



Kanonik İmge, Kültürel Bellek ve Sözlü Edebiyat Arasındaki Simbiyotik İlişkilerin Belirginleştirilmesi, Açıklanması ve Değerlendirilmesi

Clarification, Dissection and Valorisation of the Symbiotic Relationships Between Canonical Image, Cultural Memory and Oral Literature

Erol GÜLÜM*

Özet

Kültürel yaratıcı endüstriler kapsamında bir ham madde, yaratıcılık, inovasyon, tasarım ve esin kaynağı olarak değerlendirilebilecek özgün, otantik ve doğurgan kanonik imgeler açısından en işlek belleklerden birisi ulusların sözlü edebiyatlarıdır. Türk sözlü edebiyatı da kadim, zengin ve dinamik bir imgeler belleğine sahip olmasına rağmen bu kültürel sermayeden ulusal sürdürülebilir ekonomik kalkınmaya ve yaratıcı ekonomiye katkı sağlanması hususunda henüz yeterince yararlanılamamaktadır. Kültürel bellek, kanonik imge ve sözlü gelenek arasındaki organik ilişkileri belirginleştiren yerli araştırmaların ve çalışmaların yetersizliği ise bu pratik problemin en belirgin teorik ve metodolojik nedenleri arasında sayılabilir. Bahse konu eksikliğin giderilmesine de katkı sağlamak amacıyla bu çalışmada bir yandan kültürel bellek, kanonik imge ve sözlü edebiyat arasındaki simbiyotik ilişkiler bilişsel, psikik, felsefi, sosyolojik ve kültürel boyutlarıyla ele alınacak, öte yandan ise Türk sözlü edebiyatı kanonik imgeler belleğinin kültürel yaratıcı endüstrilere entegrasyonunu da destekleyecek bazı yaklaşımlar, stratejiler ve metodolojiler tartışmaya açılacaktır.

Anahtar kelimeler: *Kültürel bellek, imgelem, kültürel ve yaratıcı endüstriler, kültürel politikalar, kültürel sermaye yönetimi.*

* Dr. Öğr. Üyesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, Türk Halk Edebiyatı Anabilim Dalı, erol.gulum@bilecik.edu.tr.
ORCID ID: 0000-0001-7314-0555.

Abstract

Oral literatures of nations are also one of the most effective memory and medium of original, creative, dynamic, competitive and brandable canonical images. The canonical images carried in oral literary memory are considered as a source of raw material, creativity, innovation, design and inspiration by the sectors that make up cultural creative industries. Turkish oral literature also has archaic, unique, universal, diverse, dynamic, competitive and distinctive canonical images that can be valued in different ways in cultural creative industries. However, this intangible cultural capital is not yet sufficiently evaluated to contribute to the sustainable development of "Turkish cultural ecology". The lack and inadequacy of methodological studies that make clear, concretize and explain the organic relationships between cultural images, cultural memory, and oral literature are the biggest causes of this problem. In this study, in order to contribute to the aforementioned deficiency, the symbiotic relations between cultural memory, canonical image and oral literature will be analyzed with their philosophical, cognitive, psychological and socio-cultural dimensions and the approaches, strategies and methodologies that can support the integration of oral literature canonical images memory into cultural creative sectors will be presented.

Keywords: *Cultural memory, imagination, cultural and creative industries, cultural politics, cultural heritage management.*

21. yüzyılın imge üretim endüstrileri bir yandan Kearney'in (2003, s. 1) deyimiyle bireyin psişik dünyasını da tıpkı fiziksel dünyası gibi önce istila edip akabinde yarattığı imgesel gerçekliklerle kolonileştirirken öte yandan imgeleme yetisinin yaratıcı özünü, otantikliğini, zenginliğini, çeşitliliğini ve dinamizmini de yok etmektedir. Postmodern sanatın, popüler ticari imgelerin parodik imitasyonlarından türettiği içerikleri dahi özgün birer sanatsal imge olarak pazarlanması beşeri imgelemenin içerisinde bulunduğu krizin boyutları hakkında fikir vermektedir. Bu türden imgelere yoğun ve uzun bir süre maruz kalan birey, şartlandırılmışlığının da bir gereği olarak baktığı her yerde postmodern imgeler aramakta ve objektif gerçekliğin birçok boyutunu bunların soluk yansımaları dolayımında deneyimlemektedir. Bir imge tüketicisine dönüştürülmüş öznenin psiko-bilişsel ve sosyo-kültürel yaşamında derin izler bırakan bu yönelim, Keyes'in (2004) "hakikat sonrası çağ" (post-truth era) kavrayışını da destekler biçimde, imgenin artık yansıtması veya temsil etmesi beklenen gerçekliği dahi önceleyen ve hatta manipüle eden ideolojik bir aygıt olarak kullanılmasının da önünü açmıştır. Baudrillard'ın (2011, s. 16) deyişiyle, gerçekliği simüle eden bu türden imgelerin yaygınlaşmasını takiben gerçeklik ile imge arasındaki ilişkide imgenin gerçekliği ne kadar temsil ettiği meselesi de yerini imgelerin gerçekliği nasıl ürettiği sorusuna bırakmıştır.

