

FOLKLOR: ORTAK BELLEK VEYA PAYLAŞILAN DENEYİM

Arts et traditions populaires: mémoire collective ou expérience partagée

Prof. Dr. M. Öcal OĞUZ*

ÖZET

Folklor günümüzde artık 19. yüzyıldaki kuramlarla çalışılmaz. Kültür çalışmaları 1970'lerden sonra yeni kuramlara göre yapılmaktadır. Folklor günümüzde, ortak bellek ve paylaşılan deneyim olarak tanımlanmalıdır. Bu elemanların da çoğunu kültürel imgeler oluşturmaktadır. Türkiye üniversiteleri bu tartışmaların içinde yer almaktadır. Kültür endüstrisi yaklaşımlarının oluşturulmasına ve geliştirilmesinde rol almaktadır.

Anahtar Kelimeler

Ortak Bellek, Paylaşılan Deneyim, Kültürel İmge, Kültür Endüstrisi

RESUME

On ne peut plus travailler sur les arts et traditions populaires basées les théories de 19e siècle à nos jours. Les études culturelles sont faites d'après les nouvelles théories après les années soixante-dix. Les arts et traditions populaires sont définis comme « la mémoire collective » et « l'expérience partagée ». La plupart des ces éléments sont les images culturelles. Les universités turques doivent participer à cette discussion et ils doivent prendre le rôle pour que la Turquie forme et développe les perspectives de l'industrie culturelle.

Mots-clés

mémoire collective, expérience partagée, image culturelle, industrie culturelle

Günümüz kültür üretim ve tüketim biçimleri ve çalışmaları, hiçbir şekilde 19. yüzyılın hatta 20. yüzyılda İkinci Dünya Savaşı öncesinin şartlarında yürütülemez. Bu büyük ve köklü değişim, ne yazık ki, kültür endüstrisini hareketlendiren küresel ekonomi patronları kadar bilim adamlarının dikkatini çekmemiştir. Özellikle Türkiye'nin de içinde bulunduğu "öteki" dünya tarafından henüz böyle bir algıdan dahi söz etmek zordur. İkinci Dünya Savaşı öncesinin birlik oluşturmaya ve bunu tanımlamaya yönelik "evrimsel", "ulusal" veya "sınıfsal" nedenlerle kültür çalışması yapan kurumları günümüzde sözünü ettiğim arz talep ilişkisine göre bilim dallarını kuran çağdaş dünya üniversitelerinde ya kapılarına kilit vurmakta ya da çağın gereksinimlerine uygun yapılanmalara gitmektedir. 19. yüzyılın ve İkinci Dünya Savaşı öncesinin o görkemli "arkeoloji", "prehistorya", "antropoloji", "etnoloji", "etnografya" veya "folklor" kürsüleri nerede şimdi? Bir dönemin bu gözde ve görkemli

kurumları neden özel üniversitelerin kapılarında içeri sokulmuyorlar? Bu alanlarda çalışan kaç bilim adamının görüşüne hangi kültürel ve toplumsal sorunun çözümünde başvurulmaktadır. Özellikle, "öteki" dünyadaki bugünkü yaygın anlayışa göre insanı sosyal ve kültürel bir varlık olarak "sosyoloji"den başka bir bilim dalının anlaması mümkün değildir. Bu nedenle, "ciddi" işler yapmak isteyenler "sosyolog"a giderken ötekilere ise gelişmelere direnen, sızlanan romantikler başvurmaktadır. Yaşanan sosyal ve kültürel krizlerin çözüm önerileri sosyologlara sorulmakta, gazeteler, televizyonlar, siyasal partiler onların görüşlerine atıfta bulunmakta, hiçbir kültür araştırmacısına bu anlamada yer ve değer verilmemektedir. Doğal olarak burada sözünü ettiğim sosyologlar, çağın nabzını tutanlardır. Eski hamam eski tas çalışanlar üniversitelerdeki fildişi kulelerinde diğer 19. yüzyıl disiplinleri gibi paşa paşa oturmaktadırlar. Arz talep dengesini gözeterek bölüm açan özel üniversiteler bu

* Gazi Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Türk Halkbilimi Bölümü Öğretim Üyesi (ocaloguz@gazi.edu.tr)

nedenle sosyolojiyi çağın gereksinimlerine göre çalışanlara kapılarını açarken, hiç kimse etnoloji, antropoloji veya halkbilimi bölümlerinin özel üniversitelerde açılabilmesinin hayalini dahi kurmuyor.

