi 2003:90).

Peki Coca-Cola ile Noel Baba neden ve nasıl buluşmuştur? Bilindiği gibi Coca-Cola sıcak günlerde bolca tüketilsin diye oluşturulmuş soğuk bir içecektir. "Coca-Cola'da kokain bulunduğu için reklamlarında çocuk kullanılmasının yasaklanması nedeniyle çocuklara seslenebilmek ve kışın da kola içilebileceğini vurgulamak isteyen şirket" (İmirgi 2003:90) Noel Baba'ya Coca-Cola'nın aslî renkleri olan kırmızı-beyazı giydiren İsveçli ressam

Sundlom'un yarattığı imajı beğenmiş ve kampanyasında kullanmaya başlayarak, bunun günümüze kadar intikâlini sağlamıştır.

İşte bu noktada çocuk ve Noel Baba yakınlaşmasının da temeli atılmıştır. Yıllardır Noel Baba'nın ren geyiklerinin çektiği kızakla bir günde tüm dünyayı dolaşarak çocuklara hediyeler dağıtması, kreşlere, okullara ve kimsesizler yurduna muhakkak gitmesi⁷, çocuklara yönelik oluşturulmuş masal kitaplarına ilham kaynağı olması⁸, pekçok reklama çocuklarla beraber çıkması⁹ ve son olarak endüstri toplumlarının oluşturduğu alışveriş merkezlerinde marka olan bir oyuncak mağazası Toyzz Shop'ta konuşlanması¹⁰ bu düşüncemizin önemli kanıtlarıdır.

⁷ Cumhuriyet, 19 Aralık 1960, s.1.

Cumhuriyet, 31 Aralık 2001, s.18.

Hürriyet, 1 Ocak 1976, s.1.

Hürriyet, 1 Ocak 1978, s.1.

Hürriyet, 31 Aralık 1978, s.1.

Hürriyet, 1 Ocak 1983, s.1.

Hürriyet/İstanbul, 29 Aralık 1992, s.1.

⁸ Dr. İhsan HANSON, Noel Baba: Bir Yeni Yıl Öyküsü, Ya-Pa Yayın Pazarlama Sanayi Ticaret A. Ş., İstanbul, 2005.

⁹ Cumhuriyet, 23 Kanunuevvel 1930, s.1.

Cumhuriyet, 25 Aralık 1963, s.6.

Cumhuriyet, 21 Aralık 1985, s.14.

Cumhuriyet, 1 Ocak 1989, s.1.

Cumhuriyet, 1 Ocak 1990, s.1 ve s.7.

Cumhuriyet, 1 Aralık 1991, s.1.

Cumhuriyet, 1 Ocak 1993, s.1.

Cumhuriyet, 2 Aralık 1993, s.3.

Cumhuriyet, 1 Ocak 1994, s.1.

Cumhuriyet, 24 Aralık 1995, s.18.

Cumhuriyet, 1 Ocak 1998, s.1.

Tercüman, 25 Aralık 1960, s.1.

Hürriyet, 25 Aralık 1959, s.7.

Hürriyet, 23 Aralık 1984, s.5.

Hürriyet/Kelebek, 25 Aralık 1986, s.5.

Hürriyet, 28 Aralık 1991, s.30.

Hürriyet, 31 Aralık 1992, s.2.

Hürriyet, 20 Aralık 1994, s.4.

Hürriyet, 21 Aralık 1994, s.20.

Hürriyet/Cumartesi, 31 Aralık 2005, s.4.

Hürriyet/Ankara, 23 Aralık 2006, s.7.

¹⁰ Hürriyet/Pazar, 24 Aralık 2006, s.9.

Hürriyet/Kelebek, 27 Aralık 2006, s.3.

Bu durumda bir Hristiyan miti olan Noel ile, bu mitin oluşturduğu bir kahraman olan Noel Baba, Türk sosyo-kültürel yaşantısına nasıl yansımıştır?

80'li yıllardan itibaren Türkiye'de Noel âyinlerine Müslüman Türk vatandaşlarının da katılması ve Noel Baba'nın "Demreli" sıfatıyla anılarak, onun adına açılan kilisede âyinlerle anılması, Türk insanının özde bu Hristiyan mitolojisini benimsemese de, ritüel olarak bunu hayata geçirdiğini göstermektedir.

Bu duruma nasıl gelindiğini görmek için Türkiye'de Noel Baba'nın ön plâna çıkmaya başladığı 1950'li yıllara gitmek gerekmektedir.

1950'li yıllara kadar gazetelerde, satılmak istenen ürünü daha cazip ve bilindik kılmak adına sadece bir reklam unsuru olarak görülen Noel Baba¹¹, 1950'lerden itibaren üzerine fikir yazıları yazılmaya başlanan bir konu haline gelmiştir.

Hürriyet gazetesi yazarı Vasfi Râşit Sevig, Noel Baba olgusunu gerçek olarak kabul etmemiş, bu durumu "Zamanla Noel yortusu aynı adı taşıyan hayâlî bir ihtiyar yarattı. Bu uzun beyaz sakallı ihtiyar baba, Noel gecesinde uslu çocuklara oyuncaklar hediye eder." (Hürriyet, 5 Ocak 1958, s.2) şeklinde tanımlamıştır. Buna karşın **Tercüman gazetesi** yazarı Ayhan Hünel¹², Noel Baba'nın varlığına kesin gözyle bakmış,

Hürriyet/Cuma, 29 Aralık 2006, s.3.

¹¹ Cumhuriyet, 29 Birincikanun 1938, s.10.

Cumhuriyet, 24 Birincikanun 1939, s.8.

Cumhuriyet, 28 Birincikanun 1939, s.8.

¹² Tercüman, 30 Aralık 1958, s.3.

böylelikle gazeteler arasındaki görüş farklılığını ortaya koymuştur. Ona göre,

1. Noel Baba, 342 yılında Patara'da doğmuştur.
2. Çeşitli mucizeler göstererek (vaftiz edildiği leğenden ayağa kalkarak Allah'a şükretmesi, Hristiyanlar'ın oruç günlerinde ve her Cuma annesinin sütünü emmeyerek perhiz yapması) bir aziz olmuştur.
3. Darda olanlara yardım etmiştir, hatta bu işi iki kere üst üste 26 Aralık'ta yaptığı için adı "Noel Baba" olmuştur.

50'li yıllarda gazete yazarlarının aksine Noel Baba'ya karşı duran bir yazar vardır ki, o da Nejdet Sançar'dır.

"Türkiye'mizin batıya yönelmeye başlamasından bugüne kadar hayli zaman geçmiş olmasına rağmen, batılılıktan ne anlaşılması gerektiğini hâlâ kavrayamamış olduğumuz muhakkaktır. Batılılığın, öteden beri, bir zihniyet meselesi değil de, daha çok dışa ait birtakım hareketler şeklinde anlaşılmakta olması, cemiyetimizi daima yeni yeni meseleler karşısında bırakmıştır. Durum bugün de aynıdır. Meseleleri etraflı bir şekilde düşünmeden üstünkörü mütâlaa edenlerin, batılı milletlerde rastlanan her şeyi aynen yapmakla batılı olunacağını sanmaları, içtimâî ve millî dertleri az olmayan cemiyetimizi yeni dertlerin kucağına atmaktır. Bunun en dikkate değer bir misali Noel Baba taklidinde görülmektedir." (Sançar 1959:45).

şeklinde düşüncelerini dile getiren Sançar, Türk toplumunda yeni yeni belirmeye başlayan bu olguya karşı ciddi bir şekilde tavır almıştır.

Her ne kadar Nejdet Sançar Noel Baba olgusunun yerleşmesini istemese de, 70'li yıllara gelindiğinde büyük otellerin salonlarında ya da

yuvalarda çocuklara yönelik Noel Baba'lı kutlamaların yapıldığı göze çarpmıştır. Ünlü bir sanatçının katılımıyla daha da renkli bir ortamın sağlanmaya çalışıldığı bu tip kutlamaların yapılmasının nedeni ise “Anne ve babalarını eğlenirken rahatsız etmemek ve uykusuz kalmamak için minikler yılbaşını bir gün öncesinde yaşadılar.” (Hürriyet, 1 Ocak 1978, s.1) şeklinde açıklanmıştır.

Aynı yıllarda “1979 Çocuk Yılı Dolayısıyla ve Çocuklara Yardım Sembolü: Anadolulu Noel Baba.” isminde bir makale yazan Steven E. Hegaard, “Noel Baba geleneği” olarak adlandırdığı her türlü ayrıntının Demre'deki Saint Nicholas Kilisesi tarafından temsil edildiğini söylemiştir.¹³

Aynı tarzda ifadeleri Mehmet İ. Tunay'ın “Noel Baba Kimdir?” isimli makalesinde de görmek mümkündür. Elinde kimliğini yansıtan bir tabela tutan Noel Baba resimli makalesinde sorusuna karşılık olarak yazar, şöyle bir cevap vermiştir¹⁴:



¹³ Steven E. HEGAARD, “1979 Çocuk Yılı Dolayısıyla ve Çocuklara Yardım Sembolü: Anadolulu Noel Baba.”, Türk Folklor Araştırmaları, 18. cilt, 354. sayı, Ocak 1979, 8544-8545.

¹⁴ Mehmet İ. TUNAY, “Röliklerin Bir Bölümü Yurt Dışına Kaçırılan: Noel Baba Kimdir?”, Türk Folklor Araştırmaları, 18. cilt, 354. sayı, Ocak 1979, s. 8546.

80'li yıllarda gazetelerde yer alan haberler, Türk toplumunda Noel Baba'nın ciddi bir şekilde benimsendiğini kanıtlamaktadır.

Noel Baba'nın Antalya/Demre'deki bir kilisede anılması¹⁵, İstanbul'daki Saint Antoine Kilisesi'nde yapılan Noel âyinine ilişkin haberlerin çıkması¹⁶ ve İstanbul'da bir alışveriş merkezi olan Galleria'da yılbaşından bir gün önce tüm satış elemanlarının Noel Baba kılığına girerek çocuklara hediyeler dağıtması¹⁷ 1980'lerde Türkiye'de başlayan yeni uygulamalar arasındadır.

Bunun yanında ilk olarak 1982'de açılan ve günümüzde de hâlen faaliyette olan hediye fuarlarının vazgeçilmez simgesi, çeşitli hediyelerin tanıtımını yapan Noel Baba kılığındaki kişiler olmuştur.

Noel Baba âyini konusunda "Noel Baba'yı anmak amacıyla düzenlenen âyinde Katolik ve Ortodokslar biraraya geldi." (Hürriyet/Kelebek, 17 Aralık 1985, s. 1) şeklinde bir ifade kullanılırken, öte yandan Noel âyininin katılımcılarına bakıldığında durumun daha farklı olduğu görülmüştür. Manşette "İstanbul'daki Saint Antoine Kilisesi doldu taşıtı, Türkler, Noel âyinde." (Hürriyet, 26 Aralık 1989, s.26) ibâresi yer alırken, haberin devamında şu ifadelerle karşılaşılmıştır:

"Son yıllarda sosyete de moda haline gelen Saint Antoine Kilisesi'nde Noel kutlama âdeti bu yıl da devam etti. Saint Antoine Kilisesi'ni dolduran Hristiyan yurttaşların yanı sıra, kürkler, takılar

¹⁵ Hürriyet, 17 Aralık 1985, s.1.

¹⁶ Hürriyet, 26 Aralık 1989, s.26.

¹⁷ Hürriyet, 30 Aralık 1989, s.17 ve s.20.

ve gösterişli giysiler içinde kiliseye akın eden İstanbul sosyetesini kiliseye sığamadı." (Hürriyet, 26 Aralık 1989, s.26).

1990'lı yıllara gelindiğinde, çocuklara yönelik Noel Babalı kutlamalar artık sıradan bir hale gelmiştir. Bu yılların oluşturduğu yeni uygulama ise kiralık Noel Baba'lardır. Bu olguyla ilgili en göze çarpan not, "Gençler için bir gecelik meslek" ve "Kapıyı Noel Abi çalacak." ifadeleridir. Haberin devamında "Çocuğunuza, aldığınız yılbaşı hediyesini vermek için Noel Baba kılığına girmenize gerek yok. Bir telefon edin, Noel Baba kılığına girmiş genç bir tiyatro öğrencisi kiralayın." (Cumhuriyet, 29 Aralık 1991, s.1) denilmektedir. Yıllar geçtikçe çoğalan yılbaşı kutlama şekillerinin bir uzantısı olan bu uygulama da gösteriyor ki, çocuklara hediye verilirken geçmişteki uygulamalardan farklı olarak artık Noel Baba'nın gerçek olduğunu ispatlama amacı güdülmektedir.

Noel Baba kıyafetiyle mankenlerin iç çamaşır tanıtımı yapması¹⁸, Noel Baba kıyafetini giyen Tulû Çizgen'in televizyonda yayınlanacak yılbaşı güldürü programında Noel Ana'yı canlandırması¹⁹, yılbaşı arifesinde açılan bir disco barda Noel Ana kıyafeti giyen mankenlerin misafirlere kırmızı iç çamaşır dağıtması²⁰ ve dükkânlarda "Noel Anne" isimli iç çamaşırlarının satılmaya başlaması 90'lı yılların Noel Baba etrafında oluşturduğu başka yeni uygulamalardır. Bu anlamda "Yaklaşan yılbaşı, tüm dünyada günlük yaşama ayrı bir canlılık getirdi. Piyasalar ticaretle hareketlenirken tür tür Noel babalara Noel anneler ve Noel köpekleri de eklendi." (Hürriyet, 23 Aralık 1996, s.4) şeklindeki haber, düşüncemizin önemli bir kanıtı olarak karşımızda durmaktadır.

¹⁸ Hürriyet, 29 Aralık 1992, s.2.

¹⁹ Hürriyet, 29 Aralık 1993, s.11.

²⁰ Hürriyet, 25 Aralık 1994, s.6.

İşte tam bu noktada yanıtlanması gereken önemli bir soru vardır: Noel Baba bu duruma nasıl geldi veya getirildi? Var olduğuna inanılan sadece bir Noel Baba varken, neden Noel Anneler de türedi?

Kuşkusuz bu durumun en önemli nedeni medyadır. Medya, kitle iletişim araçlarıyla ve buralarda yayımlanan reklamlarla Noel Baba'yı tüketim toplumu unsuru haline getirmiş ve böylelikle Noel Baba, her geçen yıl kendini sürekli yenilemek zorunda kalan bir meta oluvermiştir. Sonuç olarak kitle iletişim araçları kültürü bir endüstriye dönüştürerek ona ait unsurları metalaştırmaktadır. Bu anlamda Sadık Güneş'in şu sözlerine katılmamak mümkün değildir:

“Kitle iletişim araçlarının bu bağlamda kitle kültürünün üreten, çoğaltan, yayan aygıtlar olarak tanımlanması yanlış olmaz. Modern kitle toplumunda kültür, kendine özgü üretim koşulları olan ve ancak ekonomik sistemin bir parçası olarak değerlendirilmesi mümkün bir endüstridir. Medya ise endüstrinin üretim ve pazarlama araçları...” (Güneş 1996:130).

Aslında Noel Baba'nın bu kadar hızlı bir şekilde metalaşmasının bir başka nedeni de, Türkiye'nin toplumsal yaşamında görülen değişiktir. Yavuz ODABAŞI, Türkiye'de tüketim kültürünün gelişmeye başladığı yılları 1950'lere götürmüş ve sözlerine şöyle devam etmiştir:

“Bu yıllarda <<Küçük Amerika>> olma vaadiyle tüketim kültürünün altyapısı oluşturulmuştur. 1960'lara gelindiğinde ise bu kültürün etkisi günlük yaşantımızda daha da hissedilir hâle gelmiştir. Ankara'da İzmir Caddesi'nde, İstanbul'da Tophane'de ve Adana'da, İzmir'de bulunan mağazalar Amerikan pazarının

sunduğu ürünleri satmaya başlamışlardır. 1980'lere gelindiğinde ise <<Çağ Atlayan Türkiye>> sloganıyla tüketim kültürünün olgunlaştığı döneme girilmiştir. Bu dönemde daha önce ülkeye kaçak olarak giren birçok ürün yasal olarak satılmaya başlanmıştır. Bu dönemin sloganı olan <<çağ atlamak>> kavramı ise bu ürünlere bilinçli ya da bilinçsiz olarak sahip olmak demek olduğu inancı yaygındı.” (Odabaşı 1999:35-36).

Aslında Türkiye’de tüketime yönelik bu kadar ciddi girişimlerin olmasının bir başka nedeni küreselleşmedir. Her konuda tek tiplileşmeye giden dünyadaki kapitalist uygulamaların oluşturduğu kısır döngüye Türkiye de ayak uydurmuştur. Bu anlamda kapitalizmin beşiği olan Amerika Birleşik Devletleri’nde Noel Baba’nın nasıl bir metaya dönüştürüldüğünü Hürriyet gazetesi yazarı Doğan Uluç şöyle açıklamıştır:

“Kırmızı paltosunun altında siyah lastik çizmesi, beyaz ponponlu kukuletası, çember ak sakalı ile ilginç bir tip Noel Baba. Kent-kasabalarda, sokak kavşaklarında, alışveriş merkezlerinde, dev mağazalarda gönüllü Noel Babalık yapanlar zil çalarak gelip geçeni selamlıyorlar. Dükkânlarda kucağına oturup resim çektiren çocuklar Noel Babaları çok seviyorlar. Nedeni ise beyaz sakallı tonton dedenin Hz. İsa’nın doğum günü sabahında evlerinde Noel ağacı altına, yatakları üstüne hediyeler bırakacağına inanmaları... Yaşamını yardım ve insanlara iyiliğe adanmış Demreli Nikolas’ın para, pulla alâkası yok ama Hristiyan âlemi de tüccarlıkta eşsiz. Noel’i hediye sanayine dönüştürmüş açığız Hristiyanlar. Bayram ayı Aralık dendiğinde Avrupa gibi Amerika’da da işadamları sevinçle avuç ovuşturmaya başlıyorlar. Noel’de Amerikalılar’ın eş, dost ve yakınlarına hediye için harcadıkları paranın toplamı 160 milyar dolar. (...) Bir gecelik Noel olayı için ortaya çıkan astronomik

rakamlar gerçekten göz kamaştırıcı. “ (Hürriyet, 29 Aralık 1997, s.20).

Kuşkusuz bu durumdan Türkiye de nasibini almıştır. Aslında Amerika Birleşik Devletleri’ndeki uygulamalar, bize hiç de yabancı gelmemektedir. Her konuda tek tiplileşmeye giden dünyada yılbaşı kavramı ile bu durum bir kez daha yaşanmakta, Türkiye de bu kısır döngüye ayak uydurmakta hiç de sıkıntı çekmemektedir.

İşte tam bu noktada devreye giren yılbaşı (31 Aralık, Milâdî yılbaşı) kutlamalarının temelinde üç önemli olgunun bulunduğu görülmektedir:

1. Noel (24 Aralık)
2. Şükran Günü (26 Aralık)
3. Festival

Buna göre yılbaşını (31 Aralık, Milâdî yılbaşı) şöyle tanımlamak mümkündür: Her yıl Aralık ayının 24’ünde kutlanan Noel’den, bu mitolojinin kahramanı olan Noel Baba’yı ve çam ağacı sembolünü, 26 Aralık’ta kutlanan Şükran Günü’nden hindiye, festivallerin temel uygulamalarından bazıları olan içki içmeyi, bir topluluk haline gelmeyi ve hediye alıp/vermeyi kendi özünde birleştirerek oluşmuş ve bütün insanlar tarafından yeni yılın gelişini karşılamak amacıyla eş zamanlı olarak kutlanan bir gündür.

Noel ve Şükran Günü gibi sadece Hristiyan dinine özgü bir kutlama şekli içermemesi ve farklı dînî inançlardan gelen pekçok insanı ortak paydada buluşturması açısından yılbaşı (31 Aralık, Miladî yılbaşı) seküler bir olgu olarak görülmektedir. Bu yaklaşımın tamamen doğru olduğunu söylemek ne yazık ki mümkün değildir; çünkü bir kutlamanın tamamen seküler olması

için dînî hiçbir öge içermemesi gerekmektedir. Oysaki yılbaşı, deminki tanımdan da anlaşılacağı üzere Hristiyan inançlarından beslenerek oluşmuş bir gündür.

Bu anlamda Türkiye’de resmî olmayan ilk yılbaşı eğlenceleri Osmanlı İmparatorluğu zamanında Tanzimat Dönemi’nde başlamıştır.²¹ İstanbul’daki İngiliz sefirinin Haliç’te bulunan bir gemide, 1829 yılında verdiği yılbaşı balosuna, bazı Osmanlı devlet adamlarının da katılması, bunun bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Hatta 1856 yılında Sultan Abdülmecid’in, Fransız sefiri tarafından düzenlenen yılbaşı balosuna katıldığı bilinen tarihsel bir gerçektir.

