

WALTER BENJAMİN'İN TARİHİ YERLER VE AURA KAYBI KAVRAMI ÜZERİNE BİR İNCELEME: ÇANAKKALE ÖRNEĞİ

Fatma YÜKSEL*

Mustafa Bekir YILDIZ**

ÖZET

Bu çalışmada popüler kültürün tarihle olan etkileşimi ve tarihi mekanlardaki rolü ele alınıp, tarihi mekanların orijinallliğini ve değerini nasıl etkilediği üzerinde durulmuştur. Tarihi objelerin replikalarının yapılması ile 'Kitsch' ürünler meydana gelmiştir. Kitsch ürünlerin yaygınlaşması, insanlar tarafından ilgi görmesi ve kabul edilmesi bu ürünlerin popülerleşmesini sağlamıştır. Neticede bu popülerleşme faaliyeti popüler kültür kavramına dönüşmüş ve popüler kültürün de etkisi ile insanların tarihi algılama, tarihi yerleri yorumlama biçimleri bir değişim geçirmiştir. Popüler kültür dönem dizileri, filmler ve influencer'ların paylaşımları aracılığıyla tarihi yerlere olan ilgiyi yeniden canlandırabilir fakat bu popülerlikle birlikte, tarihi yerler sadece yüzeysel olarak gezilen ve nesneleşen alanlara dönüşebilmektedir. Yaşanan bu değişim ile kültürel ve geliştirici bir aktivite olarak yapılan tarihi mekan ziyaretleri artık insanların farklı amaçlar ile bu mekanları ziyaret etmesine neden olmaktadır. Bu amaçlar arasında daha fazla takipçi kazanma, daha fazla görülme, tarihi mekanın atmosferinden yararlanarak içerik üretme, dikkat çekme gibi örnekler verilebilmektedir.


Bu çalışma ile Çanakkale şehri örneği üzerinden Walter Benjamin'in 'aura kaybı' kavramından yola çıkılarak popüler kültürün tarih, tarihi dokular, tarihi yerler ve mekanlar ile insanlar nezdinde tarih anlayışına etkisi incelenmektedir. Bu araştırmada Nitel Araştırma Yöntemi ve Literatür Tarama Yöntemi kullanılarak Instagram ve X uygulamaları üzerinden fotoğraflar karşılaştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Walter Benjamin, Aura Kaybı, Tarihi Yerler, Popüler Kültür, Çanakkale

AN EXAMINATION OF WALTER BENJAMIN'S CONCEPT OF HISTORICAL PLACES AND THE LOSS OF AURA: THE CASE OF ÇANAKKALE

ABSTRACT

In this study, the interaction of popular culture with history and its role in historical places were discussed, and how it affects the originality and value of historical places was emphasized. 'Kitsch' products have been created by making copies of historical objects. The spread of kitsch products, the interest and acceptance by people have made these products popular. As a result, this dissemination activity has turned into the concept of popular culture, and people's perception of history and the way they interpret historical places have changed under the influence of popular culture. Popular culture can revive interest in historical places with period series, movies and influencers' shares, but with this popularity, historical places can turn into areas that are visited and objectified only superficially. With this change, historical site visits made as a cultural and developmental activity are now causing people to visit these places for different purposes.

* YL. Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, fatmayuksel17@yandex.com, 

** YL. Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, mustafabekiryildiz@gmail.com, 

Among these goals, examples such as gaining more followers, being seen more, producing content by taking advantage of the atmosphere of the historical place, attracting attention examples can be given.

With this study, the influence of popular culture on the understanding of history, historical textures, historical places and spaces and people is examined by starting from Walter Benjamin's concept of 'loss of aura' through the example of the city of Çanakkale. In this study, photos were compared via Instagram and X applications using Qualitative Research Method and Literature Search Method.

Keywords: Walter Benjamin, The Loss of Aura, Historical Places, Popular Culture, Çanakkale

1. GİRİŞ

Tarihi yerler ve aura kaybı kavramı ilişkisi, sanat felsefesi ve kültür eleştirisi alanlarında tartışılan bir konudur. Walter Benjamin, aurayı sanat eserinin teklifi, eşsizliği ve tarihsel bağlamıyla ilgili bir nitelik olarak tanımlamaktadır (Daşdelen, 2021). Benjamin, teknik araçlarla yeniden üretim çağında sanat eserlerinin auralarını yitirdiklerini ve bunun da sanatın işlevi ve anlamı üzerinde etkileri olduğunu savunmaktadır (Çizmecici, 2011). Benjamin'in aura kaybı tezi sanatın sonu tezi ile de ilişkilendirilmektedir. Sanatın sonu tezi Hegel, Danto, Kuspit gibi farklı filozoflar tarafından farklı şekillerde dile getirilen bir iddiadır. Bu iddiaya göre sanat tarihinin belli bir aşamasında sanatın kendine özgü bir anlamı ve amacı kalmamıştır. Sanat, tarihsel gelişimini tamamlamış ve felsefenin ya da kültür endüstrisinin bir parçası haline gelmiştir (Yorgun, 2020).

Alman filozof Georg Wilhelm Friedrich Hegel'in sanatın sonu tezine göre sanatın en yüksek işlevi geçmişte kalmıştır ve yeni bir anlam taşımamaktadır (Daşdelen, 2021). ABD'li eleştirmen ve felsefeci Arthur Danto 1980'lerde sanatın sonu tezi ile tanınmıştır. Danto bu tezi ile sanatı anlamlandırabilecek bir anlatının imkansız olduğunu ifade etmiştir. Sanatın sonu tezi ile sanatın veya belli bir sanat stiline sonunu değil, anlamın sonunu vurgulamıştır (Ümer, 2019). Jean Baudrillard ise sanatın sonu tezi için üretim toplumunun ayartma toplumuna dönüşmesi ile günümüz işleyişini anlamlandırabilmek için simülasyon kavramını kullanmıştır (Öztaş, 2016).

