

FOLKLORİK İMGELEM

Bir Toplumsal İmgeler Rezervuarı Olarak İmgelemin Epistemolojik Temellerine Giriş

L'imaginaire Folklorique Introduction Aux Fondements Épistémologiques De L'imaginaire, En Tant Qu'un Réservoir Des Images Sociales

Prof. Dr. Kubilay AKTULUM*

ÖZ

Bu çalışmada öncelikle bir folklor bağlamında, bir kişinin olduğu kadar bir halkın, bir toplumun, bir topluluğun belli bir düşünme biçimine değişik imge, simge, mit, masal, vd. dolaylımlar aracılığıyla gönderme yapan, böylelikle onları dışlaştıran imgelemin folklor bağlamındaki karşılığını tanımlayacağız; amacımız Gilbert Durand'ın *L'Imaginaire* adlı çalışmasındaki tanımlamasına uygun olarak, "geçmiş, olası, üretilmiş ya da üretilecek tüm imgelerin topladığı bir müze" olarak imgelem (Fr. imaginaire) kavramının folklor bağlamındaki konumunun ve getirilerinin neler olabileceği konusunda kimi tanımlamalar yapmaktır. Çalışmada ağırlıklı olarak hem imgelemin genel bir tanımlaması yapılacak hem de bu konuda öne çıkan kimi kuramcıların imgelem algıları ortaya konulacak, imgelemin folklorik nitelemesine uygunluğu daha çok mitsel anlatılara göre tanımlanacaktır; bunu yaparken "folklorik imgelem" olarak adlandırduğumuz ve belli bir kültüre, düşünme biçimine gönderme yapan, Jung'un "ortak bilinçaltı" (G.Durand özel bilinçaltı'dan söz eder) adlandırmasına uyan kavramın öne çıkarılması gereken belli başlı yönelimleri belirlenecektir. Böyle bir çalışmayla (ve devamındaki diğer çalışmalarla), folklor konusunda çalışan araştırmacılara bir imge ya da imgeler çözümlemesi sırasında kullanabilecekleri bir dizi yöntemsel araç, dolayısıyla bir bakış açısı sunulmaya çalışılacaktır. Batı ülkelerinde "İmgelemin Antropolojik Yapıları", mit, simge ve arketip çözümlemeleri başlığı altında ortaya koyduğu çalışmalarla oldukça tanınan, tuhaf ve aykırı bir biçimde yine Batılı folklor kuramcılarının çalışmalarının kaynakçalarında adı pek fazla geçmeyen bir kuramcının: Gilbert Durand'ın önemli ölçüde folklorik tanımlamasına uyan yapıtları da kapsayan yaklaşımında izlediği ve önerdiği, folklorcuları yakından ilgilendirebilecek önerilerinin kavramsal ve bilgikuramsal özünü bu çalışmadan başlayarak aktaracağız. Temel amacımız, bu çalışmanın devamı olacak olan değişik çalışmaların sonunda folklorik metinlerdeki imge, simge çözümlemeleri konusunda belli bir yaklaşım modeli ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler

İmge, İmgelem, İmgeleme Yetisi, Yapısal Antropoloji, Gilbert Durand, Mit, Arketip.

RÉSUMÉ

Dans ce travail nous nous proposons avant tout de délimiter, dans le cadre du folklore, la couverture des données de l'imaginaire, défini et traduit souvent d'une manière aléatoire. Nous essayerons ainsi de mettre en avant quels pourront être des jalons de la position tenue par l'imaginaire et les avantages offerts par celui-ci dans un cadre folklorique. L'imaginaire, défini comme un "musée de toutes les images passées, possibles, produites et à produire" (Durand 1994:3) par Gilbert Durand renvoie à la manière de penser aussi bien d'un individu que d'un peuple ou d'une communauté à travers divers médiums tels que images, symboles, mythes, légendes, contes etc., qui servent à objectiver leur manière de penser et leur perception du réel. Nous envisageons ainsi réaliser ce travail en plusieurs étapes. Dans la première étape, nous traiterons en particulier les diverses définitions proposées à propos de l'imaginaire par divers théoriciens renommés du domaine et leur perception de l'imaginaire, ensuite nous établirons quelques rapprochements concernant la conformité de l'imaginaire au folklore par rapport aux récits mythiques qui en est un des domaines favoris, finalement les principaux fils de la notion de l'imaginaire folklorique, qui fait référence à une manière de penser d'un peuple représentée par une culture donnée, celle-ci est définie, dans une autre perspective, par Jung comme un "inconscient collectif" (Gilbert Durand parle d'un inconscient privé). Dans le cadre de ce travail, nous essayerons de définir rapidement les quelques fonctions dominantes de l'imaginaire, qui servent à révéler la distribution structurale des images communes positionnées dans un champ commun du savoir folklorique. Avec un tel travail, nous visons à fournir quelques outils méthodologiques, donc une nouvelle perspective aux chercheurs, qui se sont spécialisés dans le domaine du folklore, afin de les utiliser lors d'une approche de l'analyse de l'image ou de l'imaginaire. Nous rapporterons ainsi les principales données de l'approche de Gilbert Durand, un des théoriciens le plus efficace, qui est presque inconnu chez nous, ou contrairement à nous, bien connu dans les pays occidentaux surtout avec son ouvrage de base: les *Structures anthropologiques de l'imaginaire*, qui traitent en particulier le mythe, le symbole et les archétypes.

Mots-clés

image, imaginaire, imagination, anthropologie structurale, Gilbert Durand, mythe, archétype.

* Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Öğretim Üyesi. aktulumk@yahoo.com

Yapısalcılığı ya da göstergebilimsel bir bakışı araştırma nesnelerinin önüne koyan araştırmacılar her terimi, kavramı karşıtları ya da benzerleriyle ilişkileri içerisinde ele almayı bilimsel bir zorunluluk olarak benimserler. Anlam karşıtlıktan, dolayısıyla terimlerin aralarındaki ilişkilerden doğar görüşü varsayımlarının çıkışını oluşturur. Öyleyse “*Folklorik imgelem*” adlandırması altında öncelikle *imgelem* (Fr. *imaginaire*) ve *imgeleme yetisi*’nin (Fr. *imagination*) ayrıştırılarak çözümlenmesi, ilişkilerinin doğasının belirlenmesi; ardından her türden kültürel olguyu, tüm sanatsal biçimleri siyasal, toplumsal, öznelikleri vb. bakımlardan kapsayabilen *imgelem*’in kapsam alanının bir folklor bağlamında sınırlarının kendi içinde belirlenmesi gerekir. “*Folklorik imgelem*” adlandırması böyle bir ayrıştırma ve tanımlama işlemiyle işlerlik kazanabilecektir.

Folklorik imgelem, bir ulusa, ulusun tüm kültürel ürünleri aracılığıyla aktardığı bildirimleri bir dizi imge, simge, basmakalıp düşünce vb. üzerinden kurgulaması olgusuna gönderme yapar (ancak günümüzde folklorik imgelem kapsadığı imgelerin dönüştürülerek yinelenmelerini/yenilendiklerini unutmamak gerekir); bir toplumun folklorik tanımlamasına uyan her türden yapıtları aracılığıyla yarattığı imgeler toplamı yanında öteki uluslar karşısında özgül düşünme biçimlerini belirtmek için kullanılır (böyle bir tanımlamayla imgelem daha çok toplumsallık, daha açık bir anlatımla folklorik sınırlarına çekilmektedir). Bir toplumun, halkın gerçeklik karşısında kendine özgü tutumu çoğu zaman yarattığı imgeler ve onunla doğrudan ilintili olan simgeler aracı-

lığıyla yansıtıldığından folklorik imgelem adlandırması yeterince geçerlilik kazanmaktadır. Böyle bir adlandırma ile imgelem daha çok bir toplum için genelgeçerlik özelliği bulunan özel, Saussure’ün anlatımıyla, söz yanına gönderme yapan bir imgeler toplamını kapsadığını söylemek gerekir. Gerçeklik karşısında özel bir düşünme biçimini (söz düzlemi) belirttiğine göre imgelem tanımlanırken bu alanda öne çıkan kuramcılarca psikanalizin ya da psikolojinin söz dağarından sıklıkla yararlanıldığı eklenmelidir. Folklorik imgelem bir dizi imge aracılığıyla bir toplumun gerçekliği tüm yönleriyle algılama, içselleştirme, yineleme, yeneden kullanıma sokma vb. işlemleri belirtir. “*Ortak bilinçaltını*” kavramak adına yüklendiği işlevler çeşitlidir.