Kültür tarihi araştırmacısı Taha Toros, batılı anlamda yılbaşı kutlamalarının, İstanbul, Selânik ve İzmir’de başladığını belirtmiş ve şunları söylemiştir:

“Yenilik limanlardan girer, sözü doğrudur. Selânik, İzmir ve İstanbul’daki gayrı müslimler, yeni yılın gelişini, batıda olduğu gibi kutlardı. Türkler’in yılbaşına eğilimleri ise, Tanzimat’tan sonra ve özellikle Kırım Savaşı sırasında olmuştur. Padişahlarımız, zaman zaman, İngiliz ve Fransız sefarethânelerindeki eğlencelere katılıyorlardı. Hâriciye mensuplarımız da, yılbaşlarında bazı Frenk ailelerin tertiplediği balolara katılmışlardır. Türkiye’de yılbaşının aydın kesimce kutlanması, meşrutiyet inkılâbıyla başlar ve bunda Jön Türkler’in büyük rolü vardır.” (Tuna 1991:7).

²¹ Berna TUNA, “Yılbaşı: İthal Malı Eğlence.”, Hürriyet, 29.12.1991, s.7.

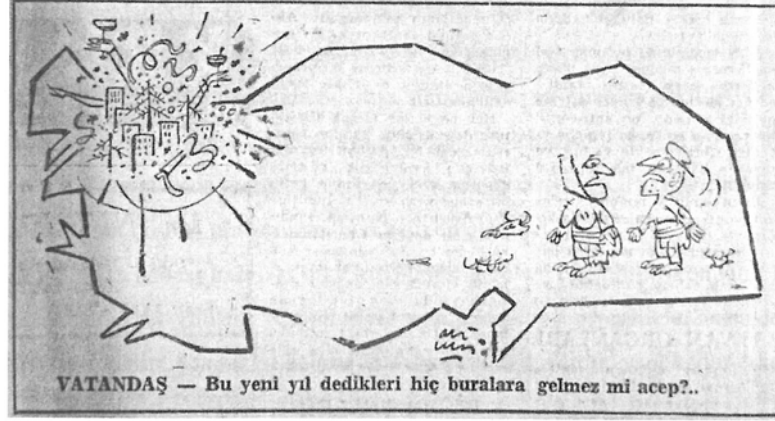
Padişahlar ve üst düzey devlet adamları her ne kadar bu balolara katılsalar da, kesinlikle eşlerini yanlarında götürmemişlerdir. Bunun nedeni, padişahın aynı zamanda halife oluşudur. Bu da yılbaşı kutlamanın Hristiyanlar'a özgü bir âdet olarak kabul gördüğünün göstergesidir.

Yılbaşını kadın ve erkeğin beraber kutladığı ilk mekân, İstanbul'da bir gece kulübüdür ve burası da Enver Paşa tarafından açılmıştır. Bu durum da "Osmanlı İmparatorluğu'ndaki Müslüman halk arasında erkek-kadın birlikte eğlenme, ancak Cumhuriyet'e yakın tarihlerde, o da yılbaşı eğlenceleri sayesinde yerleşmiştir." (Tuna 1991:7) yorumunu beraberinde getirmiştir.

Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde başlayan yılbaşı eğlencelerini, iki ayrı şekilde değerlendiren Taha Toros, bunlardan ilkinin yüksek sosyetenin katıldığı danslı ve müzikli partiler, ikincisini de kadınlı-erkekli düzenlenen şans oyunlarının oynandığı kumar partileri şeklinde sınıflandırmıştır.

Türkiye'de resmî olmayan ilk yılbaşı kutlamaları ile ilgili bir başka görüş de Refik Hâlit Karay'a aittir. Mütâreke döneminde "haraşo" denen beyaz Rus kadınların İstanbul'a gelmesiyle bu eğlencelerin başladığını düşünen Karay, sözlerine "Müslüman halkı büyük sayıda Beyoğlu tarafına alıştırıran da haraşolar oldu." (Karay 1955: 4) şeklinde devam etmiştir. Refik Hâlit Karay, Türk toplumundaki bu yeniliği İstanbul'un eğlence zevkinin değişmesine ve bunun yerine Avrupâî bir eğlence şeklinin yerleşmesine bağlamıştır. Sözlerine "Tuhafı şudur ki tek geleneğimize dayanmayan bu yepyeni âdete yani yılbaşı sabahlamasına bütün âdet ve bayramlarımızdan fazla bir gayretle, dört elle sarılmış haldeyiz, şimdi! Meğerse lâzım imiş. Bakalım şehirden köye de gidecek mi?" (Karay 1955: 5) şeklinde son veren

Refik Halit Karay, sanki yıllar sonra Cumhuriyet gazetesinde yer alacak şu karikatürü önceden görmüştür:



Cumhuriyet, 1 Ocak 1971, s. 1.

Yılbaşının aslında tüm dünya insanları tarafından kutlanmasını tetikleyen başlıca unsur, tüm milletler için 31 Aralık'ın yılın son günü **oluşudur**. Bu da Milâdî takvim olgusundan ileri gelmektedir. Türkiye'de de 31 Aralık yılbaşı kutlamalarının başlangıcı, yeni saat ve takvim uygulamasına geçişle doğrudan ilgilidir. Bilindiği gibi Osmanlı İmparatorluğu döneminde Hicrî ve Rûmî takvim kullanılmaktaydı. Osmanlı İmparatorluğu döneminden miras kalan bu sorun, 26 Aralık 1925'te Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde kabul edilen bir yasayla çözüme ulaştırılmıştır. Toplam beş maddeden oluşan yasalar, şu şekildedir:

“697 Sayılı Yasa:

Madde 1- T.C. dâhilinde gün gece yarısından başlar ve saatler 0'dan 24'e sayılır.

Madde 2- İzmit civarından geçip Greenwich'e göre 30 derecede bulunan meridyen bütün Türkiye saatleri için esastır.

698 Sayılı Yasa:

Madde 1- T.C. için de resmî devlet takviminde takvim başlangıcı olarak uluslar arası takvim başlangıcı kabul edilmiştir.

Madde 2- 1341 yılı Aralık ayının 31. gününü takip eden gün 1926 yılı Ocak ayının birinci günüdür.

Madde 3- Hicrî takvimi öteden beri olduğu üzere özel hallerde kullanılır. Hicrî ve Kamerî ayların başlangıcını rasathâne belirler.” (Öztürk 2006: 29-30).

Böylelikle Türkiye, bu iki yasanın kabulüyle ilk resmî yeni yıl kutlamasını yapmıştır. “1 Ocak 1926’da Elektrik İdaresi’nin saat 24’te ışıkları bir dakika söndürmesiyle ilk kez yılbaşı kutlandı.” (Radikal, 20 Ekim 1999: 4) şeklindeki haber, düşüncemizin önemli bir kanıtıdır.

Türkiye’de yılbaşının yasallaşması ise 1935 yılında olmuş ve dönemin başbakanı İsmet İnönü tarafından TBMM’ne ulusal bayramlar ve tatil günleri hakkında bir yasa tasarısı verilmiştir. Yılbaşı tatilinin 31 Aralık’ta öğleden sonra başlayıp, 1 Ocak akşamı sona ermesini öneren tasarı, meclis tarafından kabul edilmiş ve 2739 sayılı yasa olarak yürürlüğe girmiştir.²²

Yılbaşıyla ilgili yazı dizisinde bu yasa sürecini Berna Tuna şu şekilde yorumlamıştır:

“Batı tarzı eğlence anlayışının, uygulamaya dönük ilk türlerinden biri olan yılbaşı eğlenceleri, Cumhuriyet’in ilk yıllarında, gerçekten büyük bir anlam taşıyordu. Bu olay, kılık kıyafetten, bakış açısına kadar, bir dizi modernizmi beraberinde getirdi.” (Tuna 1991: 7).

Bu anlamda yılbaşı baloları dikkat edilmesi gereken önemli bir konudur. Bu konuda Lütfü Tinç şu bilgileri vermiştir:

²² Zeki TEOMAN, “Yılbaşı ve Noel Bayramı.”, Yeni Defne, 53. sayı, 5. cilt, Aralık 1985, 11-13.

“Cumhuriyet rejiminin getirdiği yenilikler arasında, baloların çok özel bir yeri vardır. Çünkü bu balolarda dans ve müzik vardır; yani kadın-erkek birarada olunur, birlikte eğlenilir... Cumhuriyet Bayramı için olsun, bir okulun mezuniyet balosu ya da bir derneğin, bir hayır kurumunun balosu olsun; kutlama kadın-erkek birlikte yapılır. (...) Kadın-erkek birlikte eğlenmek ve eğlencenin çeşitlenip kitleleşmesi, Cumhuriyet rejiminin çağdaşlaşma projesinin getirdiği çok önemli iki değişikliktir.” (Tinç 2003:55).

Bu bağlamda Osmanlı İmparatorluğu’nun son dönemlerinde yeni yıla girişi kutlamak maksadıyla çok kısıtlı bir şekilde başlayan kadınla erkeğin beraber eğlenmesi olgusu, Cumhuriyet döneminde gerçekleştirilen bir dizi reformla toplumdaki yerini iyice sağlamlaştırmıştır. Başka bir deyişle Osmanlı dönemindeki haremlilik-selamlık eğlenme şekli, Cumhuriyet’in kabulü ile sona ermiştir.

Bu yıllarda Cumhuriyet gazetesindeki ilânlardan hareketle denilebilir ki Türkiye’nin gelişmiş büyük kentlerinde yılbaşını kutlamak, Novotni, Pera Palas, Maksim, Ambasadör, Ankara Palas, Park Oteli, Turan Bar gibi eğlence yerlerine gidip eğlenmekti.²³

²³ Cumhuriyet, 21 Birincikanun 1934, s.4.
 Cumhuriyet, 26 Birincikanun 1934, s.2.
 Cumhuriyet, 26 Birincikanun 1935, s.7.
 Cumhuriyet, 29 Birincikanun 1938, s.4.
 Cumhuriyet, 30 Birincikanun 1940, s.7.
 Cumhuriyet, 29 Birincikanun 1944, s.5.
 Cumhuriyet, 22 Aralık 1945, s.4.

31 Birincikânun 1933
Pazar günü akşamı saat 22 den itibaren
PERAPALAS SALONLARINDA
YILBAŞI REVEYONU
Kotiyon, Hediyeler, Eğlenceler
Masanızın şimdiden temin edilmesi rica olunur
Telefon : 44810

Cumhuriyet, 29 Kanunuevvel 1933, s. 8.

1.2. Çam Ağacı

Çam ağacı süslemek, yılbaşı kutlamalarının beraberinde getirdiği uygulamalardan biridir. Bilindiği gibi, Hristiyan dünyası, Noel'in gelişini kutlamak adına üzerine çeşitli süslerle bezediği yapay ya da gerçek çam ağaçlarını her evin salonuna süs amaçlı koymaktadır. Aynı durumun bizde de yaşandığını söylemek doğru bir yaklaşım olacaktır; ancak bizdeki uygulamanın farkı bunun tek bir gün, yani yılbaşı (31 Aralık, milâdî yılbaşı) için yapılıyor olmasıdır.

Dr. Pervin Ergun, Türk Kültüründe Ağaç Kültü isimli kitabında Hristiyan inancında Noel ağacı geleneğinden önce dünya ağacı simgesinin yaygın olduğunu söylemiştir. Hattâ Hz. İsa'nın bir ağaç olarak tasvir edilmesi ve haçın yerden göklere çıkan bir ağaç olarak görülmesi şeklinde inanışlar da mevcuttur. Bu bağlamda, her ne kadar çam ağacı dinî bir bayram olan Noel'in sembolü olsa da, "Hristiyan dünya görüşünde ağacın asıl ve en önemli sembolü, İsa'nın çarmıha gerildiği ağaçtır. Çünkü o, cennetteki hayat ağacından yapılmıştır ve ölüleri diriltme özelliği vardır." (Ergun 2004:101).

Peki Hristiyan inancındaki Noel (çam) ağacı uygulaması ne zaman ve nasıl başlamıştır?

Bu konuda Dr. Pervin Ergun, Hristiyan dünyasının Hz. İsa'nın doğum günü olarak kutladığı Noel'den çok önce, aynı günlerde başka bayramlar kutladığını ve bütün bu bayramların ortak özelliğinin Aralık ayında günlerin gittikçe kısalması esası üzerine kurulu olduğunu söylemiştir. Güneş Tanrısı Mitra'nın ışığından faydalanamamak korkusuyla insanların, ona ibadet ederek çeşitli kurbanlar sunduklarını belirten Ergun, bu nedenle Mitra'nın

galibiyetinin sembolü olarak defne, mersin ve meşe ağaçlarının kutsal sayıldığını sözlerine eklemiştir.

Noel ağacının çam ağacına dönüşümü ise şu şekilde aktarılmıştır:

“Noel ağacı ilk 1521 veya 1605'te Almanya'da ortaya çıkmıştır. Almanlar, Ren nehri kıyısında ilk defa olarak “cennet ağacı”nı temsil eden bir köknar ağacını ışıklar, meyveler ve parlak süslerle süslemişlerdir. O zamana kadar tanrılarına meşe ağacı ile ibadet eden, kurbanlarını meşe ağacının dallarına asan Avrupalılar, bu olayla kültürel bir devrim yapmıştır. Meşe ormanlarıyla kaplı Avrupa'ya çamın gelişi, Hz. İsa'nın ve Hristiyanlığın yeni bir din olmasıyla kabul görmüştür. Noel ağacı, aynı zamanda Hz. İsa'nın çarmıha gerildiği ağacın sembolüdür. Cennetteki hayat ağacından yapılan çarmıh, İsa'yı yine göğe götürmüştür. Bu ağacın aynı zamanda ölüleri dirilttiğine inanılmaktadır.”(Ergun 2004: 104).

Böylelikle Hristiyan inancında kutsal sayılan hayat ağacı meşeye, ardından Noel'in kutlanmaya başlamasıyla da çama dönüşmüş ve günümüze kadar gelinmiştir.

Türkler'de yeni yılın gelişini kutlamak amacıyla çam ağacının ilk olarak ne zaman kullanılmaya başlandığı net değildir. Bu konuda kesin olan tek nokta ise şudur: Yılbaşının (31 Aralık, Milâdî Yılbaşı) kutlanmaya başladığı ilk zamanlarda gerçek çam ağaçları tercih edilmiş, bir süre sonra bunun bir katliama dönüşmesinden ötürü, 90'lı yılların başından itibaren yapay çamlara ilginin kaydığı tespit edilmiştir.

Tüm bu tespitlerin ardından aslında eski Türkler'de ve Osmanlı İmparatorluğu döneminde hayata geçirilmiş bir ağaç süsleme geleneği olan

“Nahıl ağacı”ndan bahsetmek yerinde olacaktır. Candan Işıl Sakarya, yüksek lisans tezinde eski Türkler’de ve Osmanlı İmparatorluğu döneminde özel günlerde (sünnet, evlilik,vb.) nahıl ağacı geleneğinden söz etmiş, bu nahıl ağaçlarının tıpkı yılbaşı çamları gibi süslendiğini, eğlencelerde görsel güzellik sembolü olarak kullanıldığını belirtmiştir. Bu gelenek hakkındaki mevcut bilgiler şöyledir:

“Arapça’da hurma ağacı anlamına gelen nahıl, eski Türkler’de ve Osmanlı’da düğün ve şenliklerin vazgeçilmezlerindendi. Üzeri simli ipler, aynalar, gümüş yapraklar, altın yaldızlı süsler, meyveler, çiçekler ve değerli taşlarla süslenen nahılların boyu 25 metreye kadar çıkardı. Saltanat düğünleri ve şenliklerde yaygın olarak görülen nahıllar o kadar büyük ve görkemli oluyordu ki, nahılların geçeceği güzergâhtaki çatıların çıkıntıları yıkılıyor, duvarlar nahılların boyutuna göre yeniden yapılıyordu. Bu sebeple nahılı herkes yapamıyordu.” (www. agaclar.net).

Radikal gazetesi yazarı Avni ÖZGÜREL de, “Çam Ağacı Yerine Nahıl” isimli makalesinde yukarıda nahıl ağacına ilişkin verilen bilgileri “... üzerinde balmumundan insan, hayvan, meyve, çiçek, gemi modelleri bulunan, çeşitli mücevherler, renk renk kâğıtlardan kurdeleler ve gümüş yapraklarla bezeli şenlik süsüne verilen ad bu.” sözleriyle tamamlamıştır. Böylelikle her çam ağacının üzerinde bulunan temel süs, nasıl Noel Baba ise, nahıl ağacının üzerindeki süsler de balmumundan yapılan insan, hayvan, meyve, çiçek veyahut da gemi modelleridir. Buradan da anlaşılmaktadır ki, nahıl ağacının süsleri,kendi kültürümüze özgüdür. Makalesinin büyük bir kısmını Osmanlı döneminde nahıl ağaçlarına ilişkin yerli ve yabancı tarihçilerin verdiği bilgilere dayandıran Özgürel, sözlerini şu şekilde bitirmiştir: “Artık tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de çam ağacı egemenliğini sürdürüyor. Osmanlı’daki

nahıl geleneği hatırlanmıyor bile. Yabancı gezginlerin bile öve öve bitiremediği nahıllar sanatkârlar tarafından süsleniyordu.”(Radikal, 22 Aralık 2002, s.9).

Günümüz Anadolu’sunda çok küçük ölçekte de olsa, hâlen kullanılmaya devam eden bir gelenek olan nahıl ağacına takı ve hediyeler asılmasının dışında tıpkı çam ağacında yapıldığı gibi çeşitli süslerle de bezendiği bilinmektedir. Bu durumda “Küresel bir kültür ögesi olan yılbaşı kutlamalarına kendi kültürümüzden ne katabiliriz?” sorusuna cevap olarak “çam ağacı” yerine “nahıl ağacı” alternatifi akıllara gelmektedir.

1.3. Piyango Biletleri

Cumhuriyet'in ilk yıllarında yılbaşıyla ilgili yaşanan bir başka durum da 1939'dan itibaren Milli Piyango ismiyle anılacak bir geleneğin başlangıcı olan Tayyare Yılbaşı Piyangosu ve biletleridir. Bu konu hakkında bir araştırma yapan Tunca Varış'a bakılırsa,

“Bir şans oyunu olan piyango, başlangıçta sosyal ya da ekonomik yardım amacı ile düzenlenmiştir. Binasının yapılması gereken bir okul, öğrenci yurdu, hastane ve hattâ dinî kurumlar ya da bu kurumların giderlerinin karşılanması için düzenlenen piyangoların sayısı belirsizdir.” (www.thy.com).

Bu tip uygulamaların yabancı ülkelerde ve Osmanlı döneminde bizde de var olduğunu belirten Varış, bu iddiasına örnek olarak Kandilli Kız Mektebi Sultanisi'nin yapılışı için ve İzmir'deki meslek okulları öğrenceleri yararına düzenlenen piyangoları göstermiştir.

Tunca Varış sözlerine “O dönemlerin özel ve dar kapsamlı, sosyal yardım amaçlı piyangoları, Cumhuriyet döneminde yerini daha geniş kapsamlı bir uygulama olan “Tayyare Piyangosu'na bırakmıştır. Kazanılan ikramiyenin bir eşya olarak verildiği “eşya piyangoları” belirsiz ve düzensiz olarak özel koşullarla sürerken ikramiyesi nakit para olarak ödenen, Cumhuriyet döneminin ilk piyangosu “Türk Tayyare Cemiyeti Piyangosudur.” (www.thy.com) şeklinde devam etmiş ve bundan sonraki durumu şöyle özetlemiştir:

“Cumhuriyetimizin kurucusu Atatürk'ün “İstikbal Göklerdedir.” sözünü hepimiz biliriz. Genç Cumhuriyet yönetimi de havacılığa gereken önemi vermek düşüncesindedir; ancak durum ortadadır.

Osmanlı'dan miras kalan borçların ödendiği bir dönemde havacılık gibi büyük paralar gerektiren çalışmalara kaynak bulma güçlüğü girişimleri engellemektedir. Bu alana kaynak yaratma gayesi ile birçok Devrim Yasası'ndan önce bu konuda bir yasa çıkarılıp Piyango düzenleme tekeli Türk Tayyare Cemiyeti'ne verilmiştir. Bunun yanı sıra, kurban derilerini toplama, Atatürk'ün Büyük Nutku'nun kitap olarak satılması ve Atatürk büstlerinin yaptırılıp satılması tekelleri de aynı kuruluşa verilerek ciddi bir parasal kaynak yaratılmıştır. "Türk Tayyare Cemiyeti Piyangosu" 9 Ocak 1926 tarihli bir yasayla kurulmuş ve ilk çekilişi 19 Nisan 1926'da gerçekleşmiştir. Osmanlı dönemindeki Donanma Cemiyeti Piyangosu'nda edindiği deneyim nedeniyle, Selânik Bankası eski müdürü Mösyö Edward Mizraki (1860-1932), bu piyangonun düzenleyicisi olarak kurallarını da saptamıştır." (www.thy.com).

Harf Devrimi yapıldıktan hemen sonra biletlerin yeni harflerle basıldığına işaret eden Varış, "Yeni alfabemiz ile eski harflerin okunuşları henüz tam bir esasa bağlanmadığından "tayyare" yerine "tayare" ya da "piyango" yerine "piyanko" sözcükleri kullanılmıştır." (www.thy.com) diyerek yeni durumu özetlemeye çalışmıştır.