Tarihi yerler Benjamin'in aura kavramıyla ilgili olarak sanat eserlerinin orijinalliği ve tarihselliği ile benzer bir şekilde değerlendirilebilir. Tarihi yerler geçmişte yaşanmış olaylara, kişilere, kültürlere tanıklık eden mekanlardır. Bu mekanlar belli bir zaman ve mekan içinde var olmuş ve kendine özgü bir atmosfer yaratmışlardır. Tarihi yerler teknik araçlarla yeniden üretim çağında fotoğraf, video, sanal gerçeklik vs. gibi yöntemlerle kopyalanabilmekte, yaygınlaştırılabilmekte ve tüketilebilmektedir. Bu durum tarihi yerlerin auralarını yitirmelerine ve tarihsel bağlamlarından kopmalarına neden olabilmektedir. Tarihi yerlerin aura kaybı tarihsel bilinç, kültürel kimlik veya toplumsal bellek gibi kavramlar üzerinde de etkili olabilmektedir. Çanakkale şehri ve Çanakkale'nin tarihi dokusu örnek alınarak hedeflenen Walter Benjamin'in kullandığı aura kaybı kavramını incelemektir. Bunu yaparken sanatın sonu tezi ve Kitsch kavramlarına da değinilmektedir. Kitsch kavramı Popüler Kültür ve Tarih İlişkisi başlığı altında daha detaylı olarak incelenmiş olsa da kısaca 'bayağı şeyler' olarak tanımlanabilir. Çanakkale'nin tarihi dokusu özelinden verilen örnekte popüler kültürün etkisi ile insanların tarihi anlayışı ve hissedişinin değişimi, tarihi auranın kayboluşu, bu durumlara Kitsch ürünlerin etkisi gibi unsurlar değerlendirilmektedir.

2. ÇANAKKALE'NİN TARİHİ DOKUSU

Çanakkale ve çevresinin öncelikli akla gelen özelliklerinden biri tarihi ve arkeolojik özellikleridir (ÇSATT, 2020). Çanakkale İstanbul gibi, Asya ile Avrupa kıtaları arasında bir köprü konumunda olan ve insanlığın yerleşik hayata geçtiği dönemden itibaren önemli kültürlere ev sahipliği yapmış bir şehirdir (Çanakkale Belediyesi, 2020). Çanakkale farklı dönemlerde farklı aktörlerin etkin olduğu planlama yaklaşımları, mimari özellikleri ve kültürel mirası ile çok zengin ve çeşitlidir. Tarih öncesi dönemde, Çanakkale bölgesinde Neolitik, Kalkolitik ve Tunç Çağı yerleşimleri bulunmaktadır. Bunlardan en önemlisi, Ege Denizini Marmara ve Karadeniz dünyasına bağlayan önemli bir noktada yer alan ve üst üste on ayrı yerleşim katının oluşturduğu bir höyük görünümündeki Troia'dır. Troia'nın yapılan ilk katlarının Mısır Piramitleri'nden daha eski olduğu bilinmektedir. Troia, Homeros'un İlyada destanında anlattığı efsanevi savaşa sahne olmuş ve Schliemann tarafından bulunan altın hazineleri ile ünlenmiştir. Günümüz araştırmacılarının da yüksek oranda fikir birliğine vardığı gibi Troia yerleşim alanı Homeros'un İlyada'sındaki bahsi geçen Troia ile uyusmaktadır. Uyuşmayan önemli bir nokta vardır ki, Homeros'un İlyada'sında at

kelimesi ya da Truva Atı kelimesi geçmemektedir. Bunun yerine “hippo” sözcüğü kullanılmaktadır ve “hippo” kelimesinin denizcilik ile ilgili bir kavram olduğu bilinmektedir. Çeviri ve yorumlama kısımlarında hata yapılarak “hippo” sözcüğünün “at” şeklinde tercüme edildiği, aslında hiçbir zaman savaşta kullanılmış bir tahta at kandırmacasının olmadığı düşünölmektedir. İlyada’da “hippo” kelimesinin kullanılma sebebi ve Troia ile “hippo” kavramının ortak noktası ise savaşı kazandıkları için kaybeden tarafın Troialılara savaş tazminatı olarak gemilerle ganimet getirmesidir. Yine de Truva Atı aslı olmayan bir hikaye bile olsa gerek anlatılırken gerekse de verdiği dersler itibarı ile keyiflidir.

Antik dönemde Çanakkale bölgesi Anadolu’da egemenlik kuran Lydia, Pers, Makedon, Roma ve Bizans gibi devletlerin etkisi altında kalmıştır. Bu dönemde Çanakkale Boğazı ticaret ve ulaşım açasından stratejik bir öneme sahip olmuş ve bölgede birçok antik kent kurulmuştur. Bunlardan bazıları Assos, Parion, Alexandria Troas, Lampsakos, Abydos, Sestos, Tenedos ve Gargara’dır. Bu kentler sanat, bilim, felsefe ve edebiyat alanlarında önemli eserler ve kişiler ortaya çikarmıştır. Ortaçağda Çanakkale bölgesi Bizans İmparatorluğu’nun parçası olarak kalmış ancak Haçlı Seferleri, Anadolu Selçukluları, Cenevizliler ve Venedikliler gibi farklı güçlerin saldırılarına maruz kalmıştır. Bu dönemde Çanakkale Boğazı doğu ve batı medeniyetleri arasında bir geçiş noktası olmaya devam etmiş ve bölgedeki kaleler, limanlar ve ticaret merkezleri önemini korumuştur (Çanakkale Belediyesi, 2020). Osmanlı döneminde Çanakkale bölgesi Osmanlı Devleti’nin Rumeli’ye geçiş yaptığı ve Avrupa ile ilişkilerini geliştirdiği bir bölge olmuştur (ÇSATT, 2020). Çanakkale Boğazı Osmanlı Devleti’nin deniz gücünü gösterdiği ve denizcilik faaliyetlerini yürüttüğu bir bölge olmuştur. Çanakkale Boğazı aynı zamanda Osmanlı Devleti’nin savunma hattını oluşturmuş ve bölgedeki kaleler, tabyalar ve askeri tesisler güçlendirilmiştir. Osmanlı Devleti’nin son dönemlerinde ise Çanakkale Birinci Dünya Savaşının Çanakkale Cephesi ile büyük bir savaşa tanıklık etmiştir. Cumhuriyet döneminde Çanakkale Türkiye Cumhuriyetinin kurulması ve gelişmesi çerçevesinde önemli bir yere sahip olmuştur. 1936 Montrö Boğazlar Sözlüşmesi’ne kadar geçen sürede boğazlar sorunu üzerinden Çanakkale Boğazı ve kendi boğazlarımıza hakim olabilme mücadelemiz kapsamında uluslararası görüşmeler yapılmış, antlaşmalar düzenlenmiştir.