Soyut bir gerçeklik olan imgelemin Türkçe’de iki ayrı kavram için aynı sözcükle karşılandığına sıklıkla rastlanmaktadır. Oysa Batı dillerinde, özellikle Fransızca’da “*imagination*” (imgeleme, imgeleme yetisi) ve “*imaginaire*” (imgelem, imge evreni) kavramları iki ayrı gerçekliği göstermek için kullanılmaktadır. Hemen baştan bir ayrım önermek gerekirse; birinci kavramın insanın *imge üretme yetisi*’ni belirttiği; ikinci kavramın ise kültürel bir içeriğe sahip olduğunu söylenebilir: imgelem, bir kişinin (örneğin bir yazarın, bir halk sanatçısının vb) olduğu kadar bir toplumun genel bir gerçeklik karşısında edindiği/edinilmiş bilgiler toplamına gönderme yapar. Gilbert Durand’ın kurgusal, gerçek, folklorik tanımlamasına uyan alanları kapsayan imgelemi “*geçmiş, olası, üretilmiş ya da üretilecek tüm imgelerin topladığı bir müze*” (Durand 1994:3) biçiminde tanımlaması bu bağlamda değerlendirilmelidir. Alabildiğine ge-

niş bir gerçeklik algısına gönderme yapan böyle bir kavram daraltılarak folklorun alanına indirildiğinde “folklorik imgelem”den söz etmeye olanak sağlanır. Bir başka deyişle, bir toplumun kültürel alışkanlıkları, birikimi, töreleri, yaşama biçimi, inanışları, gelenekleri, yeme içme, yaşama biçimleri, eğlenceleri vb. belli bir toplumsal ya da Alan Dundes’un telkin ettiği gibi, ulusal bir kimlik (aktaran Oğuz vd. 2006: 12) yaratmaya olanak sağlayan tüm gereçleri üzerinde değişik imgeler, simgeler, düşünce kalıpları aracılığıyla yarattığı *ortak bilinç* doğrudan folklorik bir imgelemden söz etmeye götürür.

Folklorik imgelem, folklorik tanımlamasına uyan kültürel gerçekliği kapsayan ürünlerin bir topluma özgü algılama ve algılanma biçimleri değişik aracı unsurların (Onur Bilge Kula’nın adlandırmasıyla “*dolayım-ların*”) kullanımıyla somutlaşır. Örneğin her toplum bir dizi mit, masal, öykü, efsane, müzik, resim vb. yanında değişik kültürel motifler, izlekler, somut ve/ya soyut kültürel gereçler üzerinde ortak bir düşünme biçimine gönderme yapan aracı unsurlarla kendilerince bir imge evreni, Durand’ın söylediği gibi bir “*imgeler müzesi*” yaratmıştır. Folklorik ürünlerin bize taşıdığı içerik, değer, yapı sonuçta hem yerele hem de kimi bakımlardan evrensele gönderen, folklorun evrensel özellikli imge ve simgeleriyle buluşan bir imgeler (dolayısıyla simgeler) toplamıdır.

Öyleyse bir dizi simgesel değer ve açık ya da örtük anlamlarla donatılan folklorik gereci oluşturan unsurları işlevlerine, ortak bileşenlerine göre sınıflandırarak algılanmalarını kolaylaştırmak, ulusal kimliğin özgüllüğünü belirlemek amacıyla yine bir dizi

ortak temel yapıya indirgemek olasıdır. Bu yapılar bir toplum tarafından üretilmiş imgelerin evrensel düzlemde karşılaştırılabilirliğine ve özgüllüklerinin kavranmasına da katkı sağlayacaktır. Bir toplumun yaşama biçimlerini ve alışkanlıklarını benimseyen tüm bireylerin ortak bilinçaltını temsil eden folklorik gereç bu nedenle antropolojik nitelemesine uyar. Öyleyse müzelerde, değişik sözlü ve yazınsal ürünlerde, müzikte, resimde, kısacası sanatın değişik biçimlerinde temsil edilen ortak bilincin antropolojik yapılarının belirlenmesi kültürel değişmezlerin kalıcı bir biçimde tanımlanabilmesini kolaylaştıracaktır. Böyle bir yapının arayışına çıkmak, şu ya da bu folklorik bir ürün konusunda yaratılan imgeler dizisini işlevlerine, yapılarına, özelliklerine ve işleyişlerine göre aynı öbekte toplamaya katkı sağlayacağı gibi ortak bilincin ya da G. Durand’ın, anımsattığımız gibi, Saussure’ün *dil/söz* ayrımından yola çıkarak önerdiği ve bir toplumu temsil eden “*kendine özgü bir söyleme biçimi olarak*” söz düzlemine gönderme yapan “*özel bilinçaltı*”nın özgünlüğünün, kendine özgü işleyişinin kavranmasına da yarayacaktır. Böyle bir girişim aynı zamanda folklorik ürünler konusunda gerçekleştirilecek imge çözümleri için kimi yönetsel veriler sağlayacaktır.

İster bir yazar, sanatçı ister bir halk ya da belli bir toplumsal grup vb. söz konusu edilsin, her birisi konusunda kullanılabilecek imgelem sözcüğü bir fantazma, düş, düşlem, gerçekliği doğrulanamayan inanış, mit, kurgu gibi terimleri kapsayan karmaşık yapı, değişik bileşenleri olan bir sözcüktür. Bir kişinin, bir sanatçının olduğu kadar ortaya koyduğu yapıt-

larla, inançlarıyla, düşünme ve düşünme biçimleriyle, basmakalıplaşmış değerleriyle, toplumsal önyargılarıyla bir halkın imgeleminden söz edilebilmektedir. Bu özellikleri nedeniyle Batı kültüründe XIX. yüzyılda Maine de Biran'ın (Chelebourg 2000:7) ilk kez kullandığı “*imgelem*”, psişik bir yeti, değişik imgeler üretme ve kullanma yetisi olarak anlaşılan “imgeleme”den ayrılmaktadır.

İmgelem, imgeleme (yetisi(n)den ayrı olarak onunla iç içe, etkileşim içerisinde olduğu kimi başka kavramlarla yan yana, kimi zaman eş anlamda kullanılmaktadır. Örneğin, *mantalite* (düşünme biçimi, anlayış, zihniyet) olarak adlandırılan terim hemen akla gelenlerden birisidir. Kavram konusunda sözlüklerde oldukça genelleyici tanımlamalar göze çarpmaktadır: Mantalite, “*bir topluluk ya da topluluk üyelerinden her birisi için ortak olan bildik düşünme ve inanma biçimlerinin, ayrıca karakteristik ruhsal ve ahlaki eğilimlerinin toplamı*”dır. Bu tanıma onu destekleyen alt tanımlamalar eklenir: “*Bir bireyin ayrılmaz süreklilik özellikli ruh hâli*” ya da “*ahlaki tutum*” biçimlerinde tanımlanmaktadır. Söz konusu tanımlamaların imgelemele yakından ilişkili, hatta onunla neredeyse eşanlamda ve aynı araştırma konusuna sahip olduğu düşüncesi öne çıksa da bununla birlikte aralarında kimi ayrımlar bulunduğu belirtmek gerekir.