Harf devriminin ardından Türk Tayyare Cemiyeti'nin ismi "Türk Hava Kurumu" olmuştur. Asıl görevi havacılık olan bu kurum, piyangonun yaygınlaşıp gelişmesi ile daha fazla ilgilenememiş ve bu konudaki tüm tekeli 5 Temmuz 1939'da çıkartılan bir yasayla kurulan Millî Piyango İdaresi'ne devretmiştir. Öte yandan, daha önce basılmış olan eski tasarımlı biletlerin üzerine siyah bir baskı yapılmış ve bunlar Tayyare Piyangosu'nun son ve Millî Piyango'nun ilk biletleri olarak, geçiş dönemi biletleri adını almışlardır.

Tüm bunların yanında Türkiye’de piyango ticareti nasıl başlamıştır? Bu konu hakkında bir araştırması bulunan Orhan Koloğlu şunları söylemiştir:

“Napolyon Savaşları’nın 1815’te sona ermesinin ardından Akdeniz’de ticaret rahatlamış ve Avrupalı tüccarlar 1820’den itibaren öncelikle İzmir’e yerleşmeye başlamışlardı. Yunan Ayaklanması’nın getirdiği on yıl kadar süren durgunluk döneminin arkasından, 1830’larda engellerin tamamen ortadan kalktığı bir döneme girildi.” (Koloğlu 2000:34).

Böylelikle ilk piyango 1836’da İzmir’de düzenlenmiş ve yapılan çekiliş sonuncunda bir altın saat hediye edilmiştir. Osmanlı toplumunda ağır bir tempoyla devam eden piyango ticareti, 1849’da İstanbul’da Pera’da bir evi piyangoya koyup bilet satma uygulamasına bile tanıklık etmiştir.

II. Abdülhamit, her ne kadar piyangolara iyi gözle bakmasa da, 1900 yılında İzmir Hamidiye Sanayi Mektebi’nin yararına düzenlenen piyangoya destek vermiş, hattâ iktidarı zamanında bilet fiyatları ve satış noktalarını belirten bir piyango nizamnâmesi bile oluşturmuştur.

II. Abdülhamit’ten sonra yönetimi ele geçiren İttihatçılar, bu yapılanmanın üzerine daha sistemli bir işleyiş getirmişlerdir. Bu anlamda 1909’da kurulan Osmanlı Donanma Cemiyeti’ne, askerî gemiler alması için piyango düzenleme yetkisi verilmiş ve başarılı olunmuştur. Bunu da Osmanlı Piyangosu için “umumî acenta” işlevini görecek Devidas ve Ventura Bankası’nın seçilmesi takip etmiştir.

Bir taraftan Osmanlı Devleti yönetimi piyango konusunda bu kararları alırken, bir taraftan da İstanbul'daki bütün sarraf dükkânları piyango biletleri satmaya başlamıştır. Bu sâyede ikramiyelerin de bir hayli arttığı görülmüştür.

“Balkan Savaşı, I. Dünya Savaşı ve Kurtuluş Savaşı dönemlerinde piyango dünyası doğal bir duraksama yaşadktan sonra, Cumhuriyet’le yeni bir ivme kazanmıştır. Önce Tayyare Piyangosu, 1939’dan itibaren de Millî Piyango adı verilen çekiliş ve kurum olarak Millî Piyango İdaresi, devletin çıkarı için piyango düzenleme tekeline sahip olmuştur.” (Koloğlu 2000:37).

Orhan Koloğlu, Cumhuriyet dönemindeki piyangonun Osmanlı döneminden farklı olan iki yönü olduğunu tespit etmiştir. İlki, ikramiye rakamlarındaki yükseliş, ikincisi de bilet satıcıları ve bayilerin yapısındaki değişikliktir. İkramiye rakamlarındaki yükseliş, 1950’lerden sonradır. Hem halkın ilgisinin artması, hem de enflasyon gerçeği bu durumun başlıca nedenleridir.

Öte yandan “Osmanlı döneminde daha çok sarraf dükkânlarıyla bazı banka şubelerinde yapılan satışların yerine, sadece piyango bileti satan ve bunu gazetelere ilân vererek topluma duyuran kimseler ortaya çıkmıştır.” (Koloğlu 2000:38).

Bu anlamda halk arasında “Nimet Abla” olarak tanınan Nimet Gişesi’nin sahibesi Nimet Özkan ve işi olan piyango bayiciliğinden bahsetmek yerinde olacaktır.

Bu konuda bir araştırma yapan Ertan Ünal'dan öğrenildiği kadarıyla asıl işi tütün satıcılığı olan Nimet Özden'in eşi İsmail Özden, Tayyare Piyangosu bileti de satmaktadır. 1930'lu yıllarda idare, piyango bileti satışını teşvik etmek amacıyla veresiye bilet satılmasına izin vermiş; İsmail Özden de bu uygulamaya başlamış, fakat sattığı biletlerin parasını toplayamadığından büyük zarara girmiştir. Bunun üzerine devreye Nimet Özden girer ve işin başına geçer. Hatta "Nimet Abla'nın piyangoculuk girişimi, bu işi meslek edinmiş erkekler arasında önce şaşkınlık, sonra da tepki yaratır." (Ünal 2002:49).

Nimet Özden, ilk olarak Eminönü'nde kendi malı olan dükkânı açıp, evini de dükkânın üzerine taşır. Önceleri çeşitli zorluklar yaşayarak bilet satamasa da, zamanla bunların üstesinden gelir ve her bilet alana bir kutu şeker vererek kazancını kat kat arttırır. İşte bu gelişimi Ertan Ünal şöyle aktarmıştır:

"Reklamın, iletişimin ve promosyonun önemini anlayan Melek Nimet Hanım, piyango dünyasındaki ilk girişiminden zaferle çıkmış, bu zafer ona şöhret yollarını da açmıştı. Hele büyük ikramiyelerden bazılarının sattığı biletlere çıkması, ününü iyice pekiştirdi. En büyük rakibi kapı komşusu Tek Kollu Cemal, onun karşısına geçip, << Siz bilet satışında beni geçemezsiniz.>> demesi de Nimet Hanım'ı yıldırmadı. Sürekli yenilik arayışı içindeydi. Sattığı biletlerin kaybolmasını önlemek amacıyla ön yüzünde kendi fotoğrafının yer aldığı bilet zarfları bastırılmış, Anadolu'daki müşterileriyle mektupla iletişim kurmuş, ödeme zorluğu olanlar için, taksitle bilet alma olanağı sağlamıştı. Melek Nimet, kendisinden bilet alanların adresini bir deftere kaydediyor, daha sonra da tüm çekilişleri izliyor, sattığı bilete ikramiye çıkması halinde, peşindeki gazetecilerle birlikte talihlinin evine gidiyordu. Kapıyı açanın, karşısında Nimet Abla'yı görünce kapıldığı sevinci

düşünün! Daha çekiliş listesi gazetelerde yer almadan, resmî liste yayımlanmadan Nimet Abla, gıcır gıcır banknot destelerini komisyon ya da o zamanki adıyla bahşiş almadan talihliye uzatıyor, birlikte çekilen fotoğraflar ertesi gün gazetelerde yayımlanıyordu.” (Ünal 2002:50-51).

Dükkânına bilet almak için değil de, para istemek için uzatılan elleri geri çevirmeyen, yoksul çocukları giydiren, parasız gençleri üniversitede okutan, çocuğu olmadığından mânevî evlat edindiği kızların her şeyiyle yakından ilgilenen Nimet Özden’in ünü gittikçe yayılmış ve halkın Nimet Abla’sı olmuştur. İşte bu nedenle Eminönü’ndeki dükkânın ismi “Talihli Gişe” iken “Nimet Abla Gişesi” olarak değişmiştir.

Piyango bayiciliği konusunda ünlü olan bir başka kişi de halk arasındaki ismiyle “Tek Kollu Cemal”dir. Nimet Abla’nın kapı komşusu olan Tek Kollu Cemal, astsubay iken geçirdiği kaza sonucu tek kolunu kaybedince piyango bayiciliğine başlamıştır. Türk piyango dünyasının bir başka ünlü bilet satıcısı yine halk arasındaki ismiyle “Uzun Ömer”dir. 2 metre 40 cm’lik boyuyla ünlü olan bu kişi de Karaköy, Köprüaltı ve Adalar İskelesi’nde bilet satıcılığı yapmıştır. Mekânı Beyoğlu olan ve günümüz seyyar bilet satıcılarının öncüsü olarak kabul edilen Cüce Simon da piyango bileti satıcılarının önemli sîmâlarından biri olarak kabul edilmiştir.²⁴

Millî Piyango biletleri hakkında eklenmesi gereken bir başka not, 1950’li ve 60’lı yıllarda bu konuyu karikatürlerine taşıyan İhap Hulusî ile **ilgilidir**. Çeşitli deyimlerden faydalanarak Millî Piyango biletleri için reklam metinleri oluşturan ve bunları resimlerle de iyice görsel hale getiren İhap

Hulûsî'nin karikatürlerinde geçen çeşitli ifadeler, Türk atasözleri ve deyimlerini anımsatmaktadır. Öyle ki, “Arpacık kurusu gibi düşünmekte fayda yok: Bir yılbaşı bileti al, feraha kavuş.” (Hürriyet, 13 Aralık 1959, s.4) ya da “Kaz gelecek yerden tavuk esirgenmez: Bir bilet al ki milyon kazanasın.” (Hürriyet, 25 Aralık 1962, s.6) şeklindeki atasözleri ve deyimlere özgü kabul ettirici ve kesin ifadeler, insanları Millî Piyango bileti almaya teşvik etmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, neden bu tip ifadeler ihtiyaç duyularak kullanıldığıyla ilgilidir. Bunu, Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar isimli çalışmada yer alan Lutz Röhrich ve Wolfgang Mieder tarafından kaleme alınan “Modern Dilde Kullanılan Atasözlerinin Biyolojisi.” isimli makaleden anlamak mümkündür.

“İnsanlar birtakım imajlara doğrudan ifadelerden, halk deyişlerine bireysel sözlerden daha kolay inanıyor. (...) Atasözleri, sözlü olarak aktarılan üstü en kapalı, en etkili ve en kısa ürünlerdir. Böylece, bir sloganın gereğini en kolay bir şekilde yerine getirirler. Atasözleri gibi bir reklam metni de, her şeyden önce ifade bakımından etkileyici, kısa, kolay anlaşılır ve basit olmasını istiyor. Reklam sloganları da sürekli tekrarlarla, atasözü gibi insanın beynine yerleşiyor.” (Eker vd. 2003: 353).

Bu anlamda yazarlar; reklamlarda kullanılan atasözleri, reklam için değiştirilmiş atasözleri ve atasözlerine benzeyen sloganlar şeklinde bir tasnif yapmışlardır. Bu tasnif, İhap Hulûsî'nin oluşturduğu reklam metinlerine uygulandığında ise şöyle bir tablo ortaya çıkmıştır:

²⁴ Ertan ÜNAL, “30’ların Nimet Ablası”, Popüler Tarih, 22. sayı, Temmuz 2002, 48-54.

İncelemeye dâhil edilen on sekiz reklam metninden biri, reklamlarda kullanılan atasözleri kimliğini taşımaktadır. “Kaz gelen yerden tavuk esirgenmez.” (Aksoy 1984: 289) şeklinde olan atasözü, İhap Hulusî’nin oluşturduğu reklam metninde şu şekilde yer almıştır: “Kaz gelecek yerden tavuk esirgenmez: Bir bilet al ki milyon kazanasın.” (Hürriyet, 25 Aralık 1962, s.6).



Hürriyet, 25 Aralık 1962, s.6.

Reklam metinlerinin dördünde ise deyimlerden faydalanılmıştır. “Arpacık kumrusu gibi düşünmek.” (Aksoy 1984: 480), “Ayağına gelmek.” (Aksoy 1984:490) ve “Kafa yormak.” (Aksoy 1984: 759) gibi deyimlerden yola çıkılarak şu reklam metinlerinin oluşturulduğu görülmüştür:

- “Ayağına gelen serveti tepme: 2,000,000.” (Hürriyet, 20 Aralık 1957, s.1).
- “Arpacık kumrusu gibi düşünmekte fayda yok: Bir yılbaşı bileti al, feraha kavuş.” (Hürriyet, 13 Aralık 1959, s.4).



Hürriyet, 13 Aralık 1959, s.4.

- “Millî Piyango: Serveti ayağına getirir.” (Hürriyet, 21 Aralık 1962, s.3).
- Kafanı yormadan, küçük parmağını oynatmadan: Milyonlara kavuşmak için bir yılbaşı bileti al.” (Hürriyet, 13 Aralık 1964, s.6).

Her ne kadar deyimlerden yararlanılsa da, reklam metninin bir atasözü havasında oluşturulduğunu da söylemeden geçmemek gerekmektedir. Bir başka deyişle İhap Hulûsî’nin, deyimlerden faydalanarak atasözleri formunda reklam metinleri meydana getirdiğini söylemek mümkündür.

Geriye kalan on üç reklam metni, atasözlerine benzeyen sloganlar şeklindedir. Özellikle bu kategoride yer alan metinler resimleriyle de ilgi çekicidir. Bunlar,

- “Eyvah Gününü Kaçırdım: Millî Piyango Biletini Vaktinde Al.” (Hürriyet, 21 Aralık 1953, s.4).



Hürriyet, 21 Aralık 1953, s.4.

- “Beşin Onun Gittiğine Bakma, Gelen 1,000,000’dur.” (Hürriyet, 15 Aralık 1955, s.7).
- “Parasızlığı Dert Edineceğine Bir Bilet Edin.” (Hürriyet, 24 Aralık 1955, s.3).
- “Uyan! Bir Bilete 1,000,000.” (Hürriyet, 9 Aralık 1956, s.5).
- “Yılbaşı Piyangosunu Görmemezlikten Gelme: Kazanırsan Milyonersin.” (Hürriyet, 20 Aralık 1956, s.3).
- “Çabuk Ol, Biletini Al, Kazanacağın 1,000,000 Liradır.” (Hürriyet, 26 Aralık 1956, s.3).
- “2,000,000 Lira Millî Piyango Yılbaşı Çekilişi: Dağlar Gibi Bir Servet Kazandırır.” (Hürriyet, 23 Aralık 1957, s.5).
- “Yürüme, Koş, Bilet Kalmazsa Çok Yanarsın: Millî Piyango Yılbaşı Çekilişi 2,000,000.” (Hürriyet, 23 Aralık 1958, s.4).



Hürriyet, 23 Aralık 1958, s.4.

- Bir Çiçekle Bahar Olmaz Amma, Bir Biletle Zengin Olunabilir: 2,000,000 Millî Piyango Yılbaşı Çekilişi.” (Hürriyet, 27 Aralık 1958, s.3).
- “Minâre Boyu Para Bir Yılbaşı Biletiyle Cebindedir: Millî Piyango.” (Hürriyet, 17 Aralık 1959, s.4).
- “Seni Bu Dert Kafesinden Bir Yılbaşı Bileti Kurtarır: Millî Piyango.” (Hürriyet, 25 Aralık 1959, s.6).



Hürriyet, 25 Aralık 1959, s.6.

- “1965 Yılbaşı Çekilişi Sana Havadan Milyonlar Getirecektir: Millî Piyango.” (Hürriyet, 25 Aralık 1964, s.3).
- “Millî Piyango’nun Sunduğu Yılbaşı Biletini İstemem Deme!: Biletin Arkasında Seni Belki Büyük Bir Servet Bekliyor.” (Hürriyet, 28 Aralık 1964, s.5).

Sonuç olarak “atasözünün bilinçaltına emretme yönü, ikna edici bir karakteri” (Eker vd. 2003:356) olması nedeniyle İhap Hulûsî’nin yazdığı

reklam metinlerinde “...tüketicinin pasif haldeki hafızasına hitap ettiği, insanların geleneksel duygularına reklam yoluyla mesajlar göndererek alıcı kazanılmaya çalışılması” (Alp 2006:51) amacını güttüğünü söylemek mümkündür.

Tüm bu bilgilere ek olarak İhap Hulûsi’nin Türkiye’de “ilândan reklama geçişte köprü” niteliği taşıdığını söylemek mümkündür. Şafak Altun ve Cenk Sarioğlu’nun ortak çalışması olan “Türk Popüler Tarihinde İlkler”de öncelikle ilân ve reklam arasındaki farka dikkat çekilmiş, ilânın “bir şeyi duyurmak” amacını güderken, reklamın “bir şeyin tanıtımını yapmak, satın alınmasını sağlamak” için ortaya çıktığı belirtilmiştir. Yine yazarlardan öğrenilen bilgiye göre, Osmanlı’da ilk ve uzun süreli olarak “ilân” kullanılmış, ardından “el ilânı”na geçilmişse de, bu durum okuma-yazma oranının düşük olması nedeniyle kalıcı olamamıştır. İlânının mâkus talihini yenişi, İngiliz asıllı William Churchill’e ait yarı resmî gazete olan Ceride-i Havadis’te “ilânlar” başlığı altında özel bir bölümün oluşturulmasıyla başlamıştır. El ilânından daha kalıcı ve yayılmacı bir özellik taşıyan bu son yeni durumun ortaya çıkışı, devamında ilâncılığın bir ticaret sektörü haline gelmesini ve “Osmanlı Rehberi” isminde bir ilân acentesinin kurulmasını sağlamıştır. 1909’da ilk reklamcılık şirketinin açılmasını takriben Cumhuriyet’in kabulü ve Lâtin harflerine geçiş, okur-yazar oranını arttırmış ve gazetelerin sayfa sayısını da çoğaltmıştır. İşte tam bu noktada devreye giren İhap Hulûsi ile ilgili şu değerlendirme dikkat çekicidir: “Bu dönem sektörün gelişmesi için önemli bir fırsattı ve döneme meslekî açıdan en büyük katkıyı grafik sanatçısı İhap Hulûsi Görey vurdu. İhap Hulûsi, yaptığı çalışmalarla Türk afiş sanatının geliştiren reklamcılığın ilk temsilcisi oldu.” (Altun, Sarioğlu 2006:117).

1.4. Hediye Alma/Verme Geleneği

Bilindiği gibi yılbaşında Milli Piyango bileti satın almak kadar revaçta olan bir başka uygulama da insanların birbirlerine hediye alıp vermesidir.

Bu noktada “hediye” ve “hediyeleşmek” kavramlarını açıklamakta fayda vardır. Candan Işıl Sakarya’nın çalışmasından hareketle, en genel anlamıyla “hediye”nin eş anlamlısı olarak “armağan” kelimesinin kullanıldığı sonucuna varmak mümkündür. Cumhuriyet dönemindeki Türkçeleştirme çalışmaları sırasında aslen Arapça olan “hediye”ye alternatif olarak “armağan” kelimesinin önerildiği; ancak ağırlıklı olarak “hediye”nin Türk konuşma dilinde daha çok tercih edildiği saptanmıştır. Hattâ, “hediye” beraberinde “hediye çeki” ve “hediye kuponu” kavramlarını da dilimize sokmuş, popülaritesini arttırmıştır.

“Hediyeleşme” kavramı ise her ne kadar bünyesinde “karşılık beklemeden yapılan”ı barındırsa da, aslında “görünürde karşılıksız; esasında karşılıklı”dır. Bunun nedeni ise, hediyeleşmenin sembolik bir iletişim biçimi olmasından kaynaklanıyor olmasıdır. Bu konuda Candan Işıl Sakarya şunları söylemiştir:

“Hediyeleşmenin her topluma göre bazı kuralları vardır, ancak bu kurallar gizlidir. Hediyeleşmenin taşıdığı anlamlar söze dökülmez ancak herkes tarafından da bilinir. Hediye sevginin, sevildiğini göstermenin bir semboldür. Hediye veren kişi, hediye verdiği kişiye sevgisini göstermek, ondan özür dilemek, barışmak, bir arkadaşlık başlatmak, bir başarıyı kutlamak, güzel bir günü anmak, yıldönümlerini göstermek gibi çok çeşitli amaçlarla hediye verir.

(...) Hediyeleşmede sosyal bağ kurma, mevcut sosyal bağları güçlendirme ve verilen hediye ile onur kazanma düşüncesi vardır.”(Sakarya 2006:72).

Yılbaşında hediye alma/verme geleneğinin oluşumuna ilişkin Aysun İmirgi de, Robert Jerome Smith’ten alıntılar yaparak yaptığı açıklamasında “ekonomik açıdan festivaller bolluğun dağıtımı için bir vesile.” (İmirgi 2005:35) olabilmektedir der ve bu durumun Noel’de yaşandığı gibi yeni yıl kutlamalarında da görüldüğünü belirterek hediye alma/verme geleneği hakkında şu açılımlarda bulunur:

“Yeni yıl, hediye, mutfak, giyim, süslenme vb. alışverişi de beraberinde getirdiği için ekonomik açıdan da bir canlanmayı sağlamaktadır. Toplu olarak hediye verme, yeni bir yıldan beklentiler doğrultusunda birtakım ritüellerin gerçekleştirilmesi ile de bir festival olarak ritüel formları barındırır ve işlevini sağlar.” (İmirgi 2005:36).