O halde bu disiplinler ölüyor mu? Bu duruma bakıldığında sorunun cevabının evet olduğu açıktır. Evet, antropoloji, etnoloji, halkbilimi gibi disiplinlerin 19. yüzyıla damgasını vuran “kök düşünceleri”, dünyanın kültür alanında geçirdiği iki yüzyıllık büyük değişim sürecinde artık yaşama olanağı bulamamaktadır. Kuşkusuz kültürler hâlâ var ve kültür araştırmaları da bu nedenle gereklidir. Ama okuryazar, kentli ve beyaz Avrupalı ile yazı tanımayan, ancak kan bağına dayalı olarak örgütlenebilen ve kızıl veya kara “öteki” arasındaki farkların yarattığı bilim dallarının çağdaş kentin kültürünü “ıskalaması”, bu bilim dallarını kendi malzemeleri gibi “arkaik”leştirmiştir.

UNESCO, 1989 yılında yayımladığı bildirmede “folklor” terimine yer vermişken, 2003 yılında hazırladığı sözleşmede “somut olmayan kültürel miras” kavramını ortaya atıyor. Bütünüyle halkbilimi, etnoloji ve antropoloji disiplinlerinin inceleme konularını içeren bu sözleşmenin hiçbir yerinde bu disiplinlerin adı geçmiyor. Bütün bunlar, bu bilim dallarının sürdürdüğü analiz yöntemlerinin çağın insanını ikna etmediğini göstermektedir. Bir açıdan köyden topladığı arkaik ve otantik veriyi kente işleyerek aktararak yeni birlikler oluşturma çabasının ürünü olarak tanımlanan folklor, bu yönüyle yaşam süresini doldurmuştur.

Bugün folklorlardan anlaşılması gereken UNESCO çalışmalarının ortaya koyduğu bir sonuç olarak “ortak bellek”, “paylaşılan deneyim”, “toplumsal kimlik” veya “tarihsel süreklilik” olmalıdır. Folklor çalışmalarında artık eski tanım ve anlamlarıyla kullanılmaması gereken ikinci önemli kelime “gelenek”tir. Bu kelimenin eski tanım ve anlamı, tarih boyunca, değişmeden, binlerce yıldan beri aynı ve yazılı ve görsel dönemden önce yani sözel dönemde üretilen gibi yan anlamları içermektedir. Folk-

lorun 1970’lerden sonra ortaya çıkan ve A. Dundes tarafından formüle edilen “iki kişi arasındaki kod” yaklaşımını da içeren “Geçiş” terimi, “gelenek” teriminin içerdiği anlamların yanı sıra, tutucu olmayan bir kültürel süreklilik ve bu süreklilik içinde kimi kültür konularını “ilgili” saymama gibi 19. yüzyıl anlayışlarından da bizi kurtarmaktadır. “Şiir ve İnşa” makalesinde, Baki’yi, Nedim’i veya Şeyh Galib’i bizim değil diye reddeden Ziya Paşa’nın fikirlerini, “Kanuni Mersiyesi”ni, Nedim Şarkıları’nı veya “Hüsnü Aşk”ı, “tarihsel süreklilik” içinde “ortak bellek” olarak tanıyan ve tüketen çağdaş kent kültür algısının neresine yerleştireceğiz? Karacaoğlan kadar Fuzuli, cönk kadar tezkire, Kerem ile Aslı kadar Leyla ile Mecnun, bağlama kadar tambur, kaval kadar ney, baklava kadar revani, musakka kadar imam bayıldı, Türkmen kilimi kadar Hereke halısı, Avanos çömleği kadar İznik çinisi, nevrüz ve hıdrellez kadar yılbaşı, Nasrettin Hoca kadar Temel, bugün gittikçe küreselleşen ve tek tipleşen dünyada “farklılık” veya “kendini” olarak ifade edilebilecek özgünlüklere sahip ve bunlar çağdaş folklor tanımlarının temelinde bulunması gereken “kod”lar arasında yer alıyorsa, demek ki onlar “ortak bellek”i, veya “paylaşılan deneyim”i oluşturmaktadırlar.