Lucien Febvre, Marc Bloch, Henri Pirenne, Albert Demangeon, Lucien Lévy-Bruhl, Maurice Halbwachs gibi tarih, coğrafya, toplumbilim alanlarında uzmanlaşmış araştırmacıların oluşturduğu bir grup, *Mantaliteler Tarihi* başlığı altında gerçekleştirdikleri çalışmalarda (mantalitelerin) ta-

rihini bireylerin psikososyal tutumları ve bunların davranışları üzerindeki etkileri bakımından sorgularlar. Onlara göre, bir imgeler deposu olarak tanımlanan imgelem ile hiçbir ayırma gitmeden mantalite araştırmasını bir toplumdaki bireylerin duyguları, inançları, tutumları, düş kurma biçimleri, kültürel uygulamalar, simgeler, günlük yaşam konularında gerçekleştirirler. Çalışmalarında araştırmacılar daha çok bir tarihçi tutumuyla hareket ederler. Oysa imgelemde tarihçilerin yaptıkları gibi tarihsel bir sorgulama arayışı bulunmaz; yazınsal, yazılı, metinleşen folklorik bir ürünlerdeki (mit, efsane, masal vb.) ya da ürün üzerinde yaratılmış imgeler ve imgelerin simgesel değerleri, bilinçaltı göndermeleri üzerinde durulur. İmgelemde bir anlamda bir bireyin ya da toplumun bastırılmış içgüdülerinin, isteklerinin, korkularının, beklentilerinin imgeler ya da simgeler aracılığıyla dışa vurumu, onların yapıtlar yüzeyinde gerçekleşme biçimleri araştırılır. Bir nesne üzerine yaratılan imge ya da imgeler öncelikle imgelemin alanına girer; imgelem aynı nesne üzerinde bir halkın, toplumun oluşturduğu, kurduğu, yarattığı değişik imgeler toplamını kapsar. Oysa mantalite daha çok toplumbilimsel değerde somut bir kullanıma gönderme yapar. İmgelemde bir simge-değer baskın çıkar, simgenin ya da bir sorgulama nesnesinin etrafında yaratılan düşsel unsurların devingen bir özelliği bulunmaktadır. Örneğin “ata” yetkeyi, gücü simgeler, onun üzerinde bir yığın başka imge üretilmiştir, bu nedenle imgelemin alanında değerlendirilir; “*ataya bağlılık*” Türklerle özgü bir özelliktir, dolayısıyla bir mantaliteyi yansıtır; mantaliteyle basmakalıplaşmış bir bilgi taşınır, im-

gelem değişik simgeler, imgeler aracılığıyla değişik dönemlerde dönüştürülerek yeniden kullanılma olasılığına sahip olduğundan devingen bir özellik sunar. Türk toplumunda bir ailedeki bir çocuğun seçeceği mesleği anne ve babanın belirlemesi, en azından böyle bir seçim sürecinde baskın çıkması ortak bir tutumdur ve Türk mantalitesinin bir göstergesidir. Büyüğe saygı bir simgeleştirme düşüncesinden çok bir anlayış, yaşama biçimidir.

Toplumun sahip olduğu kültür o toplumun mantalitesini yansıtır. Tarih ve dil kültürel görünümün en etkili iki yönünü temsil ederler. Bir toplumun tarihi onun mantalitesini belirleyen en etkili unsurdur. Yine bir toplumdaki bireylerin hem kendilerinin hem de atalarının ortak deneyimleri yaşamı algılama, çocukların eğitimi, ahlaki ve etik konularını belirler. Uzama, zamana, insanın koşuluna vb. bakış kaynağını yine bir toplumun ortak tarihinden alır. Dil bir toplumun mantalitesini belirleyen bir diğer unsurdur, bir kültür yaratma yanında kültürü aktarma aracıdır. Düşüncelere dil yoluyla biçim verilir. Kültürün temsil ettiği dil mantaliteyi biçimler. Kültürel farklılık mantalite farklılığını doğurur.

İmgelem daha çok bir bilinçaltı sürecine gönderme yapar, mantalite bu sürecin sonunda ortaya çıkan ve kalıplaşan bilgiyi araştırır ve ağırlıklı olarak bilinç düzleminde tanımlanır. Folklor, görünürde bu aşamada işlerlik kazanır çünkü folklor kalıplaşmış bilgileri araştırır, imgelem ise ikinci aşamada devreye girer çünkü kalıplaşmış bilginin imgeler üzerinden yeniden üretilme süreci ele alınır. Toplumsal bir olgu olan mantalite bilinçaltısının bilince gelmiş olan yanını

kapsar; imgelem ise içselleştirilmiş her türden duygu, istek, korku vb. biçiminin soyut bir buluşma alanıdır. Mantalite aklın süzgecinden geçirilmiş, kurumsallaşmış kalıp bir bilgidir, imgelem “*gizli bir içeriğe*” gönderme yapar, bir dizi düş unsurunu kapsar. Bu nedenle imgelem “*özel ve ortak bir bilinçaltı*”, mantalite “*ortak bir bilinç*” düzleminde tanımlanır. Bir topluluğun, toplumsal bir grubun aynı nesne üzerinde özel ya da ortak bir değerler yükünden söz edilebileceği gibi, değerlerin değiştirilmeden, içselleştirilmeden toplumsal bir kalıp unsur ya da değer olarak taşınması tümüyle aynı şeyler değildir.

İkinci seçenek imgelemi ideolojiyle yakınlaştırır. İdeoloji gerçeklik konusunda basmakalıplaşmış, hazır düşünce biçimleri sunar; bunlar Jean-Jacques Wunenburger'nin söylediği gibi, birer “*güç-imgeleri*” ya da “*güç-fikirleri*” olarak sunulur (2003: 7), toplumsal imgelemin alanında konumlandırılarak birer “*düşünüyapıbirim*” değeriyle karşımıza çıkarlar. Bir folklorik imgelem sorgulaması bağlamında düşünüyapıbirimsel değerler ister istemez değerlendirmeye alınırlar, çünkü her düşünüyapıbirimsel unsur bir “*toplumsal imgelem düzeyinde, çözümlenen söylemin mitik izleri (mitik boyut: mitbirimler, yönlendirici mitler) ile “güç-fikirleri (düşünüyapısal boyutu) birbirine eklemleyebilen ve ifade edebilen, anlamsal güçlerin anlamlı ve devindirici birimi*” (Wunenburger 2003: 7) olarak tanımlanır.

Öyleyse bir imgelem çözülmesi bağlamında mitlerin buluşma alanı olan, geleneksel kültürlerde bir ülkenin kurgusal değerde folklorik kategorisinde sınıflandırılan ürünlerinin toplandığı mitolojiyi önemle an-

mak gerekir. Simgeselliğin, evrensel, psikolojik, tarihsel olguların kökeni, doğası, amacı vb. konularda inanma biçimlerinin çoğu zaman tanrısal özellikli kişiler aracılığıyla anlatıldığı mitoloji, imgelemin ayrıcalıklı konusudur. Mit kavramı zorunlu olarak somut ve olumsal bir yola başvurmadan ortak inanışların toplandığı sözlü gelenek aracılığıyla aktarılan ürünlerdir. Bu türden yapıtlarda ya da halk masallarında, öykülerinde vb. ortak izleklerin ve motiflerin bir izleksellik bağlamında sorgulanması, yapıtların içeriksel olduğu kadar biçimsel olarak işleyişlerinin kavranmaya çalışılması durumunda ise “izleksellik” imgelem sorgulamasının bir parçası durumuna getirilir.