Bu durumda altı çizilmesi gereken nokta, yeni bir yıla girerken hediyeleşmenin çoktan evrensel bir davranışa dönüştüğüdür. Bunun nedeni ise küreselleşmenin pek çok dünya kültüründe olduğu gibi, Türk kültürünü de derinden etkilemiş olmasıdır.

Tüm bu açıklamaların sonunda,Türkiye’de 31 Aralık yılbaşı kutlamaları dâhilinde nasıl bir hediye alma/verme geleneği oluşmuştur? Genel anlamda söylenecek olursa, son derece mütevâzi bir şekilde başlayan bu uygulama, özellikle 2000’li yıllarda bambaşka bir hâl almıştır. Öyle ki, Türkiye’de yılbaşı kutlamalarının yapılmaya başlandığı ilk yıllarda insanlar birbirlerine kitap,

broş, kravat hediye ederken, 90'lardan sonra bunların yerini cep telefonu, bilgisayar, araba gibi unsurlar almıştır. Bu durum demin tartışılan tüketim toplumu olgusunun bir başka halkasını oluşturmaktadır. Fakat yine de toplumdaki bu değişim rüzgârının nasıl meydana geldiğini anlamak için gazetelerden elde edilen verileri incelemekte fayda vardır.

1930-1950 yılları arasında “yılbaşında hediye alma/verme geleneği” yetişkinlere ve çocuklara göre değişiklik göstermiştir. Cumhuriyet gazetesindeki veriler değerlendirildiğinde yetişkinlere alınabilecek hediyelerde cinsiyete göre değişiklikler olduğu tespit edilmiştir. Kadınlara alınabilecek en güzel hediyeler âvize, soğuk hava dolabı (buzdolabı), masaj aleti, radyo, elektrik ütöleri, masa lambaları, eşarp, naylon çorap, bilezikli saat, çiçek şeklinde broş, şövalye yüzüğü gibi hediyelerken, erkeklere alınabilecek en güzel hediyeler arasında da ipek gömlek, kravat, şemsiye, pijama, röbdoşambr, yün kazak ve yelek yer almaktadır. Ayrıca likör, şampanya, şarap gibi içki hediye etmek de söz konusudur. Aynı gazetede yer alan reklamlardan anlaşıldığı kadarıyla çocuklara yılbaşı hediyesini Noel Baba'nın getirdiği, onlara alınabilecek hediyeler arasında kitap, oyuncak ve Tayyare yılbaşı biletinin bulunduğu; ancak çocuklara alınabilecek en güzel hediye yine de kitap olduğunun benimsetilmeye çalışıldığı görülmüştür.



Cumhuriyet, 26 Kanunuevvel 1933, s. 8.

1960'lı yıllarda "Hediye alma/verme geleneği", Cumhuriyet gazetesinde "Hediye almak bir sanattır." (Cumhuriyet, 20 Aralık 1963, s.4-5) şeklinde yansıtılmış, halka bu konuda çeşitli alternatifler sunulmuştur. Çocuklara motorlu oyuncaklar, bebekler, lastik top, futbol topu ve ping pong takımı alınması teşvik edilirken, kadınlara gece çantaları, vizon broşlar, eşarplar ve triko, erkeklere de süeter, eldiven, pipo ağızlık, kaşkol, kravat iğnesi ve kravat alınması önerilmiştir.

Öte yandan Tercüman gazetesinde "hediye alma/verme" geleneğiyle ilgili olarak çocuklara alınabilecek hediyelere yönelik bir reklam çıkmış ve sekiz ciltten oluşan dünya çocuk edebiyatının öğretici ve terbiye eden seçkin eserlerinin alınması özendirilmiştir.²⁵

1970'li yıllarda yaşanan hayat pahalılığı, hediye alma/verme geleneğini de etkilemiş, bu nedenle halk, mağazalardan ziyâde seyyar satıcıları tercih etmeye başlamıştır.

1980'li yıllar, hediye alma/verme geleneği açısından bir ilke imza atmıştır: Hediyeleşme eşya fuarlarının açılması... İlk olarak 1982 yılında açılan ve günümüzde de hâlen faaliyette olan hediye fuarlarının vazgeçilmez simgesi, çeşitli hediyelerin tanıtımını yapan Noel Baba kılığındaki kişiler olmuştur.²⁶

1990'lı yıllar, hediye alma/verme geleneği açısından Türkiye'de belirgin farkların ortaya çıktığı bir dönem olmuştur. Bir tarafta halkın büyük bir çoğunluğu yılbaşı alışverişlerinin pahalılığından yakınırken²⁷, öte yandan büyük şehirlerde "Süper Shopping Devri"nin (Hürriyet, 29 Aralık 1993, s.1 ve

²⁵ Tercüman, 19 Aralık 1962, s.5.

²⁶ Hürriyet, 23 Aralık 1982, s.20.

²⁷ Hürriyet, 28 Aralık 1995, s.4.

s.9) başlaması bu yıllarda göze çarpan bir başka nottur. Tek bir mekâna gidilerek pekçok avantaj ve markayla karşılaşılmasını sağlayan tüketim hayatının bu önemli devrinin ilk örnekleri Akmerkez, Galleria ve Capitol olmuştur. Bu anlamda gazetelerde hem Noel Baba oyuncağının pahalılığından bahseden bir haberin²⁸ yayımlanması, hem de bilgisayar ve araba reklamlarının çoğalması²⁹ Türk toplumunda oluşan gelir uçurumunun en önemli göstergesidir.



Hürriyet, 31 Aralık 1993, s.33.

Bu noktada George RİTZER'in "tüketim katedrali" olarak nitelendirdiği alışveriş merkezlerine dikkat etmek gerekmektedir. Yazara göre "... bu yeni ortamların yarı dinsel, << büyü>> nitelikleri" (Ritzer 1999:14) onları "Tüketim dinimizi uygulamak amacıyla << hacca gittiğimiz>> yerler"e (Ritzer

²⁸ Hürriyet, 29 Aralık 1994, s.8.

²⁹ Hürriyet, 31 Aralık 1993, s.29.

1999:14) dönüştürmüştür. Bunun sonucu olarak da tüketim yaşamımızın her alanına sızmış, artık tüketim bizi tüketmeye başlamıştır... Ancak burada dikkat edilmesi gereken bir başka önemli nokta, “tüketim katedrali”nin ışık, renk ve sesiyle insanda uyandırdığı büyüleme etkisinin daha o mekâna girildiği anda başlamasıdır. Yani, mimarinin de cezbedici özelliğinin oluşudur... Bu konuda Ritzer, düşüncelerini şöyle özetlemiştir:

“Alışveriş merkezleri, geleneksel olarak tapınakların sağladığı türde bir merkezlilik sağlar ve benzer bir denge, simetri ve düzene sahip olacak şekilde inşa edilirler. Atriumları genellikle su ve bitkiler aracılığıyla doğayla bağlantı sunar. İnsanlar kendilerine özel cemaat hizmetlerinin yanı sıra bir topluluğa dâhil olma duygusunu da edinirler. Oyun, din pratiğinin neredeyse evrensel ölçüde bir parçasıdır ve alışveriş merkezleri de insanlara eğlenmeleri için bir yer sağlar. Aynı şekilde alışveriş merkezleri insanların tören yemeklerine katılabilecekleri bir ortam da sunar. Alışveriş merkezleri, tüketim katedralleri adını hak eder.” (Ritzer 1999:14).

Sonuç olarak kutsal mekânlarda ibadet neyse, alışveriş merkezlerinde de tüketim odur. Galleria’yı “uğranılan” değil de, “ziyaret edilen” yer olarak gördüğü için Kâbe’ye benzeten bir esnafın sözlerinden hareketle Nurdan GÜRBİLEK de bu konuya temas eder ve “Galleria’ya gitmek için, bir yolculuk yapmak gerekiyor.” (Gürbilek 2007:30) diyerek kutsal topraklara ulaşmak için yapılan zahmetli hac yolculuğuna atıfta bulunur. Kuşkusuz bu yolculuk tarifi, beraberinde birkaç anlama sahip yeni trafik algılamasını da getirmiştir. Alışveriş merkezlerine ulaşmak için girilen şehir trafiği, dükkânlar arasında dolaşma trafiği ve ödeme yapmak için kasa kuyruğunda bekleme trafiği gibi...

George RİTZER’a göre alışveriş merkezlerini bu kadar çekici kılan özelliklerden biri de “gösteri” olgusudur. Her dükkânın vitrin tasarımı, satıcıların misafirperverliği, büyük ve gösterişli süsler sırf tüketiciyi ellerine geçirebilmek isteyen tasarımcıların plânlı ve programlı bir şekilde oluşturdukları gösterilerdir. Yani akıllıca oluşturulmuş gösterilerden tüketiciler büyülenmekte ve daha fazla alışveriş etmektedirler. Burada aslında tüketici “eğlenen” değil, “başkaları tarafından tüketerek eğlendirilen” kişidir.

Ne var ki, alışveriş merkezlerinin insanları ışığı, eğlencesi ve âhenkli renkleriyle kendine çekişi, yani “büyü yapması” daimî olamamakta, bunu sürekli kılmak için çeşitli yenilikler sunması gerekmektedir. Sonuç olarak büyüün etkisi azaldıkça, akılcılık ve mantık tırmanışa geçmektedir. İşte tam bu nedenle alışveriş merkezleri cazibesini korumak ve etkisini arttırmak için yıllar geçtikçe , eğlencesini ve hızını kaybetmeyen, daha fazla seçenek sunan, ödeme kolaylığı getiren; ama bir o kadar da mekânını genişleten yerler hâline gelmişlerdir. İşte tam da bu nedenle alışveriş merkezleri “... ziyaretçiyi büyüklüğü ve sunduğu, çeşidi sürekli artan eğlenceyle ezmek üzere tasarlanmıştır.” (Ritzer 1999: 206).

Yılbaşı gibi tüm insanlığı tüketime yönelten bir dönemde büyüün uzun süreli olması için dikkat edilmesi gereken en önemli nokta, reklamlardır. “Üretim toplumundan tüketim toplumuna geçişte ilk aşamayı” (Ritzer 1999: 51) temsil eden reklamcılık, 2000’li yıllarda hediye alma/verme geleneğinin ne boyutlara ulaştığını açıkça göstermektedir. Bu anlamda tüm yazılı yayın organlarında, panolarda, vitrinlerde yer alan ve eski örneklerine hiç de benzemeyen bu yeni büyük boy, renkli reklam metinlerine birkaç örnek vermek yerinde olacaktır:

“Mudo’dan hediye vermek, değer vermektir.” (Cumhuriyet/Alışveriş, 22 Aralık 2006, s.3).

“Yeni yılın en güzel yanı: Nine West’te %50’ye varan indirim.” (Hürriyet/Cumartesi, 23 Aralık 2006, s.5).

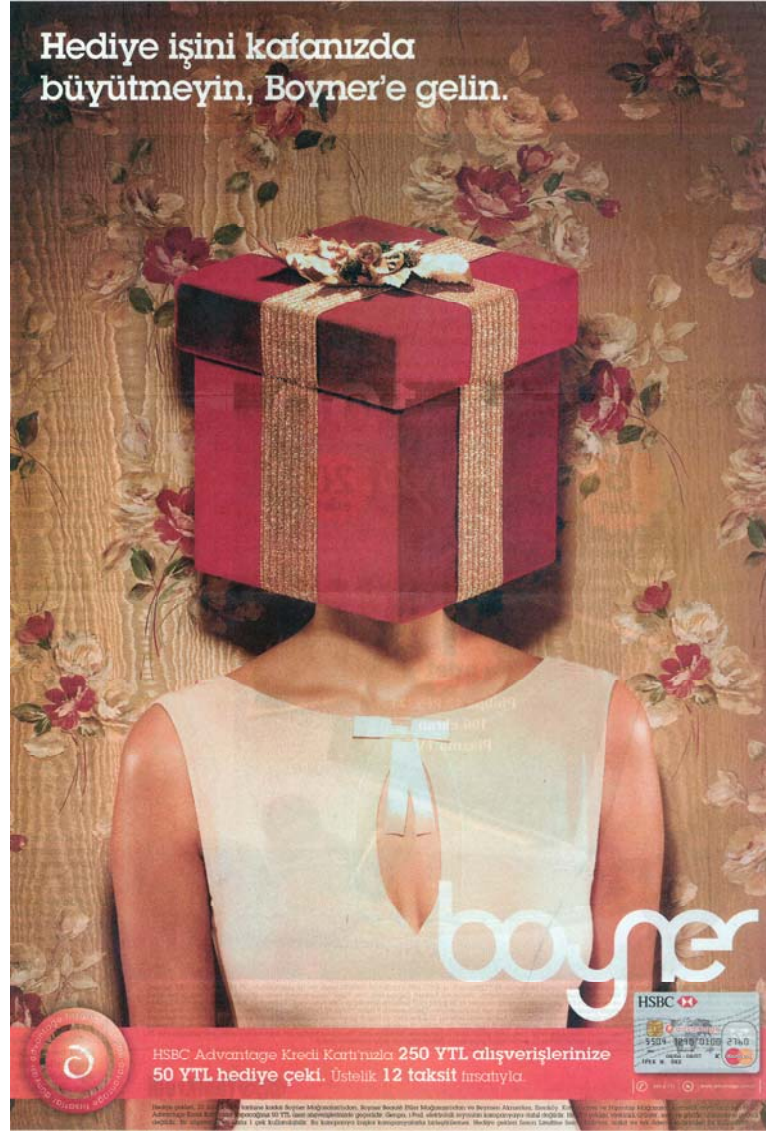
“Yeni yılı seviyorum, çünkü yeniliği seviyorum.” (Hürriyet/Cumartesi, 16 Aralık 2006, s.7).

“Hediyenin en güzeli Sony shop’larda.” (Hürriyet, 24 Aralık 2006, s.20).

“Yeni yıla girerken, her şeyin en iyisine lâyık olanlar için yüzlerce hediye alternatifi ve hediye danışmanlığı hizmeti, Beymen mağazalarında. Mutlu yıllar. “(Hürriyet, 17 Aralık 2006, s.42).

“ESTEE LAUDER Hediye Zamanı: Yılbaşı kutlamaları için mükemmel görünüm gece şıklığı. (Hürriyet/Cuma, 15 Aralık 2006, s.12).

“Hediye işini kafanızda büyötmeyin, Boyner’e gelin.” (Hürriyet/Cumartesi, 16 Aralık 2006, s.23).



Hürriyet/Cumartesi, 16 Aralık 2006, s.23.

Yılbaşı arifesinde yayımlanan bir başka ürünün pazarlanma şeklini Hasbro İntertoy ismindeki oyuncak mağazasına özgü reklam göstermektedir. “Bu yılbaşında mutluluk hediye edin.” başlığıyla tüketiciye seslenen firma, sözlerine şöyle devam etmiştir:

“Yeni yılda sizin için, sevdiklerinizin gülen gözlerini görmekten daha değerli bir hediye olabilir mi? Öyleyse, bu yılbaşında siz de

sevdiklerinize kutu oyunları hediye edin; onları bir gece değil, yıl boyunca gülümsetin.” (Hürriyet/Pazar, 24 Aralık 2006, s.27).

**Bu yılbaşında
mutluluk hediye edin.**

Yeni yılda sizin için, sevdiklerinizin gülen gözlerini görmekten daha değerli bir hediye olabilir mi? Öyleyse, bu yılbaşında siz de sevdiklerinize kutu oyunları hediye edin; onları bir gece değil, yıl boyunca gülümsetin.

www.hasbrointertoy.com.tr

**Hasbro
INTERTOY**

Hürriyet / Pazar, 24 Aralık 2006, s.27.

Bunun dışında yine 2000'li yıllarda, Noel Baba simgesinin kullanıldığı reklamlara da bolca rastlanmıştır.

Hediyeşi hazır

Noel Baba Ankaralı çocukları bekliyor.
20 - 31 Aralık tarihleri arasında gelin, hediyenizi alın...

%50 'ye
varan yılbaşı - bayram özel indirimi



DORIAN
çocuk ve genç ayakkabısında yeni trend

paqpa land

Tunalı Hilmi Caddesi No: 95 / C Tel: 426 13 18 - 19

Noel Baba imgesinin kullanıldığı reklamların dışında 2006 yılında bu imgeyle ilgili bir yenilik yapılmıştır. Aralık ayının ortalarında “Noel Baba yoksa emekli mi oldu?”(Hürriyet/Cuma, 22 Aralık 2006, s.7) şeklinde okuyucunun (tüketicinin) merakı oluşturulmuş ve ardından da peşi sıra şu reklam metinleri ortaya konmuştur:

“Noel Baba Toyzz Shop’ta Ortaya Çıktı!: Toyzz Shop yüzünden eskisi kadar rağbet görmemeye başlayan ve bir süredir bunalımda olan Noel Baba’nın Toyzz Shop’ta işe başladığı belirlendi. Noel Baba, <<Beni kutuplarda aramayın, artık son moda oyuncakların dünyasında, Toyzz Shop’tayım.>>dedi.” (Hürriyet/Pazar, 24 Aralık 2006, s.9).

“Toyzz Shop’ta Ayın Elemanı Noel Baba!: Toyzz Shop’ta çalışmaya başladığından beri meslek hayatının en yüksek performansını gösteren, yeni oyuncakların isimlerini yarım saatte ezberleyerek herkesi şaşırtan Noel Baba, ayın elemanı seçildi. Noel Baba, <<Geyiklerim bunu duysa gözleri yaşarır.>> dedi.” (Hürriyet/Kelebek, 27 Aralık 2006, s.3).

“Noel Baba Toyzz Shop’la 1000 Yıllık Sözleşme İmzaladı!: Toyzz Shop çalışmalarından çok memnun kaldığı Noel Baba’ya 1000 yıllık sözleşme teklif etti. Teklifi memnuniyetle kabul eden Noel Baba, <<Bin değil, üç bin yıl daha Toyzz Shop’ta çalışırım. Toyzz Shop benim ruh ikizim.>> dedi. (Hürriyet/Cuma, 29 Aralık 2006, s.3).

Tüm bunların dışında yılbaşının nerede ve nasıl geçirilebileceğinin anlatıldığı mekân alternatifleri sunan önerilerin yer aldığı haberler ve yılbaşı gecesine özgü farklı makyaj seçeneklerinin öğretildiği reklamların varlığı da düşünülmeye gereken önemli bir noktadır.²⁷ Bunun dışında HSBC isimli bankanın kredi kartı reklamları da son derece ilginçtir:

“Hediyeleri bacadan bekleme, şimdi al, Şubat’ta öde.” (Hürriyet/Cuma, 30 Aralık 2005, s.8.).

“Peki, Noel Baba ilk taksidi hediye edebiliyor mu?” (Hürriyet/Cuma, 30 Aralık 2005, s.8).

“Tatile geyikle çıkılmaz. Nakit Puanlar 4’e katlanırsa çıkılır!” (Hürriyet/Cuma, 30 Aralık 2005, s.9).

Bir başka kart olan Axess’in kullandığı reklam metni, aslında hediye alma/verme geleneğinin tüketim toplumunda 2000’li yıllarda tırmandığı noktayı en iyi şekilde ifade etmesi açısından son derece önemlidir: “Yeni yıl demek, hediye demek!” (Hürriyet/Cumartesi, 30 Aralık 2005, s.7).

Yeni yılda hediye almanın artık kaçınılmaz bir hale geldiğini, Hürriyet’in "Look" isimli yeni yıl alışveriş ekinde anlamak da mümkündür. Manşetin "Hediye vermek mutluLOOKtur." (Hürriyet/Look eki, 26 Aralık 2003, s.1) şeklinde atılması, bu düşüncemizin önemli bir kanıtıdır. Görüldüğü gibi bu reklam metni, tüketicinin dikkatini daha fazla çekmek için bir ses oyununa dayandırılmıştır.

²⁷ Hürriyet/Cumartesi, 16 Aralık 2006, s.10.

Hürriyet/Cumartesi, 23 Aralık 2006, s.2.

Cumhuriyet/Ankara, 29 Aralık 2006, s.8-9.

Cumhuriyet/Haftasonu, 30 Aralık 2006, s.1 ve s.7.

Look eki, içeriğiyle de tamamen tüketim toplumuna hitap etmektedir. Hediye almanın incelikleri, hediye paketlemenin önemi, ürünlerin müşteriye daha cazip gözükmesi için düzenlenen vitrin tasarımı yarışmaları, içinde tüm markaları barındıran alışveriş merkezlerinin sunduğu çok çeşitli fırsatlara uzun uzun yer verilmesi 2000'li yıllarda doruk noktasına ulaşmıştır.

2000'li yıllarda insanları tüketime sürükleyen yeni uygulamalar da türetilmiştir. Bunlardan ilki, yılbaşını evde geçirecek olanlara yönelik hazırlanmıştır.