Ortak bellek ürünlerinin folklorun tanımında yer alan “karşılıklı olarak tanımlanan kodlarla aktarılanlar”dan oluştuğunu ve bunların “somut olmayan kültürel miras” olarak kuşaktan kuşağa aktarıldığını kavrayan bir kültür bilimcinin, bu ürünlerin üretim ve tüketim biçimleri, sosyal ve kültürel işlevleri, pazarlanması ve endüstrileştirilmesi süreçlerini incelemesi, kuşkusuz onu çağdaş bilimciler arasında katacaktır.

Bugün çağdaş kentte sanatsal alanlar dışında kültür üretilmiyormuş gibi yanlış bir sanı veya ortak bellek ürünleri çağdaş kente aktarılamamış veya çağdaş kentte paylaşılan deneyimler folklor değilmiş gibi yanlış veya olumsuzlayıcı yaklaşımlar görülmektedir. Oysa, ortak belleğin kente veya kırdaki ortaya çıkan ve çağdaş kente

hazır, üretilmiş ve tanımlanmış kodlar halinde gelen birikimin yapı ve işlev analizlerinin eğlenceli bilimsel yönlerinin yanında, uygulamalı halkbilimi çalışmalarıyla İkinci Dünya Savaşı sonrasında çekirdeği toprağa düşen ortak belleğin kültür sanayine dönüştürülmesi gibi, çağdaş üretim ve tüketim ilişkileri içinde ciddi bir piyasa ekonomisi unsuru olduğunu görmek ve göstermek gerekmektedir.

Günümüzün kitle iletişim araçları yoluyla yerel imgeler ve simgeler, kolaylıkla küresele taşınabilmekte ve küreselleşen bu imgeler etrafında önemli kültür sanayileri oluşabilmektedir. Bremen Mızıkacıları veya Jan Darc, Bordo şarabı veya İtalyan spagettisi, İspanya boğa güreşleri veya Çin'in pandası, Drakula veya kırmızı başlıklı kız, Noel Baba veya Paskalya yumurtası, Eyfel Kulesi veya Mostar Köprüsü, Servantes veya Victor Hugo başlangıçta içine doğdukları kültürlerin yerel ürünleri, üretimleri iken onları küresele taşıyanlar, kuşkusuz sosyal ve beşeri bilimlerin alan tanımlarından çok "ortak bellek" üretimlerinden yararlanmayı hedeflemişlerdir. Bir folklorcunun ortak belleğin üretimlerinden biri olan kırmızı başlıklı kız masalını benimseyip incelerken, Eyfel Kulesi imgesini ve bu imgenin toplumsal kimlik oluşumundaki yeniri görememesi, onun 19. yüzyılda kalan folklor kök düşüncelerine bağlılığının sonucudur.

Bugün dünyanın hemen her noktasından hemen her noktasına uçak seferleri düzenlenmektedir. Dünyada yaklaşık iki milyarın üstünde bir insan grubu bir nedenle uzak yerlere seyahat etmektedir. Uydur iletişim sistemleri ve İnternet sayesinde dünyada yayımlanan bütün görüntülere ulaşmak mümkün olmaktadır. Sadece bu iki neden dahi, folklorun 19. yüzyıldaki gibi, arkaik dönemden getirilen değerli ve nadir sözel birikimle "birlik" oluşturmaya yönelik olarak okunamayacağını göstermektedir. Folklor, kültür arkeolojisinin kendine özgü üniversite içi bilimsel alanının yanında, arkaik veya yakın zamanlarda, kırsalda veya kentserde, yazısalda veya sözelde oluşmuş birliğin yani ortak

belleğin "dışa vurumu" olarak da okunmalıdır.