İmgelemin alanı, sınırları öteki kavramlarla ilişkileri içerisinde tanımlanırken ayrıca ve temel olarak *imgeleme yetisi* karşısında konumunun biraz daha belirlenmesi gerekmektedir.

Değindiğimiz gibi, imgelem bir tür bellek (belleği bir imgeler müzesine benzetilebilir), bir imge üretme yetisi olarak imgeleme’den farklı bir şeye gönderme yapar. Genel bir kaniya göre, imgelem sözcüğün dar anlamıyla imgelem yetisince üretilen ürünlerin durağan bir toplamı ya da yığılması olarak anlaşılır; bu ürünler yinelemeye bağlı bir özerklik kazanma, son aşamada yinelemeye bağlı olarak tutarlı bir bütün olmaya çalışırlar çünkü bir folklor bağlamında bir toplumun gerçekliği kavrama biçimine gönderme yaparlar. Bu nedenle H. Védrine imgelemi “*her bireyin ya da uygarlığın içerisine daldığı, tüm bir inanışlar, fikirler, mitler, ideolojiler toplamı*” (alıntılayan Wunenburger 2003: 12) olarak tanımlar. İmgelem simgesel

değerleriyle karşılık bulan edilgen imgeler toplamıdır, bu imgeler yan yana gelerek örtük bir biçimde bir topluluğu ya da toplumun düşünce biçimini yansıtır. İmgeleme yetisi yaratıcı bir özelliğe sahiptir, imgelem ise imgelerin dizgeli bir toplanma yeri olarak yeniliğe, bir dizi dönüşüme ve yeniden yaratma ya da üretmeye olanak sağlayan bir “öz-üretim” (Fr.autopoïétique) biçimi olarak kendini belli eder. J. Thomas bu nedenle *Introduction aux méthodologies de l’Imaginaire*’de onu “*imgelerin düzenleyici bir devinimi, bir dizge*” (Thomas 1998: 15) biçiminde tanımlar. Claude Gilbert Dubois’ın önerdiği tanımlama imgelemin işleyişine vurgu yapar, ona göre imgelem “*bireysel düzlemde olduğu kadar toplumsal düzlemde de biçimlenmiş, ruhsal bir enerjinin görülebilir sonucu*”dur (alıntılayan Wunenburger 2003: 13). Bu tanımlamalara Gilbert Durand’ın yukarıda andığımız tanımlaması ve başka pek çok kuramcının (Bachelard, Ricoeur, Eliade, Cassirer, Morin) birbirlerinden kimi bakımlardan ayrılan tanımlamaları eklenir.

Söz konusu tanımlamalara göre, yazınsal, sanatsal, metinleştirilmiş folklorik ürünler “*somutluk*” kazanmış, bireysel olduğu kadar toplumsal bir imgeler ağını belirtir. Önerilen pek çok tanımlamaya göre, imgelem durağan kapalı bir dizge olduğu kadar açık devingen bir dizgedir. Folklorik ürünler, yapısalcı bakışı benimseyenlerin anlatımıyla, söz düzleminde kalındığında kapalı ve durağan; postyapısalcılığın görüngüsünde kalındığında ise açık, devingen bir dizge olarak iki biçimde tanımlanır. Jacques Derrida ve Gilles Deleuze’ün tanımlamalarına uygun olarak, imgelem yetisinin ürünleri olan yazınsal, sanatsal ya da

folklorik ürünler metinlerin, imgelerin yalnız bir “*oyun*” sürecinden geçirilerek, bir yeniden dağılım ve yapı söküm (Fr. *déconstruction*) işlemiyle durmadan yeni anlamsal etkiler yaratması işlemidir.¹ İkinci tanımlamada folklorik ürünlerin bir dizi dönüşümle yeniden yazılabilirlikleri, yeniden yaratılmaları olasılığının önü aralanır. Söz konusu ürünlerin belli bir düşünme biçimini değişik ve yinelenen imgeler aracılığıyla, farklı sanatsal biçimlerde (resim, edebiyat, mit vb.) farklı dil kullanımlarıyla (eğretileme, simge, anlatı) somutlaştırması, simgesel işlevlerle donatılmış, tutarlı olduğu kadar devingen bütünler oluşturmaları (folklorik) bir imgelem sorgulamasına oldukça uymaktadır.

Folklor bağlamında imgelemin payını yeterince kavrayabilmek için önerilen değişik tanımlamaları gözden geçirmenin ve folkloru ilgilendiren yanlarının öne çıkarılması gerekmektedir.

İmgelem kavramının felsefi olduğu kadar ruhçözümsel ve/ya antropolojik kökenleri sorgulanarak, verilerinin özellikle yazınsal alanda nasıl kullanıma sokulduğuna ilişkin değişik çalışmalar yapılmış; bilimsel bir düzleme aktarılarak değişik imgelerin seçiminde ve sınıflandırılmasında kolektif olduğu kadar bireysel bilinç ve bilinçaltı durumlarının belirlenimleri araştırılmıştır. Neden şu ya da bu imgenin yeğlenip bilinince baskın geldiği, yeğlenen (yaratılan) bir imgenin bü-ründüğü anlamın ne olduğu, belli bir bağlamda başka ne türden imgeleri çağrıştırarak bir sözlüksel ya da kavramsal alan yarattığı sorgulanmıştır. Dolayısıyla her bireye (ve topluma) imgesel düzlemde bir serbestlik tanınmışsa da, açığa çıkarılmaları için dilin

aracılığına başvurulduğu yazınsal yapıtlarda ya da folklorik ürünlerde mitlerden halk masallarına, efsanelere, edebiyatın değişik türlerine gelinceye kadar yoğun olarak kullanılan ya da yaratılan imgelerin nasıl bir düzene oturtulabilecekleri ele alınmış, onların dizgeli bir incelemesi yapılmaya, böylelikle bireysel olduğu kadar kolektif imgelemin etki alanları, onun asıl özgünlüğünün ve içsel anlamının ne olduğu kavranmaya çalışılmıştır.²

Özellikle metinleştirilmiş folklorik ürünlerin üretilme, dönüştürülerek bir dönemden ötekine aktarılma süreçleri, onları güdüleyen bireysel ve ortak bilinçaltının kavranması imgelemin ve imgeleme yetisinin doğalarının kavranmasıyla doğrudan ilintilidir. Değindiğimiz gibi, imgelem ve imgeleme (yetisi) değişik dönemlerde değişik biçimlerde anlaşılmıştır, bununla birlikte yazınsal yapıtlar yanında metinleşen folklorik ürünleri bir baştan bir başa geçen imgeler yığınına algılayabilmenin temel koşulları bir sorunsal olarak karşımızda durmaktadırlar. Folklorik imgelem pek çok kuramcının yazınsal ve değişik sanatsal ürünlerden yola çıkarak önerdikleri imgelem ve imgeleme yetisinin sınırları konusunda belirledikleri değişik özellikleri kapsamaktadır. Söz konusu özelliklerin, dolayısıyla da kavramların değişik tanımlamalarını sürekli olarak göz önünde bulundurmak yazınsal imgelem ile folklorik imgelem, dolayısıyla da metinleşerek folklorik kategorisinde sınıflandırılan yapıtların, ürünlerin imge ve imgelem düzeylerini kavramayı kolaylaştıracak, karşılaştırılabilirliklerinin önünü aralayacaktır. Bu nedenle imgelem ve imgeleme yetisi konusunda önerilen kimi başka tanımlamaları bir folklor görüngüsüne