Çanakkale’nin tarihi dokusu bu gelişmelerin sonucunda ortaya çikmiş ve şhrin kimliğini oluşturmuştur. Çanakkale’nin tarihi dokusunu görmek için şhrin farklı bölgelerinde bulunan tarihi eserleri, müzeleri, anıtları, şhitlikleri, kaleleri, camileri, kiliseleri, çarşıları, evleri ve sokakları ziyaret etmek gerekmektedir. Çanakkale’nin tarihi dokusu şhrin geçmişini, kültürünü, sanatını, inancını, yaşamını ve ruhunu yansıtan bir mozaik oluşturmaktadır.

3. POPÜLER KÜLTÜR VE TARİH İLİŞKİSİ

Siyasal ve hukuki bir terim olan popüler kelimesi “halka ait” anlamında kullanılmakta iken “halk tarafından beğenilen, tercih edilen” anlamında kullanılmaya başlanmıştır. Kültür ise “bakmak, yetiştirmek” anlamlarına gelmektedir. Popüler kültür ise gündelik yaşama hakim kültürdür. Popüler kültürün bir kaynağı ya da oluşturucusu vardır. Kültürel değerleri ve kültüre ait gelenekleri yeni formüller şeklinde göstermektedir. Ürünler tüketicilere hitap etmekte ve tüketiciler için eğlence içermektedir (Coşgun, 2012). Popüler kültürün tarih ile ilişki kurması ise tarihi filmler, diziler, belgeseller, yayınlar ve basılı yayımlar sayesinde kuvvetlenmektedir. Tarihi yerler, günümüzde popüler kültürde sıkça temsil edilmektedir. Filmler, diziler, kitaplar ve diğer medya araçları aracılığıyla tarihi yerlerin öyküleri ve görüntüleri geniş kitlelere ulaştırılmaktadır. Bu temsiller tarihi mekanları orijinal bağlamından koparıp, çoğu kez yalnızca görsel ve anlatsal bir deneyim haline getirebilmektedir. Bu durum tarihi yerlerin fiziksel ve tarihî özgünlüğünü zayıflatabilmektedir.

Kitsch, Almanca-Türkçe sözlükte “İlkel araçlarla ve yollardan duyguları harekete geçirmek isteyen sözde sanat eseri; sanat değeri olmayan değersiz eser, bayağı şey, zevksizlik” olarak tanımlanmaktadır. Benjamin, kitsch kavramını anında tüketimine izin veren, bir çeşit sanat formundan başka bir şey değildir diye tanımlamıştır. Baudrillard ise “kitsch-nesne”nin söylemdeki “klişe” olduğunu ve asla gerçek nesnelere karıştırılmaması gerektiğine dikkat çekmiştir. Baudrillard kitsch-nesneleri yalancı mermerlerden yapılmış, tüm ‘taklit’ nesnelere, aksesuarlar, folklorik biblolar, ‘anı eşyaları’, abajurlar ya da siyahların ürettiği maskeler yığını, her yerde özellikle tatil ve eğlence yerlerinde hızla çoğalan tüm tecim malları müzesi olarak özetlemektedir (Berk, 2017). Tarihi yerlerin çevresinde satılan hediyelik eşyalar ve replikalar orijinal objelerin özel niteliklerini sıradanlaştırabilmektedir. İnsanlar orijinal tarihî nesnelere yerine kültür endüstrisinin ürettiği popüler kültür haline gelmiş kitsch nesnelere satın almaktadır. Tarihi mekanların çevresinde satılan hediyelik eşyalar, örneğin Şehitler Abidesi minyatürü, özellikle boyanmış ve ilgi çekebilmesi adına komik hale getirilmiş bu tür objelerin tarihi mekanın ciddiyetini ve değerini azaltıp aura kaybına sebep olabilmektedir. Bu hediyelik eşyalar, ziyaretçilerin asıl amacının tarihi ve kültürel mirası anlamak olması gerekirken sadece yüzeysel bir alışveriş deneyimi haline gelmesine sebebiyet verebilmektedir. Ayrıca, tarihi mekanların çevresinde türeyen satış noktaları tarihi yapının aurasını bozup tarihi mekanın ticarileştirmektedir. Halk arasında, tarihi mekanlarda satın alınan kitsch hediyelikler, o yerin tarihi ve kültürel bağlamını yitirdiği ve sadece ticaret amacı güden bir endüstriye hizmet ettiği tartışma konusu olabilmektedir. Bu durum tarihi yerlerin aurasını zayıflatıp sıradanlaştırmaktadır. İnsanlar orijinal tarihî nesnelere yerine daha genel ve geleneksel ürünleri tercih etmeye başlayabilmektedir. Bu durum tarihi yerlerin aslından alınan hissi zayıflatabilmektedir. Walter Benjamin’e göre, yeniden üretim teknikleri ile beraber sanat yapınının iç biçimini oluşturan aura ve auranın en temel malzemesi olan biriciklik niteliği yok olmaya başlamıştır (Kılıç ve Ceran, 2021).