Bağlamsız, yapay ve prefabrik imgelerin gündelik yaşamlarımızın her anına ve alanına nüfuz ettiği bu çağda otantik, özgün, yaratıcı ve doğurgan imgelerin önemi ve bu türden imgelerin kaynağı olan kültürel alanların, araçların ve aktörlerin anlamı ve değeri de giderek artmaktadır. Geçmişte çoğunlukla turistik destinasyonların çekiciliğini attırmak amacıyla kullanılan kültürel imgeler, günümüzde kültürel yaratıcı sektörler kapsamında üretilen yaratıcı ürünlere, hizmetlere, iletişimlere ve etkileşimlere kaynaklık etmekte ve böylece yaratıcı ekonominin çarklarını döndüren geniş uygulama alanlarında katma değer üreten bir kültürel sermaye formu olarak değerlendirilmektedir. Bu kültürel-ekonomik konjonktürde, Oğuz'un (2002, s. 59) "seçilerek, meşrulaştırılarak, işlenerek ve üzerinde uzlaşılarak ulusal kalıt'ın temel kültürel verimlerine dönüştürülmüş olan kültürel imgeler, tabiri caizse yangından ilk kurtarılacaklar listesinin başında yer almalıdır" tespiti ve uyarısı da daha değerli ve anlamlı hale gelmektedir. Kültürel yaratıcılığın, çeşitliliğin ve zenginliğin kaynağı ve teminatı olan imgelerin etkin biçimlerde değerlendirilebilmesi için ise önce tespit edilmesi, ortaya çıkartılması ve belirginleştirilmesi, akabinde farklı girdilerle (yaratıcı işgücü, teknoloji, inovasyon, vb.) desteklenerek yeniden işlevselleştirilmesi (re-purposing), yeniden biçimlendirilmesi (re-fashioning) ve yeniden dolayımlanması (re-mediating) sağlanmalıdır.

Kültürel yaratıcı sektörlerde çeşitli biçimlerde değerlendirilebilecek özgün, evrensel, doğurgan, rekabet gücünü arttırıcı ve markalaşma potansiyeli yüksek kanonik imgeler açısından en zengin ve işlek belleklerden biri ise ulusların sözlü edebiyatlarıdır. Türk sözlü edebiyatı da bu bakımdan kadim, güçlü ve zengin bir belleğe sahip olmasına rağmen bu kültürel sermayeden özellikle "Türk kültür ekolojisi"nin (Çobanoğlu, 2003, s. 13) sürdürülebilir ekonomik kalkınmasına katkı sağlanması hususunda henüz yeterince yararlanılamamaktadır. Bu problemin ana nedenlerinden biri ise özellikle kanonik imgelerin üretim bağlamları, araçları, teknolojileri ve aktörleri ile kültürel bellek ve sözlü edebiyat arasındaki organik ilişkileri açımlayan yerli metodolojik çalışmaların yetersizliğidir. Bu çalışmada söz konusu eksikliğin giderilmesine katkı sağlamak adına öncelikle yaratıcı imgeleme, kültürel imgelem ve kanonik imge kavramları ve olguları arasındaki etkileşimler bilişsel, psişik, felsefi, sosyolojik ve kültürel boyutlarıyla ele alınacaktır. Daha sonra kanonik imge, kültürel bellek ve sözlü edebiyat arasındaki karşılıklı fayda birlikteliğine dayalı (mutualizm) simbiyotik ilişkiler belirginleştirilmeye çalışılacaktır. Son olarak sözlü edebiyat imgeler belleğinin kültürel yaratıcı endüstrilere entegrasyonunun daha sistemli ve sürdürülebilir biçimlerde gerçekleşmesine katkı sağlayabilecek bazı pratik ve işlevsel yaklaşımlar, stratejiler ve metodolojiler okurun dikkatine sunulurken çalışma neticelendirilecektir.