uygun bir biçimde anımsatmakta yarar olacaktır. Değişik kuramcılarca önerilen tanımlamalarda imgelem ve imgeleme yetisinin folklorik ürünlerin gerisindeki bilinç ve bilinçaltının doğasını kavramada kimi ipuçları verdikleri görülebilecektir. Aralarında çelişmeler, kimi ayrımlar bulunmasına karşın, önerilen tanımlamalara yakından bakıldığında, bireysel ve/ya toplumsal bir düşünce biçimine gönderme yaptıklarına, onlar konusunda bir dizi aracı unsur üzerinden değişik imgeler yarattıklarına göre, bir imgeler rezervuarı olarak imgelemin belli bir gerçekliği (burada bir toplumun bilinçaltını) yansıtan bir tür ayna işlevi yerine getirdiği sonucuna kolaylıkla ulaşılabilecektir. Değişik tanımlamalardan çıkarılabilecek sonuca göre folklorik imgelem aynı gerçeklik konusunda öznel ya da toplumsal bir *ortak bilinç* durumunu değişik imgeler, simgeler aracılığıyla aktarmaya olanak sağlayan düşünme biçimini belirten bir tür kaptır. Önerilen tanımlamalarda imgelemin kapsam alanını kavramayı kolaylaştıracak uçlar bulunmaktadır.

Jean-Paul Sartre'ın imgelemi bilinçten kopuk, bağımsız bir yeti olarak değil, bilincin bir durumu (burada kendi bağlamımızda, bir toplumun bilinç durumuna gönderme yapıyoruz) olarak tanımlaması önerilen tanımlamayı destekler niteliktedir (Sartre 1940: 240). Söz konusu bilinç hem öznel hem de toplumsal bir bilinç durumunu kapsayabilmektedir. Gerçekliğin değişik imgeler üzerinden öznel (folklor önce öznel bir algıyı zorunlu kılar) algılanması söz konusudur. J.P. Sartre imgeleme değişik işlevler yükler: Alfred Adler'in önerisine uygun olarak, imgelemin önce bir *ödünleme* (compensation) işlevi vardır, bununla

bir gerçeklik yokken bile kafada çağrışım yaptırılabilir (örneğin yitik ya da uzak görkemli bir geçmiş değişik basmakalıp imgeler³ aracılığıyla belleğe gelir); ikinci olarak imgelemin bir *özgürleştirme* (émancipation) işlevi bulunur, bununla olası olan yansıtılabilir, böyle bir işlevde aynı gereci aynı işlevlerle yinelemek yerine, öznel ya da ortak bir düzlemde, dönüştürerek kullanmak söz konusudur. Örneğin bir yazarın, folklorik tanımlamasına uyan bilinen bir öyküyü, masalı değişik işlevlerle kendi yapıtlarında kullanması yanında bir toplumun ürettiği mitleri, efsaneleri değişik dönemlerde aynı ya da değişik anlamlarla yinelemesi konusunda bu işlevden söz edilebilir, toplumda var olan değişik baskı türleri – aile içi, siyasal, ekonomik, toplumsal, ideolojik vb. bu yönelimleri güdüler) – söz konusu işleve işlerlik kazandırır. Diğeri ise bir *açıklama* (Fr: révélation) işlevidir, bununla dünyanın gözle görülemez boyutları yakalanır (dünyanın ya da evrenin kökenleri konusunda yaratılan ve daha çok bir mit sorgulaması bağlamında gündeme getirilen imgeler çoğu zaman Tanrısal, kutsal içerikli özelliklerle karşımıza çıkarlar, bu türden bir imgesel içerik dünyanın, evrenin ayrıca insanın yaratılışı, Tanrı ve kutsal(lık) algısı konusunda ipuçları verir).

İmgelemi mit ve/ya mitoloji ile ilişkileri içerisinde derinlemesine ele alan düşünür Carl Gustav Jung'dur.

Jung, farklı ülkelerin masallarında var olan benzerliklerin tek bir kaynaktan yola çıkmadıklarını, bir kültürden ötekine aktarılmadıklarını, çocukların kafalarında takıntı durumuna getirdikleri canavarların, çocuk yiycilerin nasıl ortaya çıktıklarını açıklamak adına *ortak bilinçaltı* ve

arketip kavramlarını psikanalize kazandırarak açıklamaya, böylelikle insanın bilinçaltının gerçek içeriğinin ne olduğunu anlamaya uğraşmıştır. O da imgelemeyi arı bir öznel fantezi olarak değil, bir yeti olarak tanımlamıştır.

“Psikoanalizin açıklamaya çalıştığı şey ferdi şahsiyet iken, mitoloji insan zihni ve karakterini açıklama çabasıdır ve tıpkı rüyaların, yansıttığı şursuz, ferdi arzular ve endişeler gibi, mitler de insan umutlarının, değerlerinin, korkularının ve özlemlerinin sembolik projeksiyonu (izdüşümü)dür.” (Oğuz vd. 2006: 292) *“Kolektif”* özellikte, *“bir kabileye veya millete bağlı”* olan, *“zaman ve mekân bakımından her yerde olan”* (2006: 293), *“kendi özel şekillerini, içinde doğdukları kültürel ortamlardan”* alan mitler halk bilimcilerin en fazla ilgi duydukları konular arasındadır. *“Benzer tema ve konular pek çok mitolojiler içerisinde bulunabilir ve birbirlerinden oldukça farklı zaman ve yerlerdeki halkların mitlerinde tekrarlanan belirgin imajlar”* (2006: 293) arketip başlığı altında Jung tarafından sorgulanır. Arketipler evrensel içerikli yapılar olduklarından folklorun içerisinde barındırdığı kimi evrensel yanlarına (örneğin Nasreddin Hoca Hikâyeleri *“karakter”, “belirsizlik kullanımı”, “klasik”, “mit”, “özlü söz kullanımı”* vd. özellikleriyle yerelden evrensele kayan özelliklere sahiptir) bağlanırlar.⁴ Tek bir söz düzlemine gönderme yapmakla kalmayıp ortak bir dile, insanın bilinçaltı özelliklerine gönderme yaparlar. İşte Jung çalışmalarını böyle bir görüngüye uygun gerçekleştirir. *“Ortak bilinçaltı”* (sonuçta imgelem, imgeler, simgeler aracılığıyla bir toplumun ortak bilinçaltını kavrama çabasıdır) konusundaki yaklaşımı ve tanımlamaları *“öz-*

*nel bilinçaltı”*nı, bilinçaltının kişisel bileşenlerini kavramaya uğraşan Freud’ünkilerden ayırır.⁵

Folklorik imgelem Jung’da ağırlıklı olarak arketipler üzerinden gidilerek, değişik ürünler aracılığıyla, yalnızca belli bir toplumun düşünme biçimlerini değil, genel olarak insanın imgeleme yetilerinin işleyişi konusunda bilgilendirmeye olanak sağlar. Folklorun evrenselleri sorunsalına bir başka açıdan bu biçimde katkı sağlar. Jung’un ortak bilinçaltının *“donuk bir dizi primitif imge yığını”* olmayıp, *“aynı zamanda canlı ve oluş içerisinde bir şey”* olduğunu, *“her çağ(ın) eski imgeleri kendince yeniden yeni bir gözle ele aldığı”* ileri sürmesi, bu yapılırken özellikle mitlerin aracılığına başvurulduğu saptaması folklorik imgelem sorunsalının aynı zamanda bir metinlerarasılık sorunsalına bağlanması, çünkü imgelemin donuklaşmış imgeleri yinelemeye olanak sağlayan bir depo olarak algılanmaması gerekliliğine de vurgu yapar. İmgelem, edilgen bir yapı değil, imgelerin değişik bağlamlarda yenilediği bir sürece de gönderme yapar. Mitlerin doğasındaki yinelenme düşüncesi hem yereli hem de evrenseli kapsayan, folklorik imgelemi söz düzleminin ötesine çeken bir dil ile (arketipler bu kanıyı güçlendirir) ilişkilendirmeye yarar.