4. POPÜLER KÜLTÜR VE AURA KAYBI KAVRAMI

Kültür; inanç, dil, sanat, dans, folklor, giyim, temsil, yemek tarzı, örf, adet, gelenek, görenek, mimari anlayış gibi somut (maddi) ve somut olmayan (manevi) pek çok unsurun bileşimidir. Söz konusu unsurlar ortaya çıkan yeni ihtiyaçlar ve diğer kültürlerle etkileşim ile sürekli bir değişim ve üretim süreci içindedir. Sürekli bir üretimin ve etkileşimin konusu olan kültürdeki değişimin hızı, yönü, değişimdeki rol sahipleri ve bunların gücü ve iradi ya da zorlamayla olma konuları bizleri kültürel yabancılaşma konusuna götürmektedir. Kültürel yabancılaşma gerek toplumsal gerekse de bireysel olarak bir kültürün ruhunun tükenmesi, kültürel kimliğin yok olması gibi anlamları karşılamaktadır (Gülcan ve Bulut, 2018). Bu durum Walter Benjamin tarafından aura kaybı olarak adlandırılmıştır. Bu bağlamda aura kaybı yaşandığının en gözle görülür kanıtları derinlik kaybı yaşanması, kültürün veya tarihi eserlerin, tarihi yerlerin nesneleşmesidir. Benjamin, özgün bir sanat eserinin şimdi ve buradlığının o yapınının aslı, gerçekliğini ve hakikatini oluşturduğunu söylemektedir. Sanat eserinin şimdi ve burada oluşu ona özel bir atmosferden söz edilebilmesini mümkün kılmakta ve bu atmosfer onun biricikliğini oluşturmaktadır; buna “aura” demektir. Aura kavramından hem insan için hem de nesne (sanat yapıtı özelinde) için söz etmek mümkün olmaktadır.

Popüler kültürün etkisi ile dönem dizilerinin, filmlerinin moda olması ya da Influencerların gezileri, seyahatleri, gittikleri yerlerdeki deneyimleri, gittikleri yerin yemekleri vs gibi paylaşımları ile Çanakkale gibi tarihi yerler yeniden popülerlik kazanabilmektedir. Kazanılan bu popülerlik biri bir şey yaptı diye diğerlerinin de yapması, biri bir yeri gördü diye diğerinin de görmesi, birinin bir mekanın duvarında çekildiği bir fotoğraf ile bir başkasının da o mekanı merak edip orada fotoğraf çekilmek istemesi, sosyal medya hesaplarından tarihi bir yerin konumu paylaşarak güzel bir manzaradan çay/kahve fotoğrafı paylaşılması gibi olaylar popüler kültürün tarih algımıza yeni bir

bakış getirmesidir. Artık önemli olan bulunduğumuz yerde yaşanmış olan trajediler, olaylar, kayıplar, kazançlar, milli duygular vs değil o konunun veya yerin güzelliği, manzarası, farklı özellikleridir. Orası artık tarihi bir öneme sahip olmaktan çıkmış, kişiye hissettirdiği duygular ve kişinin hissettiğini göstermek istediği her şey olmuştur. Tarihi aura kişiye bulunduğu yerde hissettirdiği manevi duygulardır, kişinin içinde uyanan huşudur. Yani aura, özgün sanat ürününü çevreleyen kendine özgü bir aydınlık ya da parıltı anlamını taşımaktadır (Sevim, 2010).

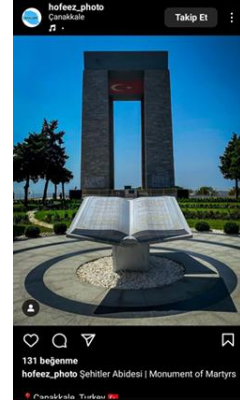
Aura kaybı, özellikle sanat eserlerinin orijinalliği ve benzersizliği ile ilgilidir. Benjamin, geleneksel sanat eserlerinin örneğin bir tablonun, tek bir fiziksel kopyasının olması ve bu kopyanın sanatçının elinden çıkmasıyla bir tür benzersizlik ve özgünlük, aura dediği özel bir atmosfer taşıdığını savunmaktadır. Bu aura, sanat eserinin kendine özgü tarihini, yaratılış sürecini ve orijinal değerini ifade etmektedir (Aydoğan, 2008). Benjamin'e göre, mekanik üretim tekniklerinin, özellikle fotoğraf ve film gibi medyaların gelişimiyle birlikte, sanat eserlerinin kopyalanabilir ve çoğaltılabilir hale gelmesi, bu özgün auranın kaybolmasına neden olmaktadır. Çoğaltılabilirlik sanat eserlerinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlasa da, onlardan özgünlük ve benzersizlik duygusunu ortadan kaldırmaktadır (Torun, 2015). Bu durum sanat eserinin algılanma şeklinde ve ona duyulan değerde bir değişikliğe yol açmaktadır. Benjamin'in bu tezi medyanın ve teknolojinin sanatın doğasına etkisi üzerine önemli bir düşünce paradigması oluşturmaktadır. Aura kaybı kavramı sanatın toplumsal ve kültürel dönüşümleri anlamada kullanılan önemli bir araç haline gelmesine neden olmaktadır.

Teknik ilerlemenin auranın yıkımı sürecine etkisi yeniden üretilebilirlik sayesinde sanat eserinin çoğaltılabilir hale getirilmesiyle ilgili bir durumdur. Örneğin; bu dönemdeki bir şiir herkesin okuyabileceği kadar çok basılabilir veyahut bir müzik yapıtı plaklar aracılığı ile her an her yerden dinlenebilir hale gelmiştir. Kısaca sanat yapıtı herkesle, her an her yerde temas kurabilir durumdadır. Tüm bu yaşananlar alımlayıcının sanat eserine verdiği değeri zedelemiştir. Yani bu teknik çoğaltılma durumu sanat eserinin biricikliğini, şimdi ve buradalığını ve tüm bunlara bağlı olarak da aurasını ortadan kaldırmıştır. Bu yaşanan sürece bağlı olarak da sanat eserinin bir metaya dönüşmesi kaçınılmaz olmuştur ve sanat endüstrinin hizmeti altına girmiştir (Pehlivan, 2019).