Köylü Yunus Emre ile kentli Mevlana'yı veya kasabalı Hacı Bektaş'ı, Zümrüdü Anka masalını anlatan taşralı kadınla, Leyla ile Mecnun mesnevisini yazan Fuzulî'yi, Aşık Garip ile Şah Senem hikayesi ile Hüsnü Aşk'ı, İstanbul şarkısı ile Eğin türküsünü, kanunla kabak kemaneyle, saray helvası ile aşureyi, kodlanmış bilgilerin aktarımı olarak okumak ve bunların her kim isek "biz"i diğerlerinden ayıran "ortak bellek", "paylaşılan deneyim", veya "tarihsel süreklilik" olarak değerli görmeliyiz. Gerek bilimsel çözümlerimizin gerekse kültür endüstrisinin temelinde bu bakış açısını yerleştirmeliyiz. Bunlar, somut olmayan kültürel miraslardır ve öncelikle aralarında "gelenek" ve "geçiş" tanımlarını akılda tutan bir yaklaşımla ayırım yapmadan, derecelendirmeden onların kuşaktan kuşağa aktarımını, yeniden üretimini ve bu üretimin endüstrileşmesini desteklemeliyiz.

Avustralya'nın Kaola üretim üniteleri gibi, Çin'in Chengdu kentindeki Panda üretim merkezi, araçlarla gezmekle bitirilemeyen çok geniş bir alanı içeriyor. Bu alanın içinde panda yaşamını anlatan sinema salonları, büfeler, hediyelik eşyalar var. Panda simgesinin işleriği kravattan tokaya, saatten kaleme kadar her türlü hediyelik eşya buralarda satışa sunulmuş. Bilindiği üzere panda tıpkı Avustralya'daki kaola gibi nesli tükenmekte olan bir hayvan ama aynı zamanda Çin'in ortak belleğinin paylaşılan deneyiminin kültür endüstrisine dönüştürülen bir yönü. Çin ve panda veya Avustralya ile kaola arasında kurulan bu tür bir ilişki, Türkiye ile örneğin kelaynak kuşları, Kangal köpekleri, Van kedisi, Ankara keçisi arasında kurulmamıştır. Eğer bu ilgi kurulmuş olsaydı, Türkiye denilince lokum, şiş kebab ve rakının yanında bunlar da küresel ortak belleğe yerleşirdi. Kelaynak kuşları hangi kültür üretimi ile ulusal ortak belleğe yerleştirilmiştir ki, küresel ortak belleğe taşınmış?

Çin Hava Yolları, iç hat seferlerinde

yolcularına ücretsiz verdiği derginin iki sayfasını “Yunan mutfağı”na ayrılmış. Bir buçuk milyar nüfuslu Çin’de halka tanıtılan Yunan mutfağının yemeklerinin adı “Dolma”, “Musakka” ve “Kadayıf”. Yazarın önemli notu şöyle: “Yunanistan’a giderse- niz bu üç yemeği tatmadan gelmeyin”

Türkiye’de kültür endüstrisi alanında yapılamayanların başında imge oluşturma veya oluşmuş hazır imgeleri kullanama- ma veya küresele taşıyamama sorunu gelmektedir. Kuşkusuz musakkayı Yunanlılar da yapıyordur, kuşkusuz olan da kadayıfı biliyordur. Kimi akhevveler çıkıp “yemek üzerinden milliyetçilik yapılamaz” diyebilir ama bu, çağdışı bir gerekçedir ve folkloru 19. yüzyıldaki gibi okumaktan kaynaklanan bir geri kalmışlık göstergesidir. Folklorun yarattığı ortak belleği ve paylaşılan deneyimi sonuna kadar kullanarak “Fransız mutfağı”, “Çin mutfağı”, “Hint mutfağı” “Yunan mutfağı” gibi güçlü kültür imgeleri oluşturulmuştur. Bu im- geler mutfak sanayi olarak dünyanın dört yanına dağılmış, bu imgeyi yaratan ortak belleğin insanları, dünyanın dört bir yanına kültürel ürün ve imge satmakta, çok önemli iş ve istihdam alanları yaratmak- tadırlar.