Jung’dan yola çıkan Gilbert Durand, artsüremsel bir görüngüde, imgelemin dönüşümünü kavramanın etkili alanı olarak mitleri görür. Folklorik imgelem en fazla mitik imgelemlerle birbirine karışır. Folklorik imgelem *“özgünlüğü, arılığı, ilkselliği kesin olmayan”* (alıntılayan Wunenburger 2003: 53) mitsel anlatılar aracılığıyla bir sürerlilik düşüncesi yaratır. Mitsel anlatılar imgelemi tek bir *“yalın ve arı*

kimliğe bağlamak yerine iç içe geçen, üst üste gelen, karma bir yapılanma görünümündeki imgelem dizgeleri (bir ana-metnin tüm eş ya da benzer metinleri) aracılığıyla çoğul bir görünüme büründürür. İmgelemin imgebirimlerden oluşması gibi, mitbirimlerden oluşan mit zaman içerisinde eskime tehlikesiyle yüz yüze bulunduğundan bir “türetim sürecinden” geçirilerek yinelenir (alıntılayan Wunenburger 2003: 54). Ortadan kalkmazlar, ancak Gilbert Durand’ın söylediği gibi, bir “*tutulma*” yaşar, başka bir bağlamda yeniden ortaya çıkarlar. Mitin değişik bağlamlarda yeniden kullanımı varlığını sürdürmesinin en etkili yoludur. Bir anakalıp konumuna gelmiş çekirdek unsurlar, her dönemde varlıklarını, Riffaterre’in deyişiyle, izlerini şu ya da bu biçimde sürdürürler.⁶ Ancak bir dizi dönüşüme uğrayarak yinelenirler. “Unutuş” ve “anımsama” folklorik imgelemin öne çıkan bir özelliğidir.

Mit, donuklaşmış kültürel bir miras değildir. Sürekli bir dönüşüm, taşınma, aktarılma ve paylaşılma özelliğine sahiptir. Yeni bir anlatıcının, yazarın, icracının ağzında sürekli olarak yenilenir. Yenilenme bir kerecik değil, süreklilik özelliğidir. Mitler anlatılırken ya da değişik sanatsal biçimlerde yeniden yazılırken her defasında bir farklılık düşüncesi devreye girer. Miti öykülemek onu bir anlamda yenilemek, yeniden yaratmaktır. Böylelikle imgelemin (dolayısıyla da folklorik imgelemin) bir yeniden yazma işleyişi bulunduğu düşüncesi kendini belli eder. İmgelemin değişik katmanları sözlü gelenekten kaynaklanır, folklor araştırmacılarının sıklıkla üzerinde durdukları karmaşık bir taşınma ve sergilenme kuralı vardır. Metinleştirerek ya da kayda alarak koruma ve yeni

bir zamana aktarma en bilinen yoldur. Folklorik imgelem gerecini sürekli olarak biçimlendirerek ağırlıklı olarak bu yoldan taşır. Yazınsalın alanına taşıma (günümüzde geçmişin ürünlerini en etkili koruma ve güncelleme yolu budur) kültürel gereçleri sürekli bir akış içerisinde sokma biçimidir. İster bir tiyatro yapıtı, ister bir şiir, ister bir roman, ister bir resim söz konusu olsun, folklorik tanımlamasına uyan bir mitin yazınsal bir mit durumuna gelmesi durumunda, olası dönüşümler sorgulanarak folklorik imgelemin gelişimi kavranabilecektir.

Jean-Jacques Wunenburger (2003: 60) dönüşümün üç biçimde sorgulanabileceğinden söz eder. “*Yorumsal yenedendirilme*” başlığı altında yeni bir kültürel bağlamda mitlerin anlamlarının yinelenmesi söz konusudur. Bu durumda mitler yeni bağlamlarında değişik iletiler vermek adına kullanılırlar. Ruhçözüm değişik mitik öykülerden yararlanarak onu insanın kendi özbenliğinin anlaşılması bağlamında kullanılmaktadır. Her mit zorunlu olarak kökensel anlamıyla yinelenmez, yeni bağlamlarda anlamsal dönüşümlere uğratarak yenilenir. “*Mitik yaptakçılık*” olarak adlandırılan kullanımda mit bir anlam ya da alımlama bakımından değil, anlatısallık düzleminde yeniden yapısının dönüştürülerek kurgulanması bakımından sorgulanır. Anlamsal bakımdan güncelliği sorgulanırken gönderge ürün konumundaki bir mit genellikle tamlığı içinde yinelenir, ikinci durumda yapısıyla oynanarak yeni bir yapılanma yaratılabilir. Bir toplumun imge evreninden doğan pek çok ürün folklorun değişik biçimleri, sanat, edebiyat ve değişik göndermeler aracılığıyla yeniden kullanıma sokulurlar, her biri

birer mitbirim değeriyle değişik biçimlerde (sahne, kişi, kesit vb.) yeniden kullanılır, yeni bileşimlere sokularak yeni anlatılar, dolayısıyla yeni anlam alanları yaratırlar. Mitler üzerinde böylelikle bir tür yıkma ve yeniden kurma işlemi gerçekleştirilir. Claude Lévi-Strauss'un *Yaban Düşünce*'de mit konusunda öne çıkardığı yaptakçılık eğretilmesi söz konusu işleyişi oldukça uygun düşmektedir.

Üçüncü olarak, Jean-Jacques Wunenburger'in önerdiği "*Barok Biçimlendirme*" başlığı altında "*oyunsal bir düzende*" mitin yeniden yazılması söz konusudur. Parodik dönüştürmelerde bu kullanıma rastlanmaktadır. Mitleri belli bir kültürü, ulusal kimliği sürdürmek, temsil ettiği topluluğun duyarlılığına ya da anlığına seslenmek adına kullanıma sokmak yerine abartı unsurların (barok bu demek) araya karıştırılarak ve alabildiğine kurgulaştırarak yeniden yazmak söz konusudur.

Belli bir kültürde öyleyse mitler imgelemin değişik ve sürekli olarak dönüşüme uğratıldığını somutlaştıran en etkili unsurlardır. Bu yolla değişik bağlamlarda mitlerin kullanılma biçimleri, kimilerinin neredeyse unutulma aşamasına gelmesi, buna karşın kimilerinin de sürekli bir çevrimsellik içerisine sokulması, aynı anlamsal kökenlerini sürdürmesi ya da bir dizi dönüşüme uğraması imgelemin işleyişine koşuttur.

Peki, imgelemin olası işlevleri neler olabilmektedir? Folklorik imgelem belli bir maksatlılık düşüncesi kapsar. Somut bir içeriği olan belli bir bilinç durumuna gönderme yapar. Bir toplumun yaratıcı yetileri konusunda bilgilendirir, öyleyse yaratıcı bir işlevi bulunmaktadır. Mit, anlamı simge-

sel yoldan taşır, bir kişi yanında tüm bir toplumu bu sürece katar, belli bir bilinç durumunu temsil ettiğinden folklorik imgelem bir birey için gerçeklikten kaçış olabildiği gibi, bir toplumun gerçeklik konusundaki toptan algılama biçimini belirtir ya da onun iç dünyası konusunda bilgilendirir. İmgelem, bireyin ve toplumun oluş sürecine bağlıdır.