Tüm bahsi geçen şeylerin yanı sıra tarihi yerlerin yoğun ziyaretçi trafiği orijinal auranın zayıflamasına yol açabilmektedir. Çok sayıda turist gelmesiyle mekanın sakinliği, huzuru ve tarihî anlamı kaybolabilmektedir. Bu yerler sadece fotoğraf çekilen ve yüzeyde gezilen alanlara dönüşebilmektedir. Sanal gerçeklik ve diğer teknolojik gelişmeler tarihi mekanları sanal olarak ziyaret etmeyi mümkün kılmaktadır. Ancak fiziksel olarak orada olma hissi ve mekanın gerçek dokusunu hissetme deneyimi azalabilmektedir. Sanal ziyaretler tarihi yerlerin yüzeyinde bir keşif sağlasa da, orijinal atmosferin tam anlamıyla hissedilmesini engelleyebilmektedir. Kısaca aura kaybı sadece insanların popülerleşme etkisi ile tarihi mekanların ruhunu hissedememesini ifade etmemekte, teknolojik gelişmelerin de etkisi ile sanal ortamlardan yapılan ziyaretler ile tarihi mekanın hissedilmesinin önünde bir engel olması anlamına da gelmektedir.

4.1. POPÜLER KÜLTÜRÜN TARİHİ YENİDEN YORUMLAMASI VE AURA KAYBINA BİR ÖRNEK: ÇANAKKALE

Bu başlık altında Walter Benjamin'in aura kaybı teorisine göre özgün sanat eserlerinin teknolojik ilerlemeyle birlikte kültürel değişim ile birlikte popüler kültür ögesine dönüşen tarihi eserlerin veya yerlerin sosyal medya paylaşımlarından yola çıkarak incelemesi yapılmak istenmiştir.



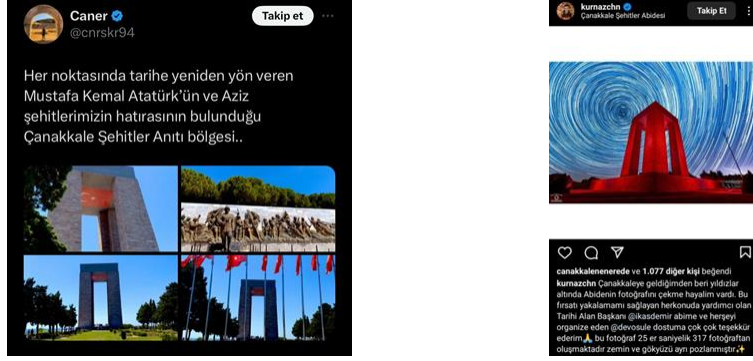
Resim 1. Kaynak: X, 2024; Instagram, 2024

- X fotoğrafı örneğinde görülen kişinin tarihi bir mekandaki paylaşımında bulunduğu mekanın tarihi, kendi hissiyatı ya da atmosferi anlatmak yerine kendini ön plana çıkardığı görülmektedir. Bu da bizlere popüler kültürün etkisi ile tarihi mekandaki aura kaybına bir örnek teşkil etmektedir.
- Instagram fotoğrafı örneğinde bir kişi ya da grup bulunmamaktadır. Bunun yerine bulunulan tarihi mekan belirtilmiş ve geniş açıdan bir görünüm sunulmaktadır. Bu şekilde fotoğrafı çeken kişi tarihi mekanın dış atmosferini tanıtmaktadır.



Resim 2. Kaynak: X, 2024; Instagram, 2024

- İki görselde de dikkat çeken ilk şey doğal bir olay olan dolunay ve ender bir gök olayı olan mavi ay birleşiminin tarihi bir mekan bağlamı dışında yaşanan doğal olayın öne çıkarıldığı ve yeni bir ürün olarak bir nevi bir remiks inşa edilerek tarih olgusunu ele alarak tarihi yapı dışında farklı bir kompozisyon meydana getirilmiştir.



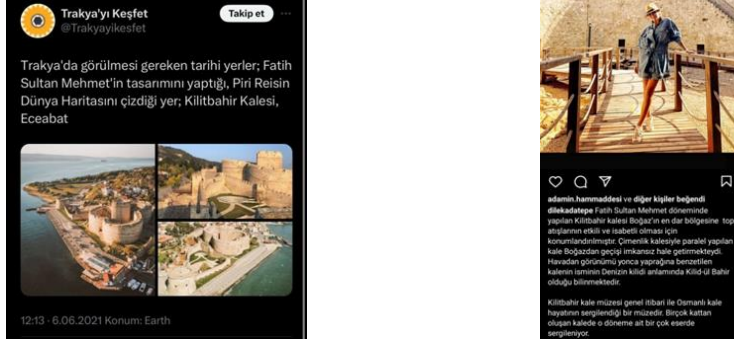
Resim 3. Kaynak: X, 2024; Instagram, 2024

- X'dan elde edilen fotoğrafta tarihi mekanın atmosferik özelliği yansıtılmış ve tarihi mekana bir ön bakış olmuştur.
- Instagram görselinde ise modern teknolojik aletler ile oluşturulmuş Olağanüstü Bir Gece'vari bir fotoğraf görölmektedir. Burada görünen tarihi mekan algısından ziyade yeni bir sanat türüdür ve tarihin aurası dışında farklı bir güzellik inşa edilmiş ve bir Kitsch görsel meydana getirilmiştir.



Resim 4. Kaynak: X, 2024; Instagram, 2024

- X kullanıcıları genel olarak paylaşımlarında bir bilinç oluşturmak istemektedir. Bu fotoğrafta da Çanakkale iskele yakınında bulunan Truva Atı ve Saat Kulesi gibi tarihi olgular kullanılarak Çanakkale İl Sağlık Müdürlüğü tarafından bir hastalığa dikkat çekebilmek için merkezi bir konumda yer alan ve sanat ve tarih eserlerinden yararlanılmıştır. Bu durum tarihi manada bir aura kaybı meydana getiriyor olsa da toplum sağlığı bakımından tarihi eserlerin yeşil renk ile ışıklandırılması farklı bir anlam taşımaktadır.
- Instagram görselinde ise kişi kendisini ön plana çıkararak Truva Atını bir yan araç olarak kullanmaktadır. Eserin atmosferinden yararlanarak popüler kültür bağlamında kendisini görünürlük kılmaktadır.