“Evinizi partiye hazırlayın.” şeklindeki başlığın altında bu meyanda bir yönlendirmenin olduğu açıktır:

“Yılbaşı gecesini evde mi geçireceksiniz? Eskiden altı kutu bira, bir paket çerez ve patates cips, eğlenceli bir parti akşamı için yeterli olurdu. Ama günümüzde güzel gecenin anlayışı iyice değişti. İyi ve keyifli vakit geçirme amacı, artık kırmızı bir lamba ve durmadan başa sarmamız gereken Micheal Jackson kasedinden çok daha fazla hazırlık gerektiriyor.” (Hürriyet/Cumartesi, 23 Aralık 2006, s.14).

Bu anlamda “yeni modaya uygun” bir şekilde yılbaşı partisi düzenlemek içinse “Bir kişiye üç farklı bardak ayrılması”, “Farklı yiyeceklerin farklı tabaklarda servis edilmesi” ve “Davetlileri içeri ilk adım attıkları andan itibaren saracak, sıcak bir atmosferin oluşturulması.” gerekmektedir. Böylelikle okuyucuyu (yılbaşı partisi düzenleyicisini) yaratıcılığa davet eden yazı, bu meyanda şu fikirleri vermekten geri durmamıştır:

1. “Yılbaşı ağacı süslerinin ağaca asılması yerine bir köşeye tepeleme doldurulması ve herkesin göreceği bir sehpanın üzerine yerleştirilmesi.”

2. “Banyoya su içinde mumlar konması.”
3. “Davetlilerin evlerine götürebilecekleri çiçekler, saçlarına takabilecekleri kuştüylerinin edinilmesi.”

2000’li yılların yılbaşı ev partilerine getirdiği bir başka yenilik, Hürriyet gazetesinden şöyle aktarılmıştır: “Ev partilerinde son yenilik: Falcı ve karikatürist çağırmak.” (Hürriyet/Cuma, 22 Aralık 2006, s.7). Haberin devamında konunun ayrıntıları şöyle açıklanmıştır:

“Yılbaşı gecesi mekânların pahalılığından, sokakların kalabalığından kaçmak isteyen pekçok kişinin tercihi ev partileri olacak. Aklınızda bir ev partisi yapmak varsa, herkesi memnun edecek, uzun süre konuşulacak, bol eğlenceli bir parti organize etmenin hiç kolay olmadığını unutmayın. Parti süslemesi, yemek, içki, müzik ve aydınlatmanın tümüyle birden kendiniz uğraşmak yerine, işi parti organizasyon ve catering şirketlerine bırakabilirsiniz. Evinizi tam bir parti mekânına dönüştüren şirketler isterseniz eve Noel Baba, dansöz veya DJ getiriyor. Ev partilerinde bu yılın trendiyse, falcı ve karikatürist çağırmak. Falcı kostümüyle gelip gece boyu iskambil veya tarot falına bakıyor, karikatürist gece boyunca davetlilerin komik portrelerini çiziyor ve parti hatırası olarak resmi hediye ediyor.” (Hürriyet/Cuma, 22 Aralık 2006, s.7).

Parti organizatörlerinin adres ve telefonlarının da belirtildiği haber sayesinde, Türk toplumunda kendi kendine parti düzenlemek yerine başkalarının zevk ve yaratıcılıklarına göre bir kutlama şeklinin oluşturulduğu ve yaygınlaştığı hayli ilginç bir şekilde gözler önüne serilmiştir. Evin dışındaki farklı mekânlara giderek yılbaşı kutlamak isteyenler için de seçenek boldur. Bir taraftan çeşitli restoranlarda 20. yüzyıl ortalarına dayanan geleneksel

İstanbul usulü yılbaşı sofrasında unutulmuş lezzetler yaşatılmaya çalışılırken, öte yandan çeşitli kulüplerde ünlü DJ'lerin hazırladığı elektronik müzik eşliğinde gerçekleştirilecek partilerin haberleri yayımlanmıştır.³¹

Bu noktada Gül Selin ERBEN'in şu tespiti 2000'li yıllarda oluşturulmuş yeni yılbaşı tüketimlerinin nedenini ortaya koymaktadır:

“Ürünlerin gerçek işlevlerinin yerine sembolik işlevlerinin, tüketicilerin tüketim faaliyetlerinde belirleyici bir rol oynamasında hiç kuşkusuz reklam endüstrisinin etkisi büyüktür. Reklam endüstrisi, moda ve tüketim ritüelleri, anlamın sosyo-kültürel dünyamızdan tüketim dünyamıza aktarılmasına yardımcı olan araçlardır. Bu araçlardan tüketim ritüelleri anlamın sosyo-kültürel dünyadan tüketim dünyasına ve yine sosyo-kültürel dünyaya aktarılmasını sağlarlar. Bayramlar ve diğer kutlanması gereken özel günlerde gerçekleşen sosyo-kültürel ritüeller boyunca bireyler, o güne özgü rollerini en iyi şekilde yerine getirmek zorundadır. Bu özel günlerde alınan hediyeler bayramlarda gelen misafirlerin ağırlanması için yapılan harcamalar bireylerin toplumsal düzlemde kendini kanıtlamasını ve kendi gibi olanların mensubu olduğu gruba ait olduğu hissini yaşamalarını sağlamaktadır. (...) Bireyler tüketim faaliyetlerini gerçekleştirirken o ürünlere gerçekten ihtiyaçları olup olmadığını bilmezler ve sorgulamazlar. Çünkü tüketimin aslında gerçek ihtiyaçlarla çok az bir ilgisi vardır ve kendisi bir amaç haline gelmiştir. Bireyler için tüketim kendilerini tam hissetmeleri ve bundan haz duymaları için bir kaynak haline gelmiştir.” (ERBEN 2002:43).

³¹ Hürriyet/Cuma, 29 Aralık 2006, s.10.
Hürriyet/Cumartesi, 30 Aralık 2006, s.10.

Yeni yılın “kusursuz” geçmesi adına sunulan öneriler o kadar çeşitli bir hal almıştır ki, bunun en son halkası “ücretsiz yeni yıl dekoru”dur. 2000’li yılların sunduğu fırsatlardan biri olan bu uygulama hakkında şu bilgiler verilmiştir:

“Eğer çam ağacı ve yeni yıl süsleri seçmeye vaktim yok diyorsanız, çam ağacınızın süslemelerini mağazada yaptırabileceğiniz gibi evinizin yeni yıl dekoru için de yardım alabilirsiniz. Gelen taleplere göre eve birçok ürünle gidiliyor ve istekleriniz doğrultusunda evin dekoruna uygun yılbaşı süslemeleri yapılıp çam ağacı kuruluyor. Evde yeni yeni yıl yemeği vermeyi düşünenler için masa aranjmanları ve sofralara özel aksesuar seçenekleri sunuluyor. Bu işlemler karşılığında sadece aldığınız ürünün fiyatını ödüyorsunuz.” (Hürriyet/Cuma, 22 Aralık 2006, s.19).

Kuşkusuz 2000’li yıllar, dünyada teknolojinin en yüksek dereceye ulaştığı bir zaman dilimidir. Bu anlamda internet, üstünde durulması gereken önemli bir konudur. Her ne kadar bilgiye erişimde büyük kolaylıklar sağlasa da, beraberinde tembelliği ve sosyal olmamayı getirdiği de su götürmez bir gerçektir. İşte bu noktada yeni yıla günler kala Hürriyet gazetesinde çıkan şu başlık oldukça dikkat çekicidir: “Oturduğunuz yerden hediye alın, kart gönderin.” (Hürriyet/Cuma, 22 Aralık 2006, s.18). Haberin devamında ise sanki tembelliği ve sosyal olmamayı aklamaya yönelik şu ifadeler kullanılmıştır:

“Türkiye’de hediye alışverişini internetten yapmayı tercih edenlerin oranı yüzde 3-5 civarında. Oysa internet, mağaza mağaza dolaşmaya oranla çok daha fazla seçeneği birarada görme, paket taşıma derdinden kurtulma ve en önemlisi ucuza mâl etme

avantajlarını barındırıyor. Bir bölümde uzun süre oyalandınız, ürünleri fazla incelediniz, almaktan vazgeçtiniz diye kimse sizi rahatsız etmiyor. Üstelik şu anda internet mağazalarının hemen hepsinde bir yılbaşı özel bölümü bulunuyor. İlginizi çekerse işte birkaç adres. “ (Hürriyet/Cuma, 22 Aralık 2006, s.18).

Bu noktada yine George RİTZER’ın çeşitli yorumları vardır; ancak bunun öncesinde toplumda meydana gelen değişikliği ortaya koymak gerekmektedir.

Bilindiği ve daha önceden de bahsedildiği gibi, evlerinden çıkıp, alışveriş merkezlerine giden insanlar, hem bir mekân değişimi yaşamakta, hem de dükkân dükkân gezip büyülenerek alışveriş yapmaktadırlar.

Alışveriş merkezine ya da dükkâna gitmeden, yani bulunduğumuz ortamdan ayrılmayarak alışveriş yapmak ise yeni bir olgudur. Bu olgu kendini birkaç şekilde göstermektedir. İnternetten “tıklayarak”, televizyon ekranında görünen “telefon numarasını çevirerek” ya da yazılı yayınların belirttiği “adreslere posta göndererek”... Şekil nasıl olursa olsun, Ritzer’a göre bu yeni alışveriş olgusu, mekân değişimini ortadan kaldırmakta, zaman ve mekânın birbirine geçerek apayrı bir gösterinin yaratılmasına yol açmaktadır. Kuşkusuz bu durumun oluşmasının altında yatan temel etken, “Mal ve hizmetler için alışveriş yapmanın keyfi artık yeterli değildir, başka eğlencelerle de tamamlanmalıdır.” (Ritzer 1999:171) anlayışıdır.

George RİTZER, bu yeni alışveriş şeklinin sonucunda evlerin de bir tüketim yerine dönüştüğünü, yirmi dört saat boyunca çekici bir dille konuşan satıcıların işgaline uğradığını söyler ve ortaya çıkan yeni sonucu şöyle

belirler: “Satın almak için evden çıkmaya gerek yoktur: Bir telefon edip isteyim yeter.” (Ritzer 1999: 187).

Sonuç olarak sanal tasarımcıların güdümüne giren tüketici, zaman ve mekân içinde kaybolarak gerçeklik duygusunu yitirir ve geçici imgelerin etkisine girerek yorulmadan alışverişini yapar ve tatmin olur.

2000’li yılların hediye alma/verme geleneğine getirdiği getirdiği bir başka yenilik, “yılbaşı kurabiyeleri”dir.



Hürriyet/Cuma, 29 Aralık 2006, s.4.

“Son yıllarda yılbaşı kurabiyeleri bizde de moda oldu. İnsanlar ilgi gösterince kurabiyecilerin sayısı da arttı. İnternet üzerinden kurabiye satanlar bile var artık. Bu yeni nesil kurabiyelerin eskilerinden farkı, renkleri ve biçimleri ile birer bibloyu andırmaları. Bir yılbaşı kurabiyesinin özelliği ise içinde zencefil, tarçın gibi baharatlar bulunması. Noel Baba, melek ve çam gibi modellere sıkça rastlanıyor.” (Hürriyet/Cuma, 29 Aralık 2006, s.4) şeklindeki açıklamayla tüketici karşısına çıkan bu kurabiyecilere çeşitli internet sitelerinden,

adreslerden ve telefonlardan nasıl ulaşılabileceği haberin devamında yer almıştır.

Dikkat çekici bir başka nokta, reklamı yapılan kurabiyecilerden biri olan Cocolat isimindeki dükkânın en çok rağbeti yeni yıl, Sevgililer Günü ve Anneler Günü dışında Cadılar Bayramı'nda da gördüğüne ilişkin verdiği şaşırtıcı yanıtıdır. Bunun dışındaki bir başka ilgi çekici nokta, kurabiyeevi.com internet adresinin "Askere gidecek arkadaşınız için özel asker kurabiyeleri hazırlatabilirsiniz." şeklindeki açıklamasıdır.

İşte tam bu noktada Hâdi Uluengin'in makalesinde yer alan şu ifadeler bu durumu net olarak özetlemektedir:

"Noel aslında pek çok insan için tam bir yıkım ve iflas bayramına dönüşüyor. Tabii hediye faslından ötürü! (...) Hadi bakalım pamuk eller cebe, herkes karısına - kızına, çoluğuna - çocuğuna, torununa - yavuklusuna, anasına - kaynanasına hediye alacak. Burada gerçekten bir toplumsal histeriden söz edebiliriz. Zaten taa Kasım ortalarından itibaren bilumum mağaza ve dükkânlar en cezbedici vitrinleriyle insanın içini öylesine "gıdıklamaktadır"ki; gazetede, radyoda, televizyonda, sokakta, meydanda estirilen "Noel havası" (!) kişiyi öylesine etkilemektedir ki, ritüelin hediye boyutundan kaçış artık ruhen mümkün değildir!" (Hürriyet, 26 Aralık 2004, s.29).

Bir Cumhuriyet gazetesi yazarı olan Alper İzbul, yıllar geçtikçe yılbaşı kutlama şekillerinin değişimine değinmiş ve bu konuda kart atma geleneğinden, mesaj çekme alışkanlığına, "kutlama" yapmaktan "harcama" yapmaya, "ev" yerine "gece kulübü, disko, otel ve lüks restoran" tercih

edilmesine uzanan değişimi çeşitli tanıklar göstererek aktarmıştır. Sözlerine "Yeni yıla sayılı günler kala yılbaşı hazırlıkları, değişen dünyaya ayak uydurarak yepyeni sektörler doğururken, günümüz koşulları kimi sektörleri de yok olma noktasına getiriyor." (Cumhuriyet, 28 Aralık 2002, s.9) diyerek devam eden İzbul, kaybolmaya yüz tutan sektörler arasında kuruyemişçileri ilk sıraya koymuştur. Ardından tombala, fırdöndü gibi oyunları ve 70'lerin başında televizyona yenik düşen radyoyu bu tanımınrnekleri olarak göstermiştir.

Alper İzbul, yeni yılın getirdiği yeni sektörleri şöyle sıralar: Karton yılbaşı şapkası, kar spreyi, mum, çam ağacı ve süsleri, hazır hediye sepetleri boş hediye kutuları, süslü sandıklar ve müzikli Noel Baba'lar.

1.5. Kutlama Mekânları ve Şekilleri

Türkiye, tüm dünya insanları ile beraber kutladığı bu günü, diğer pekçok dünya ülkesinin yaptığı gibi kendi kültürel özelliklerine uygun olarak nasıl kutlayabilir? Başka bir deyişle kendi millî unsurlarından bu güne neler katabilir? Oluşturulabilecek bu yeni durumlar hakkında çok öncelerden beri çeşitli fikirler ortaya konmuştur. Bu fikirleri iki grupta toplamak mümkündür:

1. Yılbaşının kutlanma zamanına ve şekline yönelik fikirler.
2. “Noel Baba” simgesine yönelik fikirler.

İlk gruba yönelik olarak Hürriyet gazetesi yazarı Nihad Sâmi Banarlı, Noel ve yılbaşını aynı kavramlar olarak değerlendirmiş³², insanların yılbaşını böylesine soğuk havaların olduğu Aralık'ta kutlamak yerine, “Yakın-Şark medeniyetlerine mensup milletlerde” (Hürriyet, 1 Ocak 1955, s.2) olduğu gibi baharda kutlamanın daha iyi olacağını savunmuştur. Hatta Hz. İsa'nın doğumunun tüm dünyada bu kadar coşkulu kutlanmasına şaşırmış ve bu konuda,

“Bunun dışında, madem ki hem doğumu, hem gerçek bir hayatı, hem de yeryüzünde bir mezarı bulunan Muhammed Peygamber'in doğum günü yılbaşı sayılmıyor, bana bıraksalar, ikinci Muhammed'in, yani Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'u zaptettiği günü yılbaşı yapardım. Esasen olgun bir tarih çağının başlangıcı olan o gün, tabiatta baharın bile olgunluk çağıdır.” (Hürriyet, 1 Ocak 1955, s.2).

diyerek olaya çok farklı bir bakış açısı getirmiştir.

³² Hürriyet, 1 Ocak 1955, s.2.

Bu görüşün yanı sıra, aslında Türk toplumunda 70’li yılların sonunda filizlenmeye başlayan, 80’lerde büyük bir tırmanış göstererek, 90’ların yılbaşı eğlencelerine damgasını vuran bir durum vardır ki o da “alternatif geceler”dir. Türk toplumunda sağ görüşe mensup grupların ortaya attığı bu kutlama şekline ilk olarak 12 Aralık 1977’de Ankara’da bir otelde “Müslümanlar’ın Yılbaşı” isminde düzenlenen toplantıda rastlanmıştır. 80’lerin sonuna gelindiğinde ise bu uygulama, gittikçe geniş bir kitleye yayılarak “Mekke’nin Fethi” ismini almıştır.

Bu noktada “Mekke’nin Fethi” olgusunu açıklamakta fayda vardır. Enis TAYMAN, konuyu şu şekli“Mekke’nin Fethi” olgusunu şöyle açıklamıştır:

“Hz. Muhammed’in Medine’ye hicretinin sekizinci yılında, Milâdî takvime göre 630’da Mekke, İslam ordularının eline geçti. Kentteki putlar yok edildi. Mekkeliler için af ilân edildi. Fetih Geceleri de İslam açısından bu zaferin kutlanması amacıyla düzenleniyor.” (Tayman 2005:27).

Yılbaşına alternatif üretmek adına oluşturulmuş bu kutlama şeklinin “... en dikkat çekenini ise başını Necmettin Erbakan’ın, Milli Görüş’ü çizgisindeki Anadolu Gençlik Derneği (AGD) ve aynı adlı derginin çektiği, Saadet Partisi (SP) yörengeli oluşumun 60’a yakın ilde düzenlemeyi planladığı Fetih Gecesi organizasyonlarıydı.” (Tayman 2005:26) diye bir açıklamada bulunan Tayman, sözlerini şöyle sonlandırmıştır: “Tüm dünyanın yeni yılı karşılamak için sokaklara döküldüğü saatlerde, inanmış Müslümanlar, çeşitli salonlarda Mekke’nin Fethi’ni dua ve Kur’an-ı Kerim okumalarıyla kutluyorlar.” (Tayman 2005:26).

Bu bağlamda 1980’lerde Tercüman, 90’larda ise Zaman gazetesinde çıkan yılbaşı konulu yazılar değerlendirildiğinde, yeni yılın kutlanmamasına yönelik gösterilen tavrın gittikçe sertleştiği gözlemlenmiştir.

Bu durumda 1970’lerden itibaren “Mekke’nin Fethi” olgusu dolayımında “yılbaşını kutlamamak” fikri gazete yazarları tarafından nasıl benimsenmiştir?

Bir Tercüman gazetesi yazarı olan Ergun Göze, 31 Aralık kutlamalarıyla Noel arasında pek bir fark görmemiş, bu eğlencelere katılan tüm Türk Müslüman kesimini yazılarında şiddetle eleştirmiştir.

“Yılbaşı çılgınlık için vesile, çam katliamı için fırsat, bedmest düşmek için imkân, sefahat için müsait zemin değildir. İslam medeniyetinin yılbaşı, nefis muhasebesi, manevi bilanço, şahsî kontrol vesilesidir. İnsan karakterinde vardır, bazı virajlar ve devreler vesilesiyle, durma, düşünme, tazelenme. Yoksa, zaten her türlü levsine, çirkefine batmış bulunduğumuz bir hayatın sanki ilk ve son defa çamuruna bulanıyormuşuz gibi bir çılgınlığa balıklama dalmak değil.” (Tercüman, 3 Ocak 1976, s.3).

Bu görüşünün nedenini bir başka makalesinde “Tanzimat’tan beri memleketimizde yayılan bazı grup âdetleri arasında yılbaşı şenliğinin bir kronik epidemi haline geldiğini de herkes müşahade etmektedir.” (Tercüman, 30 Aralık 1976, s.4) şeklinde açıklayan Ergun Göze’ye göre Muharrem ayı yılbaşısıdır ve “İslam medeniyetinin hakim olduğu yerlerde Muharrem ayı aşurelerle karşılaşılır. Zaten onun adı da Aşure ayıdır.” (Tercüman, 30 Aralık 1976, s.4).

Ergun Göze'ye göre yeni yılı karşılamamanın en mâkul yolu, bir toplantı salonunda kadınlar ve erkeklerin ayrı oturtulduğu, çeşitli ilâhilerin okunmasıyla din büyüklerinin anıldığı bir gecedir.³³

Yılbaşı ve Noel kutlamalarının yanı sıra Noel Baba ile de ilgili bir değerlendirme yapan Ergun Göze, Noel Baba'yı "... batı medeniyetinin kendi kendine karşı güzel gözükmek için uydurduğu bir timsalden başka bir şey değildir." (Tercüman, 31 Aralık 1974, s.5) diye tanımlamış ve ona en çabuk kanan çocuklar olduğu için onların yanından ayrılmadığını ifade etmiştir.