Türkiye’yi turizm alanında pazar- layanlar, her yıl milyon dolarları potan- siyel ülkelerin medyasına aktarırlar. Bu reklâmlarda ortak bellek ve bu belleğin oluşturduğu imgelerin “işte bizim fark- lılığımız, işte bizim size sunabileceğimiz sizde olmayan zenginliğimiz” gururu ile sunulmasını, 19. yüzyıla takılmış kalmış kimi insanların “şovenizm” olarak algı- ması korkusundan dolayı mı ötelenmek- tidir? Kelaynak bizdedir siz de yok demenin ve bunu adam gibi kültür endüstrisine ka- zandırmanın neresi şovenizmdir?

Türk Karagözüne benzeyen Çin gölge tiyatrosu, Chengdu kentindeki So- mut Olmayan Kültürel Miras Açık Hava Müzesi’nde Gazi Üniversitesi Somut Ol- mayan Kültürel Miras Müzesinin iki katı kadar geniş bir alanda sergileniyor. Bu mekânda kimileri tasvir yapıyor, kimileri oynatıyor, dev ekranlarda eski gösterim-

ler tekrarlanıyor. Kentin belli yerlerinde dev ekranlarda bu oyunlar tekrarlanıyor ya afiş veya tasvirlerine yer veriliyor. Türkiye’de ise Karagöz gibi, ortak belleğin ve paylaşılan deneyimin önemli bir kültü- rel imgesi, okullardan dışlanmış, sosyal hayattan dışlanmış, kitle iletişim araçla- rından dışlanmış yani unutulmaya terke- dilmiştir.

Fen ve doğa bilimcileri yeraltı ve doğa zenginliklerimizin olduğu gibi durduğunu hiç işlenmediği, zengin bir mirasın fakir bekçileri olduğumuzu söylerler. Biz kültür bilimciler de aynı şeyleri söylemiyor mu- yuz?

Sözün özü, çağdaş kültür bilimcileri, 19. yüzyılın gereksinimlerine yanıt aranırken oluşmuş kuramların 21. yüzyılda- ki sürdürücüleri olamazlar. İkinci Dünya Savaşı sonrasında başlayan ve 1970’lere kadar gelen “bizden uzaklaşma” ve “evren- selde buluşma” gibi sokağı esir alan söy- lemlerin oluşturduğu kuramların da esiri olamazlar. Dünya son elli yılda inanılmaz bir hızla değişti, bu değişimi özellikle ula- şım ve iletişim merkezli olarak bir daha okumak gerekmektedir. Bunun sonucu, kadayıf yemek istiyorsan İstanbul’a gel, baklava yemek istiyorsan Gaziantep’e gel, kelaynak görmek istiyorsan Şanlıurfa’ya gel diyen halkın sesini duymak ve gerek- sinimini anlamak gerekiyor.

Sonuç olarak, bugün dünyada ortak belleğin ve paylaşılan deneyimin bütün ürün ve imgeleri, hiçbir ayrımcılığa tabi tutulmadan bütün sanatsal iletişim ve tanıtım olanakları kullanılarak barış ve dostluk içinde yürütülen yeni ve yerelci kültürler arası küresel savaşa birer nefer olarak sokulmaktadır. UNESCO’nun “In- sanlığın Sözlü ve Somut Olmayan Başya- pıtları İlanı” ile Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi “Ulusal Envanter” ve “Ulusal Liste” programları- nın bu açıdan anlamı budur. Bu birikime ve bu birikim etrafında oluşturulmaya ça- lışılan yerel kültür endüstrilerine, küresel dinamikleri ellerinde tutan bir iki ülkenin karşı çıkmasını bir de bu açıdan okumak gerekiyor.