Resim 5. Kaynak: X, 2024; Instagram, 2024

- İlk fotoğrafta mekanın tanıtım amacı gözetilmektedir. Kilitbahir Kalesi'nin uzaktan, genel bütünü kapsayacak şekilde kadrage alınarak genel atmosfer yansıtılmaktadır. Fotoğrafı paylaşan kanal bir keşif, seyahat ve yolculuk rehberidir. Kilitbahir Kalesi'nin görsellerini kullanırken aynı zamanda merak uyandırabilmek için tarihi mekanı inşa ettiren tarihi kişilikten ve mekanda gerçekleşen önemli olaydan da bahsetmektedir.
- Fotoğrafta kişi tarihi mekanda olduğunu belirtmese arka planda bir tarihi mekan ya da eser olduğu anlaşılmamaktadır. Kişi tarihi eseri ve tarihi eser ile ilgili bilgisini kullanarak tarihi eseri ikinci plana atmaktadır ve kendisini öne çıkarmaktadır. Tarihi bilgisi ile bir mesaj vermekte fakat kullandığı görsel ile bu mesajı desteklememektedir. Burada tarihi mekânın kullanımını aura kaybı ile açıklanabilmektedir.



Resim 6. Kaynak: X, 2024; Instagram, 2024

- X fotoğrafında amaç Kültür Yolu Etkinlikleri ile ilgili bilgi vermek ve tarihi yeniden canlandırmak, tarihe ve tarihi yerlere yeniden dikkatleri çekebilmek için sanattan da yararlanmaktır.
- İkinci fotoğrafta kişi mekân ile ilgili bilgi verirken popüler hale gelmiş sosyal medya dili olan emojiler ile renklendirmiştir. Instagram paylaşımlarındaki genel görünüme göre kişiler kendilerini ön plana çıkarmak için tarihi dokuyu umursamaksızın kullanmaktadır. Bu durum da aura kaybı ve popüler kültürün aura kaybına etkisini somutlaştırmaktadır.



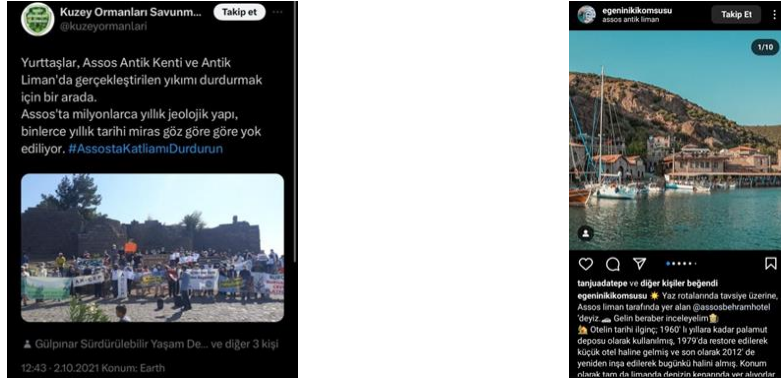
Resim 9. Kaynak: X, 2024; Instagram, 2024

- İlk fotoğrafta kaya ıslahı adı altında tarihi dokunun tahrip edilmesi bölge halkı ve tatilciler açısından bir katliam olarak nitelenmektedir. Kişiler de yapılan bu çalışmaya tepkilerini göstermiş ve kamuoyu oluşturmaya çalışmışlardır.
- İkinci görselde Assos Antik Kenti ve limanı içeren mekan fon olarak kullanılmaktadır ve popüler kültüre bir örnektir.



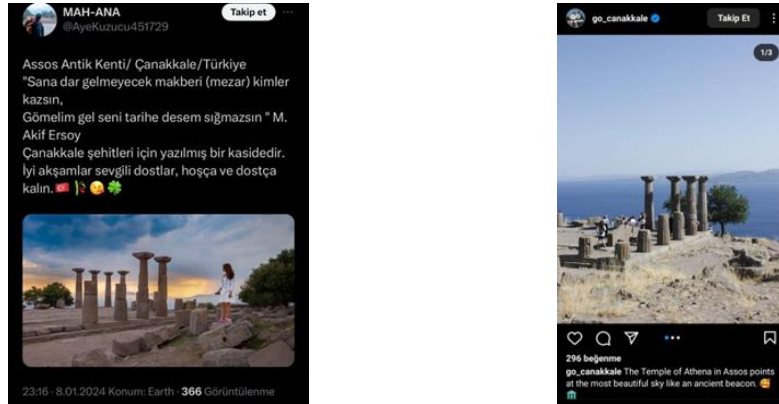
Resim 10. Kaynak: X, 2024; Instagram, 2024

- İlk fotoğraf farklı tarihi mekanların görselleri ile bölge ile ilgili genel bir açıklama yapmaktadır. Kullandığı görsellerde yalnızca tarihi mekanları vermesinin yanı sıra kendisini içeren fotoğraflar da kullanarak kendisinin tarihi mekanı teneffüs ettiğini paylaşmaktadır.
- İkinci fotoğrafta tarihi mekan olan Athena Tapınağı çok geride kalmaktadır. Bu fotoğrafın dili bakımından gösterilmek istenilen şey kişinin kendi imajıdır ve popüler kültürün tarihi aura üzerindeki etkisi görülmektedir.



Resim 11. Kaynak: X, 2024; Instagram, 2024

- X fotoğrafında kullanılan görsel bizlere birlik ve beraberlik olduğunu, tarihi bir atmosferde yapılan tahribata karşılık kamuoyu oluşturularak dikkat çekildiği ve yapılan hatanın düzeltilmesi için çaba harcandığı mesajını vermektedir.
- Instagram paylaşımında Assos limanının görseli kullanılarak atmosferi hakkında bilgi verilmektedir. Bilgi kısmında ise konaklanabilecek otellerin tarihsel serüveni ile ilgili bilgilendirilme yapılarak otellerin tanıtımı yapılmaktadır. Bu gibi reklamlar ile tarihi dokunun aurası kaybolmakta ve tarihi ile öne çıkması gereken bölgeler popülaritesi ile öne çıkmaktadır.