Ergun Göze, yeni yılın Hıristiyanlarca aile ortamında son derece sıcak ve medenî olarak kutlandığını örnek göstermiş, buna karşılık memleketimizde yapılan yeni yıl eğlencelerinin "alkışlarıyla, israflarıyla ve sanatı sanat olmaktan çıkartanlar" (Tercüman, 31 Aralık 1980,s.6) ın elinde olmasından ötürü yakınmıştır. Çünkü ona göre gazinolarda gidip eğlenenler, eğlenmenin hudutlarını koyamayanlardır.

Bu yıllar arasında Türkiye'de yılbaşı kutlamasına yönelik ve daha sonraki yıllarda da benzerlerinin görüleceği en sert açıklama, Mehmed Emre'den gelmiştir. İslam dinini överek yazısına başlayan Emre, bu dinin emirlerinden biri olan "Frenk taklitçiliğinden uzak durulması gerekliliği"ne işaret ederek sözlerine şöyle devam etmiştir:

"Yabancı âdetlerine özentî duymaya "Kim bu topluluğa benzemeye özenirse, o da onlardandır." hâdîs-i şerifi ile set çekmiş bulunan Yüce peygamberimiz, taklitçiliği âdet haline getirenlerin millî

³³ Tercüman, 4 Ocak 1974, s.5.

ruhunu kaybedip özendiği o topluluğun mâhiyet ve karakterini iktisâp edeceğine işaret etmiştir.

(...)

İslam dini, örf ve âdetler yönünden gayrimüslimlerin hareketlerini taklit etmekten son derece sakınmayı istemektedir. Bir mü'minin, Noel yortusu, Paskalya ve benzeri Hıristiyan âdetlerine kendini kaptırması, utandırıcı ve düşündürücü bir gaflet örneğidir.

(...)

Noel ve yılbaşı, insanlığın en azılı düşmanı bulunan içkiyi teşvik edip sağlığını dinamitlediği için İslam'a ve beden sağlığını koruma ilkelerine zıt bulunmaktadır. Noel ve yılbaşı, yeşeren çam fidanlarının kesilip yok edilmesine yol açtığı için, dinimize aykırı olduğu kadar ilme ve memleketimizin gerçeklerine ters düşmektedir. Zira İslam, kıyametin koptuğu sırada bile elinde bir fidan bulunduran kimseye onu dikmeyi emretmiştir. Noel ve yılbaşı, alkolün kararttığı dimağ sahiplerini rezalete, sefalete, cinnete ve cinayete teşvik ettiği için İslam'a ve içtimâî ahlâka aykırıdır. Noel ve yılbaşı, mü'minin imanına zıt, aziz milletimizin töresine aykırı olduğu için, israfın ve iflasın âmili olduğundan dinimize taban tabana zıt bulunmaktadır.

(...)

Noel ve yılbaşı, hayâ bünyânını yıktığı, utanma hissine “aşağılık duygusu” diyerek alay eden hâyâsızları türettiği ve ürettiği için milli duygularımıza zıttır.” (Tercüman, 30 Aralık 1983, s.5)

gibi birbirine çok benzeyen ifadeleri tekrarlayarak meydana getirdiği makalesinin sonlarına doğru Mehmed Emre, tüm bu durumların nedenini şu şekilde açıklamıştır:

“Hıristiyanlık ve Yahudilik taassubu, değişmez bir karakter arz ederek, asırlar boyunca hep aynı teraneyi tekrarlamış;

Müslüman Türk milletini kendi potasında eritme ve istediği kalıplarda şekillendirme gayesi gütmüş ve tek kelime ile onları dini esaslardan ve millî harslardan uzaklaştırmak fikrinin takipçisi olmuştur." (Tercüman, 30 Aralık 1983, s.5).

1990'lı yıllara gelindiğinde aynı durum devam etmiş ve bir Tercüman gazetesi yazarı olan İlyas Tekin, yazılarında Mekke'nin Fethi'nden bahsetmiş³⁴ ve bu olayın Hz. İsa'nın doğumu kadar önemsenmesinin nedeni olarak şunları göstermiştir: "Çünkü yılbaşının rezaleti ve günahı, çoklarına bu günün o meziyetini unutturmuştur. O da Mekke'nin Fethi'dir. Asıl 1 Ocak'ta kutlanması gereken budur. Tabii Müslümanlar'a yakışan budur." (Tercüman, 31 Aralık 1993, s. 6). Sözlerine,

"İsa (AS)'nın doğumuyla alâkası olmayan bu tarih, daha ziyâde Noel Baba diye adlandırılan "aziz" ilân edilen Nikola'yı anma maksadına dayanmaktadır. Ki, o da Yunan asıllı bir papazdır. Sinsi bir plânla ve insanlar âdeta uyuşturularak Noel Yortusu ile İsa (AS)'nın doğumu birleştirilmiş. Böylece büyük bir Peygamber'in doğum günü adına, içki, kumar, fuhuş ve daha bir sürü günahla sözde bu gece kutlanmaktadır." (Tercüman, 31 Aralık 1993, s.6) diye devam eden İlyas Tekin " Mekke'nin 1364. fetih yıldönümüyle başlayan 1994 yılı hayırlı ve Mekke'nin Fethi mübarek olsun!.." (Tercüman, 31 Aralık 1993, s.6) diyerek sözlerine son vermiştir.

Öte yandan Zaman gazetesi yazarı Mustafa Yazgan, o güne kadar hiçbir yerde karşılaşılmamış sert ifadeler kullanarak "Yılbaşı" ve "Noel"i aynı

³⁴ Tercüman, 1 Ocak 1993, s.10.

olgu olarak görmüş ve bu meyanda bir dizi yazı yazmıştır.³⁵ Bu yazılardan hareketle Yazgan'ın insanları "yılbaşı" başlığı etrafında teşekkül eden tüm konularda çok ciddi bir şekilde yönlendirmek istediğini söylemek mümkündür. Bu anlamda yazarın şu sözleri son derece dikkat çekicidir:

"Yılbaşı (Noel) gecesine 12 gün var. Uzun yıllardan beri sadece bilgisizlik, İslam'a ilgisizlik, biraz gaflet, biraz vurdumduymazlık sebebiyle, son derece temelsiz ve köksüz bir geleneğin yanlış, çarpıtılmış uygulamaları ile afyonlanmış Müslüman milletler, yine çılgın, şaşkın, telâşlı bir karnaval veya festival gafletine koşuyorlar." (Zaman, 19 Aralık 1994, s. 14), "Şurası kesinlikle anlaşılmalı ve görülmelidir ki, Batı'nın cins kafaları, gerçek entellektüelleri için "Noel" hiçbir mânâ ve öneme sahip değildir. Batı toplumlarının bizdeki "gecekondu kültürü"ne karşıt olan "fanatik bir gelenek" ritüelinden başka bir şey olmayan "Noel"e, Türkiye'de ve İslam âleminde çılgınca alkış tutan ve bu "alt kültür" alışkanlığını "Batılı entellektualizmi" zanneden bizim şaşkın, gâfil ve hasta çeyrek aydınlarımızın da ne kadar alt seviyede ve beşinci sınıf bir kafa yapısında olduğunu "Noel" turnosolunda tahlil, teşhis ve tespit edebilirsiniz." (Zaman, 23 Aralık 1994, s. 14.).

"Yarın akşam, ülkemdeki şaşkın, bilinçsiz fakat yine de sevimli yaramazlar "yılbaşı gafleti"ne düşseler de, ciddi ve yüreği yaralı Müslümanlar olarak bizler, sizler, has aileler, can dostlar, milyonlar ve milyonlarca inanmış insan, kesinlikle "yılbaşı gecesi" gafletine düşmeyeceğiz. Yarın akşam için, "Mekke'nin Fetih Yıldönümü"

Tercüman, 31 Aralık 1993, s.6.

³⁵ Zaman, 19 Aralık 1994, s.14.

Zaman, 21 Aralık 1994, s.14.

Zaman, 23 Aralık 1994, s.14.

Zaman, 26 Aralık 1994, s.14.

(1 Ocak 630) sebebiyle İslam ağırlıklı kültür programları organize edilmişse, (mutlaka partiler ve politikalar üstü olması gereken) bu tür toplantılara katılmak, ailece bu kültürel faaliyetlerden istifade etmek gerekir. Ben de İstanbul'da "Bosna zulmünü kınayan" bir gecede konuşmacı olacağım inşallah. Yarın akşam "hindi" yemek yok. Sair zamanlar hindi bulmak ve (parası el yakmıyorsa) çoluk-çocuğumuza yedirmek imkânı olmadığı ve özellikle yılbaşıları da hindi sürülerine rastlamak mümkün olduğu için, almışsak en az üç-dört gün evvel veya sonra yemek suretiyle tamamen "Hıristiyan geleneği sembolü" olan bu âdete aykırı davranacağız. Bu şuurlu tavır, kesinlikle "taassup" (fanatizm) değil, aksine çağımızda çok geçerli bir Batılı ve batıcı davranıştır. Misâl mi istiyorsunuz? Bir Hıristiyan'ın Ramazan'da oruç tuttuğunu, bizimle bayram ettiğini, Kurban Bayramı'nda kurban kestiğini gördünüz mü? Mümkün değil... Pekiye bize ne oluyor?

Yarın akşam meyhane işletse de, bu ülkenin çocuğu ise, bu vatandaşımız meyhanesini kapatmalıdır. Kendi rıza ve iradesi ile... TV kanallarından hiçbirinde, kesinlikle dansöz kepezeliği olmamalıdır. Bu kanalların (hepsi bu aziz millete hizmet için kurulmuşlarsa) millî değerlere saygıları varsa... Milletleri, içinden çürütüp, zayıflatıp yıkmayı hedefleyen Yahudi'nin ortaya attığı bu dansöz (rakkase) tiksintisinden vazgeçilmelidir. Bu, milletimize yakışmayan bir düşüklüktür. Dansöz oynatacak kanalları kapatarak, protesto edelim.

Yarın akşam evlerimize çekilelim. Normal ibâdet ve taatımızı yapalım. Seccadelerle içli gözyaşları ile, beşeriyetin, İslam âleminin ve Türkiye'nin içine düştüğü bu çıldırtıcı ortamdan kurtulmak için dua ve niyet edelim.

Ve nihayet sevgili okuyucularım, "Yılbaşı (Noel) gecesi" için tasavvur edilen hediye ve eğlence masrafları kadar külliyetli paraları, "Dünyada zûlme uğrayan" Müslüman kardeşlerimize (emin ellerle) göndermek üzere, bir kenara ayıralım. Bize yakışan budur." (Zaman, 30 Aralık 1994, s.14).

Yılbaşını kutlamayı bir "çılgınlık" olarak kabul eden Ahmed Şahin'e göreyse "... yılbaşı gecesinde ahlâkî çöküntülere çanak tutup masum kitleleri de israf ve sefahate teşvik edenlerin başında aydın çevrelerimiz, okumuş yazmışlarımız gelmektedir." (Zaman, 31 Aralık 1994,s.14).

İlhan Bardakçı ise yılbaşı kutlamalarının farklı bir noktasına işaret etmiş ve bu anlamda şu fikirleri ortaya koymuştur:

"Ama bazıları 31 Aralık gününü bitiş günü olarak benimsemişler... Benimsemek bir tarafa sanki o gece yarısından sonra yeni bir başlangıç ufukta şekillenecekmiş gibi garip temennilerde bulunmak alışkanlığına da saplanmışlar. Yeni yılda sana iyi şanslar (talih, bant) dilerim... Bu dileklerin çoğu, hem de alkollü kafalarla dile getiriliyor. Hatta bazen kiliselerde söyleniyor, işin sırrı ve sebebi: Kökümüzü unutmak, geleneklerimize nadanlık ve elbette Yaradan'dan koyduğu düzene akıl erdirememek. Dostluk ve hayır temennileri senede bir gece mi, fevkalade tepinışlerle mi dile getirilir? Bizim yılbaşıcılara göre öyle."(Zaman, 31 Aralık 1995, s.2).

Sonuç olarak İlhan Bardakçı, yeni yılın gelmesini sadece bir tarih değişikliğinden ibaret bir olgu olarak görmüş, bunun sıradanlığına işaret etmiş ve şöyle bir değerlendirme yapmıştır: “Yılbaşı nedir aslında. Ben yılbaşını yarın sabah sular idaresine vereceğimiz dilekçenin tepesine tarih olarak kendi icat ettiğimiz rakamları yazmak olarak düşünürüm. Gerisi bir izafiliğe teslim bayrağından başkası değil.”(Zaman, 31 Aralık 1996, s.2).

Öte yandan 1993 yılı Türkiye'nin yılbaşını kutlama şekli açısından iki önemli yeniliğe imza attığı bir yıl olma özelliğini taşımaktadır. İlki, bu yıldan itibaren yılbaşı kutlamalarının sokaklara ve meydanlara taşması, ikincisi de yılbaşına alternatifler üretmenin artık daha düzenli bir hâl almış olmasıdır. İşte yeni yıla bu iki farklı şekilde girmek,gazetenin bir manşetine şöyle yansımıştır: "93 patlayan şampanyalar ve alternatif gecelerle geldi." (Cumhuriyet, 2 Ocak 1993, s.1).

Bu iki farklı yılbaşı kutlama şeklini karşılaştırmak gerektiğinde ortaya şöyle bir tablo çıkmıştır:

**Bir alternatif gece: Mekke'nin
Meydanlarda Fethi Kutlamaları**

Mekân: Kapalı bir spor veya toplantı salonu.

Aktiviteler:

1. Kadın ve erkekler ayrı yerlere oturur.
beraber
2. Çeşitli konuşmalar yapılır,dini-tasavvufi

**Bir alternatif gece:
Yeni Yıl Kutlamaları**

Mekân: Taksim,
Ortaköy, Kadıköy,
Nişantaşı, Kızılay gibi
meydanlar.

Aktiviteler:

1. Kadın ve erkekler ayakta ve
durur.
2. Konserler verilir.

şiiirler okunur.

3. Yılbaşını farklı şekilde kutlayanlar eleştirilir.³⁶3. İçki içilir, dans edilir, havaî fişek

gösterisi yapılır.³⁷

Aslında Hıristiyan dünyasının kutlamalarına böylesine bir tavır takınmak yerine, onların festival anlayışlarını irdelemek çok daha yerinde olacaktır. Peter Burke, Yeniçağ Başında Avrupa Halk Kültürü kitabının bir bölümünü Hıristiyan dünyasında kutlanan karnavallara ayırmıştır. Buradan çıkarılan fikirler özetle şöyledir:

1. “Geleneksel Avrupa halk kültüründe, en önemli dekor, yani sahne, festivaldi. Evlilik gibi aile festivalleri, bir cemaat veya bir şehrin hâmisî olan Ermiş adına düzenlenen yortular gibi halk festivalleri bunlara örnek olarak verilebilir. Ve tabii ki Avrupalılar’ın çoğunun katıldığı yıllık festivaller: Paskalya, Bahar bayramı, Yazortası Bayramı, Noel’in 12 Günü, Yeni Yıl, 6 Ocak bayramı ve son olarak karnaval. Bunlar, halkın çalışmayı bırakıp, yiyip içtiği ve sahip oldukları her şeyi harcadıkları özel günlerdi.”³⁸
2. “Festival, gündelik ilkelere karşıydı, çünkü gündelik yaşam, bir <<idareli harcama>> süreci, festival israf zamanıydı. Bir festivalin özelliği ise, katılan insanların, sahip oldukları en iyi giysiyi giymelerinde simgeleşirdi. (...) Özel giysiler, o günün sıradan bir gün olmadığına işaretliydi. (...) Ev içindeki,

³⁶ Tercüman, 2 Ocak 1990, s.12.

Cumhuriyet, 2 Ocak 1993, s.3.

Cumhuriyet, 1 Ocak 1997, s.6.

Cumhuriyet, 2 Ocak 1999, s.1.

³⁷ Tercüman, 3 Ocak 1994, s.1.

Zaman, 30 Aralık 1994, s.1.

Zaman, 31 Aralık 1995, s.2.

Cumhuriyet, 2 Ocak 1998, s.1.

Cumhuriyet, 1 Ocak 1999, s.1.

³⁸ Peter BURKE, Yniçağ Başında Avrupa Halk Kültürü, Çev. Göktuğ AKSAN, İmge Yayınevi, Ankara, 1996, s.203.

zengin süslemeli sürahiler, kaplar ve tabaklar, genellikle sadece festivallerde kullanılmak için saklanırdı.”³⁹

3. “Karnaval, özellikle güney Avrupa’da yılın en büyük festivali ve gene yılın, her düşünülenin bir kereliğine de olsa ceza görmeden ifade edebileceği imtiyazlı bir zamandı.”⁴⁰
4. “Karnaval mevsimi Ocak’ta, hatta Aralık sonunda, Büyük Perhiz yaklaştıkça, yükselen bir heyecanla başlardı. Karnaval yeri, açık hava ve şehir merkeziydi. Karnaval, ana caddelerin ve meydanların, bir sahne haline geldiği ve şehrin duvarları olmayan bir tiyatro ve şehir halkının aktörler ve balkonlardan bakanların da seyirci haline geldiği büyük bir oyun olarak da görülebilir. Aslında, balkonlardaki bayanlar kalabalığın üzerine yumurta attığından ve maskeli insanların evlere girme izni olduğundan, aktörlerle seyirciler arasında öyle kesin bir fark yoktu.”⁴¹
5. Peter Burke, bir İngiliz yazarın, Rusya’da tüm halkın “sanki bir daha hiç içemeyeceklermiş gibi içiyorlardı.” dediğini aktarmıştır.
6. Karnaval zamanında “Halk sokaklarda şarkı söylüyor ve dans ediyordu. Yeniçağ başında Avrupa’da bu normaldi ama karnaval sırasındaki heyecan olağandışıydı ve bazı şarkılar ve müzik aletleri bu festivale özgüydü.”⁴²
7. “Halk maskeler takardı, bazılarının uzun burunları olurdu. Bazıları da tam bir karnaval kıyafeti giyerdi. Erkekler kadın gibi, kadınlar da erkek gibi giyinirdi; diğer popüler giysiler ise din adamı, şeytan, maskara, vahşi adam ve vahşi hayvan kostümleriydi. (...) Bu kalabalık sadece kostüm giymekle kalmıyor, buna uygun biçimde rol de yapıyorlardı. Maskaralar ve vahşi adamlar, domuzların mesaneleriyle ve hatta sopalarla, etraftaki insanlara saldırıyorlardı. İnsanlar birbirlerinin üstüne un döküyor ya da kelle şekeri, elma, portakal, taş veya gülsuyu ile doldurulan -ya da doldurulmayan- yumurtalar atıyorlardı. (...) Karnaval çılgınlığının ortak kurbanları ise hep hayvanlardı; köpekler bir battaniye ile havaya fırlatılır, horozlar ölene dek

³⁹ BURKE, Age. ; 203-204.

⁴⁰ BURKE, Age. ; 207.

⁴¹ BURKE, Age. ; 208.

⁴² BURKE, Age. ; 208.

taşlanırdı. Saldırganlık aynı zamanda sözlü de gerçekleşiyordu, karşılıklı birçok hakarete bulunulur ve hicivli dizeler şarkı halinde söylenirdi.”⁴³

8. “Karnavalda gerçek ve simgesel üç ana tema vardı: Yiyecek, cinsellik ve şiddet. Yemek en açık olarak görüneniydi. Karnavala *carne* kelimesini sokan “et” idi. Domuz, sığır ve diğer etlerin tüketimi gerçek bir yer tuttukları gibi simgesel olarak da temsil edilirlerdi.”⁴⁴
9. “*Carne*, aynı zamanda “insan eti” demektir. Cinsellik, doğal olarak gizlenme biçimleri yüzünden, yemekten çok daha ilgi çekici bir biçimde simgeleştirilmişti ve bu örtüler saydam olabilirdi. 18. yüzyıl Fransız tarihçilerinin, mevsimlere göre gebe kalma olaylarını gösteren tablolarında en üst düzeyin Mayıs-Haziran ve bir de Şubat çevresinde olmasından, karnavalın, cinsel hareketliliğin belirgin biçimde yoğun olduğu bir zaman olduğunu anlıyoruz. Evlilikler genelde karnaval zamanında olurdu ve sahte evlilikler de popüler bir oyun biçimiydi. (...) Karnaval sık sık ortaya çıkan ve kadınları kaçıran orman adamı ve ayılar, erkeğin cinsel iktidarını temsil ederken, horoz ve domuz, şehvetin o çağıdaki simgeleri.”⁴⁵
10. “Karnaval sadece bir cinsellik festivali değil, aynı zamanda bir saldırganlık, yıkıp dökme, yok etme ve kutsal şeylere saldırma festivaliydi. Aslında, belki de cinselliğin, yemeyi ve şiddeti birleştiren bir orta nokta olduğu düşünülebilir. Şiddet, cinsellik gibi, az çok bir tören halinde yüceltilmişti. Sözlü saldırılar bu dönemde tamamen serbestti, maskeliler bireylere onur kırıcı sözler söyleyebilir ve otoriteleri eleştirebilirlerdi. Bu, komşunuzu boynuzlu olmakla veya karısından dayak yemekle suçlayabileceğiniz bir zamandı. (...) Moskova’da karnaval mevsimi boyunca sokaklarda öldürme olayları artarken, 1800’lerde Seville’deki her büyük festivalde ortalama iki-üç tehlikeli veya ölümcül yaralanma olduğu söylenirdi.”⁴⁶
11. Aslında tüm bunların yapılmasının bir nedeni vardı: “Başaşağı Dönmüş Dünya” isteği. Peter Burke bunu, “Karnaval, yeniçağ başında Avrupa halk

⁴³ BURKE, Age. ; 209.