Bir toplumun tüm üyelerinin imgelemin aracılığıyla yeniden yarattıkları gerçeklik karşısındaki beklentilerinin bir listesini çıkarmak alabildiğine güçtür. Bununla birlikte Jean-Jacques Wunenburger'in önerdiği gibi, imgelemin işlevsel bakımdan önerdiği temel eğilimlerinden birisi "*estetik ve oynusal bir amaç*" olabilir; oyun, eğlence, sanat aracılığıyla imgelem bir tür kaçış yeri olur; özne "*sanki*" konumundadır; nesnesinden bir dizi imge yayar, bireyin ya da toplumsal bir grubun yaratıcılığı bu düzlemde işlerlik kazanır. Her kültürde oynusallık değişik düzlemlerde kendini göstermektedir, imgelem günümüzdeki gibi televizyon, bilgisayar oyunlarından vb. önce ritüel hâline gelmiş oyunlardan besleniyor, söz konusu oyunlar birer eğlence aracı olarak da algılanıyordu. Oyun günlük yaşamdan kaçış olduğu kadar kişilerarası ilişkileri pekiştirme işlevi de görebiliyordu. Roger Caillois *Approches de l'imaginaire*'de imgelemin işlevlerine bağlı olarak oyunları dört etkinlik başlığı altında sınıflandırır: *mimesis, agon, ilinx, alea* (Wunenburger 2003: 66).

Mimetik ürünler (tiyatro, roman, sinema) özel ya da toplumsal imgelemin temel çekirdekleridir. Özellikle televizyonda gerçek ya da kurgusal öykülerin yayımlanmasıyla mitik anlatı ya da hikâye, masal anlatma

geleneği ortadan kalkmış ya da alabildiğine azalmıştır. İkinci olarak, toplumsal enerjinin bir toplumun spor ya da sporculuk konusunda imgelemine besleyen ve onun en gösterişli simgesi olan güreş gösterileri, yarışmaları bir eğlence yanında “*şiddetli*”, kimi zaman Kant’ın tanımladığı biçimiyle “*yüce*” (duygulanımın doruk noktası) duyguların uyanmasına yol açarlar. Enerji bu türden etkinliklerle simgesel olarak boşaltılır. Yasaklanmış ya da normleştirilmiş tutkular, sevinç patlamaları bu düzlemde simgesel değerler yüklenirler. Üçüncü sırada gelen şans oyunları paranın bir değişim aracı olmaktan çıkarak bir tapınç nesnesi durumuna geldiği hastalıklı bir toplumsal eğilimi dışlaştırır. Bireylerin özel yetenekleri bir para kazanma yolu olarak özellikle televizyon aracılığıyla gösterilir. *İlinx* aşamasında coşkular alabildiğine şiddetli ve bedensel bir yoğunluk içerisinde en doruk noktasında yaşanır. Çoğu zaman bir şarkıcı ya da müzik türüne baş döndürücü, kişileri kendilerinden geçirici biçimde bağlanım imgelemi “*kendinden geçiren*” bir özellikle donatır.

Toplumsal ve öznel imgelemin kendini en fazla duyurduğu alan kuşkusuz sanatın alanıdır. Belli bir toplumun kültürel yaşamı, dolayısıyla imgelemi sanatın aracılığıyla biçimlenir. Her bireyin, her toplumun imgeler, görüntüler üretme biçimleri bulunduğu göre, sanat evrensel bir gereksinim olarak kaşımızda durur, görsel ve metinsel bir imgelem yaratmak adına kullanılır. Aristoteles her insanın çocukluktan başlayarak temsil etme eğiliminin onu hayvandan ayıran en önemli özellik olduğundan söz eder (2009). Ona göre sanatsal gösterim aynı zamanda bir oyundur; *mimesis*’le

özdeşleşen sanat, Paul Ricoeur’ün de söylediği gibi, (1991) insanın (ve tiyatrodaki tanrıların) tutkularını, eylemlerini, kısacası insanın koşullunu, coşkularını vb. göstermeye yarar. Gerçeklik karşısında yarattığı her görünüm, imge aracılığıyla hem gerçekliği hem de kendi gerçekliğini dönüştürür. Duyusal, dokunsal, imgesel imgeler yaratılarak iç dünyasını biçimler. Yapıtların sunduğu imgelem özelliğinin ve toplumsallığın bir gerçekleşme, serimlenme yeridir. Her sanatçı ve toplum yeni imgeler katarak eski imgeleri yineleyebilir; öyleyse sanat yapıtları yaşanmış olanın, bir bireyin ya da toplumun hissettiklerinin, duyumsadıklarının temel bir aracı unsurudur, ortak bir dünyaya, kültür evrenine katılmaya olanak sağlar. Sanatsal imgelem aracılığıyla bireylerarası bir etkileşim en etkin bir yoldan gerçekleşir. Bir bireyin ve toplumun düşselliği bu düzlemde somutluk kazanır.

İmgelem, *bilişsel bir işlevle* belirdiğinde; gerçeklik algısının sınırlandığı, anlağın şeyleri tamlığı içerisinde kavraması güçleştiği anlarda gerçeklik konusunda söylem üretme yolu olarak kullanılır. Bu yola tüm toplumlar başvurmuşlardır. Platon, miti şeylerin özünü kavramak adına bir *yerine geçme* (Wunenburger 2003: 70) işlevi gören ikinci bir dil olarak tanımlar. Dünyanın oluşumu, tin, ölüm, yaratılış vb. konulardaki arayışa bağlı olarak geleneğin bir yüzyıldan ötekine dönüştürerek taşıdığı anlatılar aracılığıyla dolaylı bir biçimde gerçeklikten bir kesit sunulur. Nesnelere konusundaki algı mitler aracılığıyla simgesel olarak sunulur. Uzamda ve zamanda birbirlerinden kopuk olaylar ve kişiler arasındaki alışverişler çoğu zaman yine mitler aracılığıyla gerçekleşir.

Mitsel imgeleme başvurma bir toplumun özgül dilini kendi bağlamında kavrama yoludur; görülür olan aracılığıyla (mitik bir öykü) görülmez ya da olgusal olan (toplumsal bir düşünme biçimi) kavranır. Mitler gerçekliği etkin bir kavrama yolu olduklarından tözsel içeriklerinin durmadan yeniden yorumu açılması gerekir. İmgelem öyleyse simgesel ve örneksemeli düşünme biçimi (mit, simge, eğretileme) için yöntemler sağlar.

Jean-Jacques Wunenburger, imgelemin ayrıca "*pratik bir kurumsal işlevinden*" söz eder. İmgelem böylelikle bir toplumda bireylerin eylemlerini yönlendirmeye yarar; gerçekleştirilecek kimi ortak eylemlerin gerisindeki nedenler, gerekçeler, amaç ortaya konur. Toplumun bireylerini yasalara, beklentilere, erke uyararak davranmaya iten nedenler toplumsal bir görüngüde çözümlenir. İmgelemin yönlendirmediği bir toplum çökme tehlikesiyle yüz yüzedir. İmgelem toplumsal kurumları ayakta tutmaya, işleyişlerini garanti altına almaya olanak sağlar. Yöneticisiyle hiçbir zaman karşılaşmayan bireyler ve toplum imgelemin, ortak düşünme biçiminin yaydığı etkiyle yönlendirilirler. Dolayısıyla toplum yönetici konusunda imgeler üreterek ona bağlanır. Toplum yaşamı bu türden dürtülerle mitler aracılığıyla aktarılan anlatılar üzerine eklenir. Mitler aracılığıyla imgelem bireye geçmişi ve şimdii yeniden kurgulama olanağı sağlar. Buna bağlı olarak örneğin kentlerin oluşumları konusunda bir yığın öykü üretilir. Uzam kimi zaman görülmeyen bir Tanrı ile ilişkilendirilerek kutsallaştırılır. Toplumun Tanrı ile ilişkilerini etkiler. Kent çok sayıda başka imgelerle donatılır: koruyucu, birleştirici, yıkıcı, düzensizlik

karşısı vb. Böylelikle kent imgelemi toplumca pek çok mitik değerle donatılır.