Resim 12. Kaynak: X, 2024; Instagram, 2024

- Kişi kendini ve imajını öne çıkarmak için Çanakkale'nin tarihi geçmişini ve yapısını kullanmaktadır. Bu esnada sadece tarihi dokudan yararlanmamış, İstiklal Şairi Mehmet Akif Ersoy'un şiirinden de alıntı yapmaktadır.
- İkinci görselde Athena Tapınağı'nın ambiyansını gözler önüne seren bir fotoğraf paylaşımı ile Athena Tapınağı ile ilgili genel bilgiler verilerek tanıtılması sağlanmaktadır.

5. SONUÇ

Çanakkale doğal güzelliklerinin yanı sıra tarihi dokusu ile de çok değerli bir şehrimizdir. İlk çağlardan bugüne üzerinde birçok tarihi desen barındıran Çanakkale gerek antik kentler gerekse de müzeler bakımından oldukça zengindir. Tarihi dokular ve mekanlar ile ilgili en çok arzu edilen

şeylerden biri geçmişin, tarihin ve o tarihi yerlerin insanlar tarafından değer görmesi ve ziyaret edilmesidir. Bu nedenle tarihi yerleri ziyaret eden insanlar için o bölgenin kültürü ile tarihi ile alakalı hediyelik eşyalar tasarlanmaktadır. Bu tarz hediyelik eşyalar aslının birer kopyası olmasından kaynaklı kitsch kavramını doğurmuştur. Amaç tarihi yer ile ilgili bir anı, hatıra saklayabilmek, ona sahip olabilmek ve o mekandaki hissiyatı anımsayabilmektir. Tarihi yerlerin çevresinde satılan kitsch hediyelik eşyaların, orijinal nesnelere özel niteliklerini sıradanlaştırabilmekte ve tarihi mekânın ambiyansını azaltabilmekte ve bu tür ürünlerin ticarileşmesi, tarihi mekânların aura kaybına neden olabilmektedir. Zira Şehitler Abidesi'ni evlerimize götüremeyiz fakat hediyelik eşya dükkanlarından aldığımız minyatürler, magnetler, motifler oraya gittiğimizi, gördüğümüzü hem bizlere anımsatmakta hem de bu eşyalarımızı görenlere anlatmaktadır. Başlarda gezdiğimiz, gördüğümüz yerlerden getirmekte olduğumuz hediyelik eşyalar bunları etrafımızdaki kişilere göstermek ile başlasa da zamanla bir teşhir, özendirme haline gelmiştir. Bu durumda da popüler kültür kavramı doğmuştur. Popüler kültür, kültürel değerleri yeni formlarda gösteren ve tüketicilere hitap eden bir olgudur. Tarih ile ilişkisi ise tarihi filmler, diziler, belgeseller ve basılı yayınlar aracılığıyla güçlenmektedir. Fakat bu temsiller tarihi yerleri orijinal bağlamından kopararak yalnızca görsel ve anlatsal deneyimlere dönüştürmektedir. Popüler kültürün tarih ile etkileşimi, tarihi mekânların temsil biçimlerinden kaynaklanan çeşitli sorunları ortaya koymaktadır. Tarihi yerlerin ticarileşmesi, kitsch ürünlerin yaygınlaşması ve aura kaybı gibi konular, kültürel mirası sürdürülebilir bir şekilde koruma çabalarını zorlaştırabilir. Bu bağlamda, tarihi mekânların orijinal atmosferlerini ve değerlerini koruma çabalarına odaklanmak, kültürel mirası gelecek kuşaklara aktarmak için önemli bir adım olabilir.

Kültürün sürekli değişim ve etkileşim içinde olduğu bir ortamda, tarihi mekânlar ve kültürel varlıklar da bu değişime ayak uydurmaktadır. Kültürel değişim ve aura kaybı gibi kavramlar, popüler kültürün etkisiyle tarihi mekânların algılanma biçimini ve kültürel değerini sorgulamamıza neden olabilmektedir. Bireylerin ve toplumların kendi kültürlerine yabancılaşması ve bu kültürel öğelerin anlamını yitirmesi anlamına gelebilmektedir. Tarihi mekânlar, popüler kültür araçlarıyla sıklıkla yeniden keşfedilebilmekte, ancak bu keşifler genellikle yüzeysel kalmakta ve mekânın derin anlamını, tarihini ve kültürel değerini gölgede bırakabilmektedir. Özgün tarihi eserlerin benzersizliğini ve özgünlüğünü yitirmesine neden olabilmektedir. Tarihi mekânlar, popüler kültür aracılığıyla sıklıkla ticarileşmekte ve bu ticarileşme süreci, mekânın özgünlüğünü ve tarihi atmosferini zayıflatabilmektedir. Tarihi yerler, sadece görsel bir cazibe merkezi olma eğilimindeyken, ziyaretçilerin duygusal ve manevi deneyimleri göz ardı edilmektedir. Tarihi mekânların popülerlik kazanmasına ve geniş kitlelere ulaşmasına katkıda bulunabilir fakat bu popülerlik, mekânların orijinal anlamını ve atmosferini gölgeleyebilir. Ziyaretçilerin sıklıkla tarihi mekânlara yüzeysel bir ilgi göstermesi ve sadece sosyal medya üzerinden estetik bir paylaşım yapma eğiliminde olmaları, kültürel değerlerin derinlemesine anlaşılmasını engelleyebilir. Bu durum, tarihi ve kültürel varlıkların sadece popülerlik kazanmak için değil, aynı zamanda derin anlam ve atmosferlerini korumak adına düzgün bir şekilde yönetilmesi gerektiğini gözler önüne sermektedir. Bu bağlamda incelenmiş olan sosyal medya paylaşımları da göstermektedir ki, kişiler kendilerini ön plana çıkarmak istemektedirler ve tarihi mekânları fon olarak kullanmaktadırlar. Instagram kullanıcıları yoğunlukla popüler kültür etkisi ile paylaşım yaparken X kullanıcıları popüler kültür etkisinin yanı sıra tepki çekmek, kamuoyu oluşturmak gibi sosyal, toplumsal ve politik amaçlar ile de paylaşım yapmaktadırlar.