⁴⁴ BURKE, Age. ; 212.

⁴⁵ BURKE, Age. ; 212-213.

⁴⁶ BURKE, Age. ; 213.

kültüründe çok tutulan bir izlek olan “başaşağı dünya”nın gerçekleştiği bir olaydı.” (Burke 1996: 214) şeklinde ifadelendirmiştir.

- 12.** “Başaşağı Dönmüş Dünya” isteğine kitapta verilen en çarpıcı örnek, bir karnavalesk türü olan Salaklar Bayramı’dır. Karnavalesk, karnaval dönemindeki birkaç eğlence gününün geneline verilen isimdir. Salaklar Bayramı ise kutlaması 28 Aralık’ta yapılan bir eğlencedir. Burada yapılanlar şöyle özetlenebilir: “Salaklar bayramı sırasında, bir salaklar piskoposu ya da başrahibi seçilir, her zaman olduğu gibi sokaklarda ve kiliselerde dans edilir ve ruhbanların maske taktıkları kadın elbisesi giydikleri ya da cüppelerini ters geçirdikleri, dua kitabını ters tutup, kağıt oynayıp sosis yiyerek, açık saçık şarkılar söyledikleri ve ibadete katılanları kutsamak yerine lanetledikleri sahte Aşai Rabbani törenleri yapılırdı.”⁴⁷

İşte tüm bu açıklamalar, Salaklar Bayramı’nın, “... zaten Tanrı’nın oğlunun bir ahırda, yemliğin içinde doğması, tersine dünyanın harikulade bir örneği olduğundan, bu, Hristiyan bakış açısından da gayet uygundu.” (Burke 1996: 219) ve “başaşağı dönmüş dünyanın bundan daha açık bir kabulü düşünülemez.” (Burke 1996: 218) şeklinde ifadelendirilmiştir.

Karnavallara ilişkin tüm bu bilgiler edinildikten sonra anlaşılmıştır ki, bazı yazarlarımız tarafından şikâyet edilen unsurlar, aslında Hristiyanlar arasında son derece doğal pratiklerdir. Üstelik bu durum, tarihin eski zamanlarından günümüze çok canlı bir şekilde aktarılmıştır. Bu uygulamalar sonucunda anlaşılmıştır ki, iki farklı dine mensup insanlar ve doğal olarak yaşam şekilleri arasındaki farklılık, kendini özellikle eğlenme kültüründe göstermiştir. Burada önemli olan ve dikkat edilmesi gereken nokta, toplumların birbirlerine duydukları saygıyı korumak zorunda oluşlarıdır. Çünkü her topluluğun tarihinden günümüze getirdiği pek çok ritüeli, bayramı ve şenliği

⁴⁷ BURKE, Age. ; 218.

vardır. Kutlama şekillerindeki farklılık, toplumlar arasındaki farkı ve dolayısıyla yaşama kattıkları renkleri sunmaktadır. İşte tüm bu nedenlerden ötürü Hristiyan dinine mensup toplumların eğlencelerinde gösterdikleri aşırılık (balkonlardan insanların başlarına su boşaltmak, küfürlü sözlerle lâf atmak, vb.) ve kullandıkları unsurlar (içki, domuz eti,vb.) İslam dininde yasak ya da uygun görülmemesinden ötürü küçümsenmemelidir. Bu son derece yanlış bir yaklaşımdır.

İkinci gruba yönelik ilk olarak Nejdet Sançar fikir yürütmüş ve “Müslüman Türk dünyasının aziz ve kutsal atası Dede Korkut, Hristiyanlık aleminin sevimli ve sempatik Noel Babasına karşı milli ruhumuzu koruyacak kudrette bir varlıktır”(Sançar 1959:45) demiştir.

“Yılbaşına alternatif üreten” grup ise Noel Baba yerine Nasrettin Hoca’yı benimsemiştir.

Akdeniz Üniversitesi Arkeoloji Bölümü Başkanı olan Prof. Dr. Fahri Işık ise Noel Baba’yı “Bir Anadolu Ereni” olarak görmüş ve “Bir <<Yunus>>, bir <<Mevlânâ>> neyse Pataralı Aziz Nikolas da odur özde, hem Anadolulu, hem erendir. Ancak bu toprakların mirasçıları olarak bizler onu unutmuş ona yabancılaşmışız.” (Cumhuriyet, 24 Aralık 1995, s.18) diyerek kendinden önce oluşturulmuş fikirlere karşı çıkmış ve Noel Baba’ya daha da sahip çıkılması yönünde çeşitli düşünceler dile getirmiştir.

Burada önemli olan nokta, Noel Baba’nın mitolojik bir kahraman olduğunu unutmamaktır. İşte bu nedenle Noel Baba’ya karşıt olarak Türk milletinin mitolojisindeki kahramanlardan biri seçilmelidir. Bu nedenle tarihte gerçekten yaşamış olan Türk âşık edebiyatının temel şahsiyeti Dede Korkut’u, Türk fıkra kültürünün önemli temsilcilerinden biri olan Nasreddin

Hoca'yı ve Yunus Emre, Mevlânâ gibi Türk tasavvuf edebiyatının yetiştirdiği iki önemli temsilciyi Noel Baba gibi mitolojik olan bir karaktere eş değerde sunmak kesinlikle mümkün değildir. Bir başka deyişle elma ile armutu karşılaştırmak son derece yanlış bir yaklaşımdır.

Bu noktada akla ve mantığa en uygun düşünce, Tercüman gazetesi yazarı Ahmet Kabaklı'ya aittir: Her ülkede yeni yıl kutlamasının farklı şekillerde olduğunu belirten Ahmet Kabaklı, bizdeki yeni yıl simgesinin merkezine Noel Baba yerine Hızır'ı oturtmuş ve şöyle demiştir:

“Halbuki biraz aramasını bilsek neler bulunmaz. Noel Baba değil ama, bizim de bir Hızır Babamız var. Hem bu “Boz Atlı Hızır” öyle zengin konakların bacasından inip, karnı tok sırtı pek çocuklara hediyeler bırakan bir dalkavuk değildir. Bilâkis yoksul kulübelerini, hastaları, darda ve yolda kalan biçareleri arar bulur. Girdiği yere bolluk, bereket getirir. Adı bile “yeşillik ve feyz” anlamına gelir. Bu senelerdir yazarım. Bir okuyup dinleyen, bu eğlencelere millî bir süs vermek isteyen olmaz.”(Tercüman, 1 Ocak 1962, s.2).

Yıllar sonra bu düşünceye Prof. Dr. M. Öcal Oğuz, yılbaşı olgusunu yaratılma ve mitolojiyle bağ kurarak açıklayacak ve bu konudaki görüşlerini “... mitolojik köklere baktığımız zaman yılbaşı kutlamak, ne Türklere'e mahsustur, ne de Türkler'in dışındakilere. “Ben ne zaman ve nasıl oluşum?” sorusunu sormak, bütün kültürlerin ve bütün milletlerin hakkıdır. Bu sebeple de, bu soru gibi, yılbaşı kutlamaları da evrenseldir.”(Oğuz 2000: 121) şeklinde dile getirilecektir.

Eski Türk inancında koruyucu ruhlardan biri olan Boz Atlı Yol İyesi'nin, İslam dininin kabulüyle Hızır'a dönüştüğünü belirten Prof. Dr. M. Öcal Oğuz, bu süreçte kültürel açıdan hiçbir değişikliğin olmadığını, sadece Hızır'la bütünleşildiğini ifade ederek şu sonuca varmıştır:

“Bizdeki yılbaşında Hızır, onlarınkinde Noel Baba ekseninde durmaktadır. Noel Baba, Aralık'ın son haftasından yeni yılın ilk gününe kadar tüketim toplumlarının yeni oluşturduğu ve inanma ihtiyacının körüklediği yeni mitlere göre, bize biraz tuhaf gelen ve geleneğimizden kaynaklanmayan kıyafeti, bizim yaşlı insanlarımızda alışık olamadığımız fazlaca dışa dönüklüğü, anlatı geleneğimizin olağanüstü motifleri arasında yer almayan uçan kızağı, mitolojimizde bu tarz bir fonksiyona sahip olmayan ren geyikleri, geyikleri durdurmak veya sürmek için kullandığı seslenme biçimleri ve tuhaf gülüşü ile, bıkip usanmadan insanları mutlu etmek üzere hediyeler dağıtmaktadır. Noel Baba ile Hızır'ın insanlara yardım etmek ve onları mutlu etmek temelinde yılbaşında gösterdikleri gayret, evrensel boyutta ve şaşırtıcı bir benzerliktedir.” (Oğuz 2000: 123-124).

Türk kültüründe Nevruz, Hıdırellez gibi yeni yıl kutlamaları olmasaydı, buna paralel olarak gelişen 31 Aralık yılbaşı kutlamalarının bu kadar hızlı bir şekilde hayata geçirilemeyeceğini düşünen Oğuz, 31 Aralık kutlamalarının toplum tarafından tam anlamıyla benimsenememesinin nedeni olarak da bu kutlamalara kendi mitolojimizden bir şey katmamamızı göstermiştir. Prof. Dr. M. Öcal Oğuz, bunun önüne geçmek için şu görüşleri ileri sürmüştür:

“Ren Geyikli Noel Baba yerine, Boz Atlı Hızır Baba sokaklarda, televizyonlarda, gazetelerde, alışveriş merkezlerinde ve en

önemlisi düşüncemizde, çocuklarımızın, sevdiklerimizin hediyelerini, mitolojik arka plândan beslenerek dağıtmaya başladığı zaman, hem yılbaşı konusunda toplumsal bir barış süreci başlayacak, hem de tüketim sektörü bundan kazançlı çıkacak, hem de içinde anlamsız bir yeni yıl başlangıcı pratiği görünümündeki yılbaşı kutlamaları, mitolojik derinlik kazanarak, toplumsal ritüel ihtiyacımıza cevap verecektir.” (Oğuz 2000:126-127).

Tüm bunlara ek olarak Türkiye’de yılbaşı kutlamaları nasıl yapılmıştır ve yapılmaktadır? Daha doğrusu yılbaşının kutlandığı yerler nerelerdir? Kutlama şekilleri nasıldır? Bu konuda Türk toplumunda ne gibi değişim dalgaları yaşanmıştır?

Daha önceden de belirtildiği gibi Cumhuriyet’in ilk yıllarında bu kutlamalar, Ankara Palas’ta düzenlenen yılbaşı balolarıyla başlamıştır. Ardından 1930-1950 yılları arasında Türkiye’nin gelişmiş büyük kentlerinde bu gelenek devam etmiş ve Novotni, Pera Palas, Maksim, Ambassador, Park Oteli ve Turan Bar gibi yerlerde de çeşitli eğlenceler düzenlenmiştir.

1960’lar, önceki yıllara nazaran önemli bir değişikliği beraberinde getirmiştir. Yeni yılın evde radyo dinlenerek karşılanması...

Hürriyet ve Cumhuriyet gazetelerindeki veriler, bu yıllarda radyo programlarına olan rağbetin çoğalmasını yılbaşını evde geçirenlerin sayısının artmasına bağlamıştır. Cumhuriyet gazetesine bakılırsa, buna en dikkat çekici örnek, Diyarbakır ve Konya’da yapılan 1960 yılbaşı kutlamasıdır. O yıl, yılbaşı kandile rast geldiği için Diyarbakır ve Konya’da

bar, gazino ve toplantı salonları tamamen kapatılmış, halkın radyo başında Mevlid dinleyerek yeni yıla girdiği öğrenilmiştir.⁴⁸ Yılbaşını evde geçirmek daha ilgi gördüğünden reklamlarda da birtakım değişikliklere gidilmiştir. 60'lı yıllarda bazı reklam metinleri bu açıdan ilgi çekicidir:

"Yılbaşı gecesi için hiç masrafsız ve yepyeni bir elbise hazırlamanız mümkün." (Cumhuriyet, 24 Aralık 1962, s.3).

"Yılbaşı gecesi evimizi nasıl süsleyebiliriz?" (Cumhuriyet, 26 Aralık 1962, s.5).

"1963'ten 1964'e içkinizi evinizde kendi elinizle hazırlayabilirsiniz." (Cumhuriyet, 27 Aralık 1963, s.5).

1970'li yıllara gelindiğinde o güne dek en önemli iletişim aracı olan radyonun yerini televizyonun almaya başladığı gözlemlenmiştir. Bu nedenle yeni yıla pahalı olduğu gerekçesiyle bir eğlence yerinde girmek istemeyen halkın büyük bir çoğunluğu, evde televizyon seyrederek bu günü kutlamayı tercih etmiştir. Bu yıllarda yayımlanan şu manşetler, iddiamızın önemli kanıtlarıdır:

"TV, gazinolara tercih edildi." (Cumhuriyet, 2 Ocak 1972, s.1).

"Televizyon sabaha kadar devam ettiği için halkın büyük bir kısmı evlerinde eğlence düzenledi." (Hürriyet, 1 Ocak 1975, s. 16).

"Yılbaşını evlerinde geçirecekler hazırlanan programların yanı sıra televizyonda bir de defile izleyecekler." (Hürriyet, 29 Aralık 1978, s.16).

"Acı ve tatlı anlarıyla bir yıl daha geride kalırken, artan hayat pahalılığı, eğlence yerlerindeki astronomik fiyatlar yılbaşı gecesi bizleri yine evlerimizde televizyon başına toplayacak. Yılbaşı gecesi için ev hanımları tüm hünelerini gösterip özel yemekler yapmaya hazırlanırken,

⁴⁸ Cumhuriyet, 4 Ocak 1960, s.1.

kendi barmenliklerini yapacak beyler için ünlü otellerin ünlü barmenleri de özel yılbaşı kokteylleri hazırladılar." (Hürriyet, 30 Aralık 1978, s.14).

"Yeni yıla sevgiyle, umutla, neşeyle girerken çoğumuzun tek seçeneği var eğlenmek için: Televizyon. Bu akşam ekran cıvıl cıvıl. TV'nin yılbaşı programı tipik bir ev eğlencesi." (Hürriyet, 31 Aralık 1978, s.17).

Yılbaşının evde geçirilmesi beraberinde başka uygulamaları da getirmiştir. Bunlardan ilki, otel, gazino gibi pahalı eğlence merkezlerinden ziyade meyhanelerin tercih edilmesidir. Bu anlamda büyük otellerin çoğunun masası boş kalırken; İstanbul'da yer alan Yenikapı, Kumkapı ve Aksaray'daki pek çok meyhane en çok ve en çabuk müşteri toplayan mekânlar olma özelliğine sahip olmuştur.

Radyonun yerini televizyonun alması, hayat pahalılığı ve halkın büyük bir çoğunluğunun yılbaşını evde kutlaması 1980'li yıllarda daha da hız kazanarak devam etmiştir.

Bu yıllarda halkın yılbaşı alışverişi konusunda en uğrak yeri; Tekel bayileri, tombala ve oyun kâğıdı satıcıları ve mezeciler olmuştur.⁴⁹ Bunun dışında kuruyemiş, meyve ve hediyelik eşya satışlarında hareket görülürken, pahalılık nedeniyle hindiye pek rağbet olmamış, daha çok tavuk ve sucuk tercih edilmiştir.⁵⁰

Yılbaşının ağırlıklı olarak evde geçirildiğini her yılın ilk günlerindeki manşet haberlerinden de öğrenmek mümkün olmuştur:

⁴⁹ Tercüman, 28 Aralık 1980, s.1 ve 13.

⁵⁰ Tercüman, 31 Aralık, 1984, s.1.

- "Halkın %80'i yeni yılı evlerinde televizyon izleyerek karşıladı." (Cumhuriyet, 2 Ocak 1980, s.6).
- "Eğlence yerlerine fazla rağbet yoktu." (Cumhuriyet, 1 Ocak 1981, s.1).
- "Son yıllardaki her yılbaşında olduğu gibi 1982'yi karşılarırken de büyük çoğunluk, tüm ülkede olduğu gibi, İstanbul'da da yeni yıla TV izleyerek girdi." (Cumhuriyet, 1 Ocak 1982, s.1).
- "Eğlence yerlerindeki yılbaşı kutlamaları, geçen yıllara oranla sönük geçti, büyük çoğunluğun yeni yılı evlerinde, TV karşısında karşılamayı yeğlediği görüldü." (Cumhuriyet, 2 Ocak 1989, s.1).

Yılbaşı gecesinde televizyon izlemeye artan bu ilginin eğlence yerlerinin pahalılığından sonra gelen en önemli nedeni, 1980 yılında televizyonda ilk kez bir dansözün yer almasıdır.⁵¹ Bu durum yıllar geçtikçe katlanarak artacak, halkımız "... dansözün attığı göbeklerle neşelendiler." (Cumhuriyet, 1 Ocak 1986, s.1) diye haber edilecek ve artık dansözsüz bir yılbaşı gecesi geçmemeye başlayacaktır... Bunun çok açık bir ifadesini şu haberde görmek mümkündür: "Uludağ'ın en renkli gösterisi, otelleri sırayla dolaşan bir dansöz ve saz heyeti oldu." (Cumhuriyet, 2 Ocak 1989, s.1).

⁵¹ "TV'de ilk kez ekrana getirilen bir dansöz ilgiyle izlenmiştir." (Cumhuriyet, 1 Ocak 1981, s.1).



Cumhuriyet, 2 Ocak 1989, s. 1.

1980'li yıllarda İstanbul Belediyesi tarafından Spor ve Sergi Sarayında düzenlenen yılbaşı eğlencelerine halkın yoğun olarak katıldığı gözlenmiştir. Burada verilen ücretsiz konserler, eğlence mekânının hınca hınç dolmasına neden olmuş, böylece de lüks yerlere rağbet gittikçe azalmıştır. Spor ve Sergi Sarayı, böylelikle yılbaşının geçirildiği bir mekân alternatifine haline gelmiştir.

80'li yıllarda Spor ve Sergi Sarayı'ndan sonra en çok gidilen mekânlar birahaneler, meyhaneler ve kahvehaneler olurken, "Büyük oteller ve lüks gazinoların yılbaşı gecesi için hazırladıkları masalar büyük ölçüde boş kalmıştır." (Cumhuriyet, 1 Ocak 1981, s.1).

Bu yıllarda göze çarpan bir başka not, gazino ve otel gibi eğlence yerlerinin müşterinin ilgisini çekmek için ne gibi avantajlar ortaya

sunduğudur.⁵² En pahalı eğlence yerleri oteller olurken, onu müzikholler ve gazinolar takip etmiştir.⁵³

İlk olarak 80'lerin başında televizyonda gösterilmeye başlayan dansözler, 90'lı yıllarda artık bir furya haline gelmiştir. "Televizyonların yılbaşı özel programlarında dansöz enflasyonu yaşandı. Özellikle saat 21'den gece yarısına kadar tüm kanallarda sık sık dansöz oynatıldı." (Cumhuriyet, 2 Ocak 1993, s.1) ifadesi bunun çok açık bir kanıtıdır.

Bunun dışında 90'larda dikkat çekici bir başka husus, daha önceden de belirtildiği gibi 1993 yılının Türkiye'de yılbaşını kutlamak açısından iki önemli yeniliğe imza attığı bir yıl olma özelliğini taşımasıdır. İlki, bu yıldan itibaren yılbaşı kutlamalarının sokaklara ve meydanlara taşması, ikincisi de yılbaşına alternatifler üretmenin artık daha düzenli bir hal almış olmasıdır.

2000'li yıllarda, yılbaşı eğlenceleriyle ilgili düşünülmesi gereken bir başka not da Hürriyet gazetesinde çıkan şu manşettir: "Baloda oryantal, TV'de her telden." (Hürriyet, 2 Ocak 2006, s.2). Haberin devamında yer alan "Yeni yıl tüm Türkiye'de coşkuyla kutlandı. Yeni yıl balolarına oryantaller damgasını vurdu. Diyarbakır'dan İzmir'e pek çok partide dansözler göbek attı. Yeni yılı evde, ekran başında geçirenler ise her zevke göre eğlenceye ortak oldular." (Hürriyet, 2 Ocak 2006, s.2) ifadelerinden de anlaşıldığı üzere, artık 2000'li yıllarda eğlenmenin şekilleri kat kat artmış, seçenekler çoğalmıştır. Dikkat çeken bir başka nokta ise, Cumhuriyet'in ilk yıllarındaki yılbaşı kutlamalarında dans modeli olarak vals ve tangolar yer alırken, 80'lerden günümüze kadar geline süreçte bunların yerini Arap müziği ve dansözlerin almış olduğudur.

⁵² Hürriyet, 29 Aralık 1983, s.16.