Sonuç olarak; folklorik imgelem, bir toplumda bireylerin coşkularını, inanma biçimlerini, alışkanlıklarını yansıtan bir tür ayna işlevi görür; toplumun ortak bilincini temsil eden imgeler oradan yansır. Bu çalışmada imgeleme yetisinden ayrı olarak konumlandığımız imgelemi bir imgeler rezervuarı olarak tanımlarken onunla karıştırılan kimi kavramlardan hangi bakımlardan ayrıldığını ortaya koyduk. Buna göre gerçeklik karşısında belli bir tutum olarak tanımlanan mantaliteden ayrı olarak folklorik imgelem, gerçeklik üzerine üretilen özne veya ortak imgeler yığını olarak tanımlandı. Bir birey ya da toplum konusunda özel bir bilgilendirme yolu olarak imgelemin göze hemen çarpan özelliği değişik imge ve simgeler aracılığıyla kendini belli etmesidir. İmgelemin "öznel ve ortak bir bilinçaltı" özelliği en fazla kendini değişik mitlerde belli etmektedir. Mitler her ne kadar evrensel bildiriler barındırsalar da, aykırı olarak belli bir topluma özgü ideolojik değerler de kapsarlar. Bu nedenle bir folklorik imgelem başlığı altında değerlendirmeye alınabilirler. Değerlendirme aşamasında bir topluma özgü ortak bilinçaltı ya da özne bir bilinçaltının işleyişi belirlenmek istendiğinde ruhçözümün olduğu kadar antropolojinin verilerinden yararlanılması gerekmektedir. Değindiğimiz gibi, değişik kuramcılar çalışmalarında bir imgelem çözümlemesi için değişik veriler sunmuşlardır. Tanım ağırlıklı bu çalışmada söz konusu verilerin en dikkate değer yanlarını ortaya koymaya çalıştık. Ayrıca folklorik imgelem başlığı altında, bir

toplumun bilinçaltı yaratılarının değişik imge ve sembeler aracılığıyla nasıl sorgulanması gerektiğine ilişkin kimi ipuçları vermek istedik.

NOTLAR

- 1 Ayrıntılar konusunda birer sentez çalışmaları olan Pauline Marie Rosenau'nun *Postmodernizme ve Toplum Bilimleri*; Madan Sarup'un *Postyapısalcılık ve Postmodernizm* gibi çalışmalarına gönderiyoruz.
- 2 Bu uğraşı oldukça ciddiye alan Batı üniversitelerinin kimilerinde toplumsal mitler, kişisel mitler, halk masallarındaki imge evreninin işleyişi, toplumsal figürler üzerinden gidilerek yaratılan ideal tipler, yazarların ya da sanatçıların yapıtlarında yarattıkları imgeleri dizgeli bir incelemeye tabi tutmak amacıyla İmgelem Araştırma Merkezleri kurulduğunu da anımsatalım.
- 3 Folklor alanında ulusal kimliği belirleyen temel kullanımlar basmakalıp imgelerdir ancak bir metinlerarasılık sürecinde kalıplaşmış bir bilgiye gönderme yapan bu eğilim yerini bir yenileme işlemine bırakır.
- 4 Bu konuda bkz: Kubilay Aktulum, *Folklor ve Metinlerarasılık*, Konya, Çizgi Yayınları, 2013.
- 5 Ancak araştırmaları sırasında yalnızca bireysel olmayan kolektif bilinçaltını da ilgilendiren içeriklere rastlamıştır. Örneğin *L'interprétation des rêves*'de kimi tipik içeriklerin tüm insanlar için ortak olduğunu saptar. Oidipus miti anne-baba ve çocuk arasındaki ilişkilerin temel özeti verir vs.
- 6 Bu konuda bkz: K. Aktulum, *Metinlerarası İlişkiler*, Öteki, Ankara, 1999.

KAYNAKLAR

- Aktulum, K., *Folklor ve Metinlerarasılık*, Çizgi, Konya: 2013.
- Aktulum, K., *Metinlerarası İlişkiler*, Öteki, Ankara: 1999.
- Aristoteles, *Poetika*, çev. İsmail Tunali, Remzi Kitabevi, İstanbul: 2009.
- Bachelard, G., *la Poétique de la rêverie*, PUF, Paris: 1968.
- Burgos, J., *Pour une poétique de l'imaginaire*, le Seuil, Paris: 1982.
- Kula, O.B., *Dil Felsefesi ve Edebiyat Kuramı I, II*, İş Bankası Yayınları, İstanbul: 2012.
- Caillois, R., *Approches de l'imaginaire*, Paris: Gallimard, 1974.
- Chelebourg, Ch., *L'imaginaire littéraire, des archétypes à la poétique du sujet*, Paris: Nathan Université, 2000.

- Corbin, H., *L'imaginaire créatrice dans le soufisme d'Ibn'Arabi*, Flammarion, Paris: 1958
- Türkçe çevirisi: Bir'le Bir olmak. İbn Arabi Tasavvufunda Yaratıcı Muhayyile, Çev. Zeynep Oktay, İstanbul: Pinhan Yayıncılık, 2013.
- Durand, Gilbert, *L'imaginaire*, Essai sur les sciences et la philosophie de l'image, Paris: Hatier, 1994.
- Durand, G., *Les Structures anthropologiques de l'imaginaire*, Paris: Dunod, 1984.
- Durand, G., *Sembolik İmgelem*, çev. Ayşe Meral Aslan, İstanbul: İnsan Yayınları, 1998.
- Eliade, M., *Aspects du mythe*, Paris: Gallimard, 1963.
- Freud, S. *L'interprétation des rêves*, Paris: PUF, 1967.
- Jung, G. *L'Homme et ses symboles*, Paris: Lafont, 1964.
- Jung, G. *Les Racines de la conscience. Etudes sur l'archétypes*, Paris: Buchet/Chastel, 1971.
- Lévi-Strauss, C.L. *Yaban Düşünce*, çev. Tahsin Yücel, İstanbul: YKY, 2002.
- Oğuz, M., *Öcal ve diğer. Halkbilimde Kuramlar ve Yaklaşımlar, I*, Ankara: Geleneksel Yayınları, 2006.
- Oğuz, M., *Öcal ve diğer. Halkbilimde Kuramlar ve Yaklaşımlar, II*, Ankara: Geleneksel Yayınları, 2010.
- Oğuz, M., *Öcal ve diğer. Halkbilimde Kuramlar ve Yaklaşımlar, III*, Geleneksel Yayınları, Ankara: 2009.
- Ricoeur, P. *Temps et récit I*, Seuil, 1991. Türkçesi: *Zaman ve Anlatı I*, çev. M. ve S. Rifat, İstanbul: YKY, 2007.
- Saussure, F. de, *Genel Dilbilim Dersleri*, çev. Berke Vardar, İstanbul: Multilingual, 2001.
- Sartre, J.P., *L'imaginaire*, Paris: Idées/Gallimard, 1940.
- Sartre, J.P., *İmgelem*, çev: Alp Tümertekin, İstanbul: İthaki, 2006.
- Thomas J., *yönetimde*, Introduction aux méthodologies de l'imaginaire, Paris: Ellipses, 1998.
- Védrine, H., *Les grandes conceptions de l'imaginaire*, Paris: Poche, 1990.
- Wunenburger, J.J., *L'imaginaire*, Paris: PUF, 2003.
- Wunenburger, J.J., *La vie de images*, Paris: PUF, 2002.
- Wunenburger, J.J., *Philosophie des images*, Paris: PUF, 2001.