İncelemiş olduğumuz Çanakkale örneği üzerinden açıklanmak istenen; popüler kültür ve popüler kültür neticesinde doğan gösteri toplumunun etkilerinin Çanakkale'deki tarihi mekânlar ile ilgili X ve Instagram paylaşımlarından yararlanılarak tarihi mekânlardaki aura kaybını

açıklayabilmektir. Bu amaç doğrultusunda X ve Instagram uygulamalarında tarihi mekanların isimleri aratıldığında çıkan ilk görseller kullanılmıştır. Herkese açık olarak paylaşılan bu görseller alınarak görselin tarihi mekan ile bağlantısı, popüler kültür, tarihi mekanın aurası ile uyumu ya da aurasının kaybolması, kitsch bir ürünün kullanımı ya da yeniden inşa edilmesi gibi olgular bakımından incelenmiş ve fotoğrafların altında kısaca tartışılmıştır. X ve Instagram'dan elde edilen fotoğraflar göstermektedir ki çoğu insan açısından tarihi mekanların aurası farklı algılanmakta ve taşıdığı anlamlar değişmektedir. İnternet ve sosyal medyaların da etkisi ile görünür olma çabası, tüketim toplumu, gösteri toplumu gibi kavramları doğuran durumlar meydana gelmektedir. Bunun neticesinde her şey tüketilebilir olmaktadır. Çanakkale şehri üzerinden incelemiş olduğumuz Çanakkale'nin tarihi yerlerinin sosyal mecralar üzerindeki işleniş tarzının da bu duruma örnek teşkil ettiği görülmektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadıklarını beyan etmiştir.

Yazar Katkısı: Yazarlar bu çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Peer Review: Externally peer reviewed.

Conflict of Interest: The authors declared that they have no conflict of interest.

Grant Support: The authors declared that this study has received no financial support.

Authors Contributions: The authors contributed equally to this study.

KAYNAKÇA

- Aydoğan, E. B. (2008). Walter Benjamin ve Sanat Yapıtının Aurası. *Akdeniz Sanat*, 1(2), 27-33.
- Aytımur, R. G. (2019). *Theodor Adorno ve Walter Benjamin'de Sanat Eserinin Doğası*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Berk, E. (2017). Halk Zevki ve Zevksizlik Arasında: Bir Kitsch Sosyolojisine Doğru. *Ulakbilge*, 5 (14), 1205-1226.
- Bülbül, H. ve Erdem, Z. (2021). Troia ve Çanakkale Savaşları Üzerinden Tarih-Coğrafya Korelasyonu. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(3), 486-503.
- Coşgun, M. (2012). Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu. *Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 837-850.
- Daşdelen, N. K. (2021). *Arthur Danto'nun Estetik Anlayışında Sanatın Sonu Tezi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Delier, B. (2020). Sanat, Hayat, Acil Durum: "Yaşadım mı? Hayır, Ama Sevdim.". *Kocaeli Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 8(8), 34-45.
- Erdem, P. (2019) *Walter Benjamin: Modern Şehir ve Sanat*. (Yüksek Lisans Tezi). İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Gülcan, B. ve Bulut, Y. (2018). Kültürel Yabancılaşmaya Bağlı Otantiklik Arayışına Türk Dünyası Turizmi Cephesinden Bakış. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 687-702.
- Kang, J. (2015). *Walter Benjamin ve Medya*. (D. Gedizlioğlu Çev.) İstanbul: Kafka Yayınları.
- Kılıç, L. ve Ceran, M. (2021). Walter Benjamin'in Aura Kavramı ve Koleksiyonere Bakışının "Ruben Brandt, Collector" Filmi Üzerinden İncelenmesi. *Medya Estetiği Dergisi*, 39(1), 58-66.
- Koç, P. ve Sakarya, İ. (2022). Çanakkale Kepez Beldesinin Planlama Tarihi Üzerinden Mekânsal Gelişiminin Değerlendirilmesi. *Çanakkale Araştırmaları Türk Yıllığı*, 33, 39-58.
- Öztaş, E. (2016). Hegel'den Derrida'ya Sanatın Sonu Olgusu. 29.07.2024 tarihinde <https://www.e-skop.com/skopbulten/tezler-hegelden-derridaya-sanatin-sonu-olgusu/3076> adresinden alındı.
- Parlakkalay, H. (2020). Görsel Dünyanın Simülasyonu ve Sanatta Gerçeklik Sorunsalı. *International Social Sciences Studies Journal*, 6(68), 3723-3734.
- Sevim, A. B. (2010). Walter Benjamin'in Kavramlarıyla Kültür Endüstrisi: "Aura", "Öykü Anlatıcısı" ve "Flâneur". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 509-516.
- Soyuer, B. (2023). Dijital Değiştirilemezlik Çağında Sanat Eseri. *Bodrum Sanat ve Tasarım Dergisi*, 2(1), 15-27.
- Torun, A. (2015). Walter Benjamin, Sanat Eserinin Aurası ve Yeni Medya Sanatı. *International Multilingual Academic Journal*, 2(1), 1-9.
- Ümer, E. (2019). "Sanatın Sonu" ve Andy Warhol'un Sanatı. *ODU Journal of Social Sciences Research*, 9(1), 37-47.
- Yorgun, F. (2020). Sanat Yapısının Halesini (Aura) Yitirmesinde Teknik Yeniden Üretim Araçları Olan Fotoğraf ve Filmin Etkisi. *Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, 3(1), 48-60.