Tüm bunlara karşın, 2000'li yıllarda Büyükkada'da yaşayan küçük bir grubun yeni yılı tango ve sirtaki eşliğinde yapılan eğlencelerle gerçekleştirdikleri, eklenmesi gerekli küçük bir nottur.⁵⁴

⁵³ Hürriyet, 31 Aralık 1984, s.17.

⁵⁴ Cumhuriyet, 2 Ocak 2001, s.3.

SONUÇ

“Cumhuriyet Döneminde Yılbaşı Kutlamaları Üzerine Halkbilimsel Bir İnceleme” ismindeki bu tezde, 31 Aralık yılbaşı kutlamaları etrafında oluşan bazı kavramlar incelenmiş ve Türk toplumundaki algılayış şekilleri ortaya konmuştur.

Bu kavramların başında Noel, Noel Baba ve yılbaşı (31 Aralık kutlamaları, milâdî yılbaşı) üçlüsü gelmektedir. Türkiye’de bazı kesimler tarafından Noel’in ve yılbaşının aynı kavramlar olarak kabul edildiği bir gerçektir; ancak bu görüş yanlıştır. Bunun nedeni, Noel’in Hz. İsa’nın doğumunu kutlamak için tüm Hristiyan dünyasının 24 Aralık’ta ve 5 Ocak’ta kiliselere giderek âyin yapması ve bu anlamda Noel’in dînî bir kimlik taşıması, yılbaşının ise bu dînî pratikten bağımsız olarak, tüm dünya insanlarının biraraya gelerek yeni gelen yılı karşılamak için yaptıkları kutlamadır. Burada dikkat edilmesi gereken bir başka husus, yılbaşının (31 Aralık kutlamaları, milâdî yılbaşı) tamamen seküler bir olgu da olmadığıdır. Çünkü yılbaşı her yıl Aralık ayının 24’ünde kutlanan Noel’den, bu mitolojinin kahramanı olan Noel Baba’yı ve çam ağacı sembolünü, 26 Aralık’ta kutlanan Şükran Günü’nden hindiye, festivallerin temel uygulamalarından bazıları olan içki içmeyi, bir topluluk haline gelmeyi ve hediye alıp/vermeyi kendi özünde birleştirerek oluşmuş ve bütün insanlar tarafından yeni yılın gelişini karşılamak amacıyla eş zamanlı olarak kutlanan bir gündür. Noel Baba ise ilk olarak karikatürist Thomas Nast tarafından siyah-beyaz olarak oluşturulan, ardından 1924 yılında Coca Cola firması için reklamlar tasarlayan Haddon Sundblom’un çizimleri ile kırmızı-beyaz elbiselerini giyen ve mitolojik Santa Claus karakteriyle bütünleşerek Noel ve yılbaşı (31 Aralık kutlamaları, milâdî yılbaşı) kutlamalarının yaygınlaşmasında dünya tüketim endüstrisini en üst seviyeye taşıyan bir marka idolüdür.

İkinci olarak çam ağacı geleneğinden bahsetmek gereklidir. Bilindiği gibi çam ağacı hem Noel, hem de yılbaşı (31 Aralık kutlamaları, milâdî yılbaşı) kutlamalarının vazgeçilmez bir simgesidir. Burada kesinlikle

belirtilmesi gereken husus şudur: Önceleri Hristiyan geleneğinde dünya ağacı kutsal sayılırken, sonradan bu meşeye, Noel'in kutlanmaya başlamasının ardından da çam ağacına dönüşmüştür. Dünya ağacının kutsal sayılmasının nedeni, Hz. İsa'nın çarmıha gerilmesini temsil etmesi iken, meşe ağacının kutsallığının altında yatan durum ise, Noel 'in kabul edilmeden önce Hz. İsa'nın doğumunu kutlamak için yapılan törenlerde kurbanların meşe ağacı dallarına asılmasıdır. Noel ağacı inancının dünya ağacından meşeye, ondan da çama dönüşmesi öncelikle Noel'in kabul edilmesiyle başlamıştır. Bunu, çamın ilk olarak Almanya'da, sonra da tüm Avrupa'da yayılması takip etmiş ve günümüze kadar gelmiştir.

Üçüncü olarak ele alınması gereken konu, yılbaşının (31 Aralık kutlamaları, milâdî yılbaşı) vazgeçilmez uygulamalarından biri olan piyango biletleridir. Bir şans oyunu olan piyango, önceleri sosyal ve ekonomik yardım amacı ile düzenlenirken, Cumhuriyet döneminde bunun yerini Tayyare Piyangosu almıştır. Bu anlamda, Cumhuriyet Dönemi'nin ilk piyangosu Türk Tayyare Cemiyeti Piyangosu'dur. Tayyare Piyangosu'nun amacı, havacılığa gereken önemi vermektir. Ancak Osmanlı İmparatorluğu döneminden kalan borçlarla bunu yapmak güç olduğundan, bu anlamda parasal kaynak yaratmak için Harf Devrimi'nin ardından Türk Tayyare Cemiyeti'nin ismi "Türk Hava Kurumu" olarak değişmiştir. Asıl görevi havacılık olan bu kurum, piyangonun yaygınlaşıp gelişmesiyle daha fazla ilgilenememiş ve bu konudaki tüm tekeli Milli Piyango İdaresi'ne devretmiştir. Önceleri sadece sarraf dükkanlarında ve bazı banka şubelerinde satılan Milli Piyango biletleri, zamanla bayilerin açılmasına ve bu bayilerde Milli Piyango bileti satan kişilerin ünlenmesine yol açmıştır. Bunların başında "Nimet Abla" olarak bilinen Nimet Özkan gelmektedir. Onun dışında Tek Kollu Cemal, "Uzun Ömer" ve "Cüce Simon" da ünlü Milli Piyango bilet satıcılarındandır. Millî Piyango biletlerinin satılması konusunda bir başka emeği geçen isim de karikatürist İhap Hulûsi'dir. Reklam metinlerini atasözleri ve deyimler formunda "kısa ve net" anlayışıyla oluşturan Hulûsi, çizimleriyle de buna renk katmıştır.

Yılbaşında insanların birbirlerine hediye alıp vermeleri, kutlamaların bolluk dağıtımı için bir vesile oluşundan kaynaklanmaktadır. Genel anlamda söylenecek olursa, son derece mütevâzi bir şekilde başlayan bu uygulama, özellikle 2000’li yıllarda bambaşka bir hal almıştır. Öyle ki, Türkiye’de yılbaşı kutlamalarının yapılmaya başlandığı ilk yıllarda insanlar birbirlerine kitap, broş, kravat hediye ederken, 90’lardan sonra bunların yerini cep telefonu, bilgisayar, araba gibi unsurlar almıştır. Hediye alma/verme alışkanlığının bir geleneğe dönüşmesindeki en önemli aşamayı ise 80’li yıllarda açılan ve günümüze kadar devam eden hediyelik eşya fuarlarının açılması başlatmıştır. 1990’lı yıllar, hediye alma/verme geleneği açısından Türkiye’de belirgin farkların ortaya çıktığı bir dönem olmuştur. Bir tarafta halkın büyük bir çoğunluğu yılbaşı alışverişlerinin pahalılığından yakınırken, öte yandan büyük şehirlerde “Süper Shopping Devri”nin başlaması bu yıllarda göze çarpan bir başka nottur. Tek bir mekâna gidilerek pekçok avantaj ve markayla karşılaşılmasını sağlayan tüketim hayatının bu önemli devrinin ilk örnekleri Akmerkez, Galleria ve Capitol olmuştur. Bu anlamda gazetelerde hem Noel Baba oyuncağının pahalılığından bahseden bir haberin yayımlanması, hem de bilgisayar ve araba reklamlarının çoğalması Türk toplumunda oluşan gelir uçurumunun en önemli göstergesidir. 2000’li yıllarda bu durum daha hızlı bir tırmanışa geçmiş, gazeteler özel alışveriş ekleri vermeye başlamış, kredi kartları taksit imkânlarını genişlettiği ölçüde kabul görmüş ve yılbaşı kutlamalarına ilişkin her ayrıntı o yılın modasına uygun olacak şekilde tasarlanmaya başlamıştır. 2000’li yılların bir başka özelliği internet üzerinden rahatlıkla alışveriş imkânını da getirmiş olmasıdır.

Yılbaşında (31 Aralık kutlamaları, milâdî yılbaşı) insanların biraraya gelmeleri özellikle 90’lı yıllardan sonra iki farklı şekilde olmuştur. Türk toplumunun sağ kesimi önceleri “alternatif gece”, sonradan da “Mekke’nin Fethi” ismini verdikleri bir gece düzenleyerek “yeni yılın gelişini” farklı bir şekilde kutlamışlardır. Bu tercihin oluşmasındaki en önemli neden, Noel ve yılbaşının (31 Aralık Kutlamaları, milâdî yılbaşı) aynı kavramlar olarak kabul edilmesidir. Bu görüşü benimsemeyenler ise imkânları ölçüsünde evde, barda ya da 1993 yılından itibaren tüm dünyada olduğu gibi meydanlarda içki

içerek, dans ederek ve havaî fişek gösterisi izleyerek yeni yılın gelişini karşılamışlardır. Türk toplumunda yaşanan bu ikilemin aşılması için yapılması gerekli olan tek şey vardır ki, o da Türk insanının bu güne kendi kültürel özünden ne katabileceğini keşfetmesidir. Bu noktada başlangıç olarak Noel Baba yerine Türk mitolojisinde yeni yılın gelişinin simgesi olan Hızır'ı çocuklara benimsetmek, reklam unsuru haline getirmek gelmektedir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR:

ALTUN, Şafak-Cenk SARIOĞLU, Türk Popüler Tarihinde İlkler, Alfa Yayınları, İstanbul, 2006.

AKÇURA, Gökhan
2002 Gramafon Çağı-Ivır Zıvır Tarihi-2, İstanbul:Om Yayınevi.

AKSOY, Ömer Asım
1984 Atasözleri Sözlüğü, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

AKSOY, Ömer Asım
1984 Deyimler Sözlüğü, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

BURKE, Peter
1996 Yeniçağ Başında Avrupa Halk Kültürü. Çev. Göktuğ AKSAN, Ankara: İmge Yayınevi.

ELİADE, Mircea
2001 Mitlerin Özellikleri. Çev. Sema RİFAT, İstanbul: Om Yayınevi.

EMİROĞLU, Kudret
2001 Gündelik Hayatımızın Tarihi, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

ERGUN, Pervin
2004 Türk Kültüründe Ağaç Kültü, Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları, 2004.

GÜRBİLEK, Nurdan
2004 Vitride Yaşamak-1980'lerin Kültürel İklimi-, İstanbul: Metis Yayınları.

GÜNEŞ, Sadık

1996 Medya ve Kültür, Ankara: Vadi Yayınları.

ODABAŞI, Yavuz

1999 Tüketim Kültürü, İstanbul: Sistem Yayıncılık.

RİTZER, George

1999 Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek –Tüketim Araçlarının Devrimcileştirilmesi-, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

MAKALELER:

ALP, Ruken

2006 “<<Arabanın Hakkını Ver>> Dolayımında Sorgulanan Atasözleri.” , Milli Folklor Dergisi, 71. sayı, 49-52.

BANARLI, Nihad Sâmi. “1 Ocak 1955” , Hürriyet Gazetesi (1 Ocak 1955), s.2.

BARDAKÇI, İlhan. “Yılbaşı İmiş”, Zaman Gazetesi (31 Aralık 1995), s.2.

BARDAKÇI, İlhan. “Yılbaşı Da Ne Ola”, Zaman Gazetesi (31 Aralık 1996), s.2.

BARDAKÇI, Murat. “Noel Konusunda Ağzı Olan Konuşuyor”, Hürriyet Gazetesi (30 Aralık 2001), s.7.

BİLDİRİCİ, Faruk. “Yılbaşından Yüzyılbaşına: Çam da Noel Baba da Anadolu’lu”, Hürriyet Gazetesi (25 Aralık 1996), s.20.

ÇAVLI, Emin Ali. “Noel ve Yılbaşı Geceleri.”, Cumhuriyet Gazetesi (25 Aralık 1960), s.3.

ERBAŞ, Ali

1997 “Noel ve Yılbaşının Dînî ve Kültürel Boyutu.”, İlim ve Sanat Dergisi, III. ve IV. cilt, 46-47. sayı, 143-153.

EMRE, Mehmed. “Noel ve Yılbaşı” Tercüman Gazetesi (30 Aralık 1983), s.5.

GÖZE, Ergun. “Yeni Yılınız Kutlu Olsun”, Tercüman Gazetesi (3 Ocak 1976), s.5.

GÖZE, Ergun. “Milâdî Yılbaşı”, Tercüman Gazetesi (30 Aralık 1976), s.4.

GÖZE, Ergun. “Nefis Bir Yılbaşı Gecesi”, Tercüman Gazetesi (4 Ocak 1974), s.5.

GÖZE, Ergun. “Noel Baba”, Tercüman Gazetesi (31 Aralık 1974), s.5.

GÖZE, Ergun. “Yeni Yıl Mı?”, Tercüman Gazetesi (31 Aralık 1980), s.6.

GÜVENÇ, Nâzım

2003 “Noel Baba Daha Dünkü Çocuk.”, Popüler Tarih Dergisi, 40. Sayı, 28-32.

HAKAN, Ahmet. “Yılbaşına Karşı Mekke’nin Fethi”, Hürriyet Gazetesi (01 Ocak 2006), s.4.

HEGAARD, Steven E.

1979 “1979 Çocuk Yılı Dolayısıyla ve Çocuklara Yardım Sembolü: Anadolu Noel Baba.”, Türk Folklor Araştırmaları Dergisi, 18. cilt, 354. sayı, 8544-8545.

HONKO, Lauri

2005 “Miti Tanımlama Problemi.”, Çev. Nezir TEMÜR, Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 2, M. Ö. OĞUZ, S. GÜRÇAYIR (Yay. Haz.) Ankara: Geleneksel Yayıncılık, 246-260.

HÜNALP, Ayhan. “Noel Baba Var Mıydı?”, Tercüman Gazetesi (30 Aralık 1958), s.3.

IŞIK, Hidâyet

1997 “Dînî Köken Açısından Noel ve Yılbaşı.”, Selçuk Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi Dergisi, 7. sayı, 447-468.

IŞIK, Fahri. “Bir Anadolu Ereni: Noel Baba”, Cumhuriyet Gazetesi (24 Aralık 1995), s.18.

İZBUL, Alper. “Yılbaşı Bütçesi Cüzdan Yakıyor”, Cumhuriyet Gazetesi (28 Aralık 2002), s.9.

KABAKLI, Ahmet. “Yılbaşı. Noel ve Hızır”, Tercüman Gazetesi (1 Ocak 1962), s.2.

KAYMAK, Öznur. “Ev Partilerinde Son Yenilik Falcı ve Karikatürist Çağırarak.”, Hürriyet Gazetesi/Cuma eki (22 Aralık 2006), s.7.

KARAY, Refik Hâlit

1955 “Eski ve Yeni Yılbaşı Geceleri”, Panaroma Dergisi, 1. cilt, 9. sayı, 4-5.

KOLOĞLU, Orhan, “Piyango Ticareti Nasıl Başladı?”, Popüler Tarih Dergisi, 6. sayı, 34-38.

OĞUZ, M. Öcal

2000 “Boz Atlı Hızır ve Ren Geyikli Noel Baba İkilinde Türkler’de Yılbaşı ve Bir Yaklaşım Denemesi.”, Türk Dünyası Halkbiliminde Yöntem Sorunları, Ankara: Akçağ Yayınları, 117-129.

ÖZEN, Güzin. “İstanbul’daki Saint Antoine Kilisesi Doldu Taştı: Türkler Noel Ayininde” (26 Aralık 1989), s.26.

ÖZTÜRK, Yaşar

2006 “Türkiye Yeni Yıla İlk Kez 80 Yıl Önce Girdi.”, Bütün Dünya Dergisi, Sayı: 01/2006, 29-32.

RAGLAN, Lord

2005 “Mit ve Ritüel.”, Çev. Evrim ÖLÇER ÖZÜNEL, Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 2, M. Ö. OĞUZ, S. GÜRÇAYIR (Yay. Haz.), Ankara: Geleneksel Yayıncılık, 318-332.

RÖHRICH, L. ve W. MIEDER

2003 “Modern Dilde Kullanılan Atasözlerinin Biyolojisi.”, Çev. Ali Osman ÖZTÜRK, Ali BAYKAN, G. ÖĞÜT EKER, M. EKİCİ, M. Öcal OĞUZ, N. ÖZDEMİR (Yay. Haz.), Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 1, Ankara: Milli Folklor Yayınları, 350-365.

SANÇAR, Nejdet

1959 “Noel Baba’ya Karşı Dede Korkut”, Türk Yurdu Dergisi, 279. sayı, 45. sayfa.

SOYTÜRK, Işık

1991 “Noel Baba’nın Yaşadığı Kent: Myra (Demre).”, Antik&Dekor Dergisi, 13. sayı, 89- 92.

SEVİG, Vasfi Râşit. “Noel”, Hürriyet Gazetesi (5 Ocak 1958), s. 2.

ŞAHİN, Ahmet. “Yılbaşı Çılgınlığı Üzerine.”, Zaman Gazetesi (31 Aralık 1994), s.14.

TAYMAN, Enis

2005 “Yılbaşı Niyetine Mekke’nin Fethi Kutlanacak.” , Tempo Dergisi, 53/943. sayı, 26-28.

TEKİN, İlyas. “Mekke’nin Fethi” Tercüman Gazetesi (1 Ocak 1993), s.10.

TEKİN, İlyas. “1 Ocak ve Yılbaşı” Tercüman Gazetesi (31 Aralık 1993), s.6.

TEOMAN, Zeki

1985 “Yılbaşı ve Noel Bayramı.”, Yeni Defne Dergisi, 5. cilt, 53. sayı, 11-13.

TİNÇ, Lütfü

2003 “Bir Zamanların Asrî Eğlencesi: Yılbaşı Baloları”, Popüler Tarih Dergisi, 29. sayı, 54-58.

TİRKEŞ, Şebnem

2005 “Sen Kimmişsin Meğer Noel Baba.”, Bütün Dünya Dergisi, s. 105.

TUNA, Berna. “Yılbaşı: İthal Malı Eğlence 1”, Hürriyet Gazetesi (29.12.1991), 7.

TUNA, Berna. “Yılbaşı: İthal Malı Eğlence 2”, Hürriyet Gazetesi (30.12.1991), 7.

TUNAY, İ. Mehmet

1979 “Rölîkerin Bir Bölümü Yurt Dışına Kaçırılan: Noel Baba Kimdir?”, Türk Folklor Araştırmaları Dergisi, 18. cilt, 354. sayı, s. 8546.

ULUÇ, Doğan. “Demreli Tonton Nicolas.”, Hürriyet Gazetesi (29 Aralık 1997), s.20.

ULUENGİN, Hâdi. “Noel ve Bayram”, Hürriyet Gazetesi (24 Aralık 1991), s.14.

ULUENGİN, Hâdi. “Yılbaşı ve Din ”, Hürriyet Gazetesi (31 Aralık 1994), s.18.

ULUENGİN, Hâdi. “Bugün Noel’in Papel Yönüne Değiniyorum”, Hürriyet Gazetesi (26 Aralık 2004), s. 29.

ÜNAL, Ertan, “30’ların Nimet Ablası.”, Popüler Tarih Dergisi, 22. sayı, 48-54.

YAZGAN, Mustafa. “Yılbaşı (Noel) Gafleti Yaklaşırken (1)”, Zaman Gazetesi (19 Aralık 1994), s.14.

YAZGAN, Mustafa. “Yılbaşı (Noel) Gafleti Yaklaşırken (2)”, Zaman Gazetesi (21 Aralık 1994), s.14.

YAZGAN, Mustafa. "Yılbaşı (Noel) Gafleti Yaklaşırken (3)", Zaman Gazetesi (23 Aralık 1994), s.14.

YAZGAN, Mustafa. "Yılbaşı (Noel) Gafleti Yaklaşırken (4)", Zaman Gazetesi (26 Aralık 1994), s.14.

YAZGAN, Mustafa. "Yılbaşı (Noel) Gafleti Yaklaşırken (6)", Zaman Gazetesi (30 Aralık 1994), s.14.

..... "Neyi, Ne Zaman Yaptık?", Radikal Gazetesi (20 Ekim 1999), s.4.

TEZLER:

ERBEN, Gül Selin

2002 2000'li Yıllarda Tüketim Toplumu ve Teknolojik Gelişme ile Küreselleşen Medyaların Toplumsal Boyutları: Türkiye'den Örnekler, İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

İMİRGİ, Aysun

2003 Festivaller: Ankara'da T.C. ve ABD Uyrukluların Yeni Yıl Kutlamalarının Halkbilimi Açısından İncelenmesi, Ankara: Ankara Üniversitesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

SAKARYA, Candan Işıl

2006 Türk Kültüründe Hediyeleşme Geleneği ve Hediyeler, Ankara: Hacettepe Üniversitesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

INTERNET ADRESLERİ:

www.agaclar.net

www.thy.com