1. Yaratıcı İmgeleme, Kültürel İmgelem ve Kanonik İmge Arasındaki İlişkilerin Belirginleştirilmesi

İmgeleme yetisinin (imagination) neliği, işlevi, işleyişi ve potansiyeliyle ilgili Platon'dan Aristoteles'e, Kant'tan Schopenhauer'a, Freud'tan Jung'a kadar uzanan genişlikte ve derinlikte bir literatür oluşmuştur. İmgelemeye yönelik soruşturmaların Antik Yunan'dan bugüne değin neredeyse her dönemde revaçta olmasının nedeni ise Kugler'ın (2008, s. 77) da özlü biçimde bildirdiği gibi bu yetinin öz-bilincin, konuşmanın, yazmanın, hatırlamanın, rüya görmenin ve sanatın gerek koşulu olmasıyla, başka bir deyişle insanlık durumunun ve doğasının temel karakteristiklerini belirlemedeki rolüyle ilgilidir. Özellikle modern çağlardan itibaren imgeleme yetisinin bilişsel, psikolojik, felsefi, sosyal ve kültürel veçhelerini araştırmanın ve anlamının, insana ve insanlar dünyasına dair birçok gizli aralanmasına vesile oluşu da bu konudaki araştırmaların işlevselliği hakkında fikir vermektedir. Bu bilinçle yürütülen araştırmalardan oluşan yazına büyük katkılarda bulunan Batı epistemolojik geleneği kapsamında imgeleme yetisinin nitelikleri ve işlevleriyle ilgili bilinen ilk tespitlerin sahibi ise Platon'dur. Totaliter idealar kuramı/öğretisi ve mağara alegorisi özelinde imgeyi duyulur dünyadaki nesnelere zihindeki yansımaları olarak değerlendiren Platon (2006, s. 343: 601a-c), bu zihinsel fenomeni insanın hakikate ulaşmasının önündeki temel engellerden biri olarak işaretlemiştir (Vrbata, 2014, s. 213). *De Anima*'da imgeleme anlamında kullandığı "phantasia"yı insanın biliş, hatırlayış ve kavrayış kapasitenin temel dayanaklarından biri; dış dünyadaki varlığın zihinsel temsili manasında kullandığı "phantasma" kavramını düşüncenin gerek koşulu olarak değerlendiren Aristoteles (428a, s. 56; 431a, s.63) ise bu konuda daha ciddi araştırmaların yürütülebilmesi için ileride ihtiyaç duyulacak paradigmanın temellerini o devirde atabilmiştir.

Uzun bir süre zihnin epifenomeni, ikincil unsuru veya yan ürünü olarak görüldüğü için özellikle rasyonalist gelenek tarafından pek de önemsenmeyen imge nosyonunun söz konusu ekolün modern dönemdeki temsilcilerinden biri olan Kant tarafından *Arı Usun Eleştirisi*'nde (1993, s. 76: A77, 101, 102) imge üretici bir zihinsel yeti olarak imgelemin bilgi üretimindeki rolünün ve işlevinin derinlemesine çözümlenmesi de bu fenomenin farklı perspektiflerden sorunsallaştırılması açısından önemli bir kırılma noktasını teşkil etmiştir. Kant'ın yaratıcı ve yeniden üretici imgelemeyle ilgili kavrayışı, Avrupa sanatını biçimlendiren romantik akım tarafından edebi üretimin zihinsel mekanizmalarının anlaşılması kapsamında da değerlendirilmiş ve böylece imgeleme yetisinin psikolojik ve estetik mahiyetine yönelik sorgulamaların önü de tamamen açılmıştır. İmgeleme yetisinin psiko-estetik boyutlarına yönelik

çözümlemeler Freud ise tarafından daha da derinleştirilmiştir. Freud'un özellikle *Düşlerin Yorumu* 'de (1996, s. 87-89) imgeleme yetisinin ürünü olarak ele aldığı düş imgelerinin kökenlerine, kaynaklarına, işlevlerine, anlamlarına ve yorumlamalarına yönelik detaylı soruşturmaları imge çözümlemelerinin de ilk örnekleri arasında değerlendirilmiştir. Freudyen psikanalizin temellerini oluşturan gerçeklik ile haz ilkeleri arasındaki ilişkilerin analizine yönelik girişimler, imgelemenin insan psişesindeki etkin ve üretken rolünü de iyice belirginleştirmiştir (Kugler, 2008, s. 85).

İmgelemenin ontolojik, epistemolojik ve psikolojik boyutlarını birleştirerek işleyiş prensiplerinin ortaya konmasında C.G. Jung'un da önemli payı vardır. Jung'un bu husustaki asıl önemi, Kant'ın *saf aklın kategorileri* ile Schopenhauer'un *bilinçdışından kaynaklanan temsiller* kavrayışları arasında kurduğu sentezle ulaştığı ve *arketip* kavramıyla tanımladığı *doğuştan gelen fikir olanakları* formülasyonunda gizlidir (Vrbata, 2014, s. 214). Bu yaklaşıma göre insanlığa özgü kadim deneyimlerin kolektif psişede bıraktığı izlerin deneyimleri biçimlendiren ve organize eden yapılar/örüntülere evrilmesiyle ortaya çıkan arketipler tarihsel, sosyal ve kültürel bağlamdan kaynaklı imgeler, semboller, motifler, stereotiplerle içeriklenmiş ve çoğunlukla ezoterik öğretiler, mitler, masallar gibi geleneksel halk kültürü unsurlarında somutlaşmıştır (Jung, 1980, s. 5-6). İmgesel içeriklerin sadece bireysel anılar, algılar ve bilinçli deneyimlerle ilişkili olmadığı tespitini benzer imgelerin kadim anlatılar ve sembollerdeki tecessümlerine atıfla destekleyen Jung (1980, s. 43), bu türden içeriklerin kaynağı olan imgeleme yetisinin derin gramerinin de kolektif bilinçdışında aranması gerektiğine işaret etmiştir. Bu ön kabulden hareketle imgelemenin yapısal karakteristiklerini içgüdü-arketip-deneyim ilişkisi üzerinden sorunsallaştıran Lamborn (2016, s. 75) ise kültürel imgelerimizin büyük bölümünün a) içgüdülerden kaynaklandığını; b) iç ve dış dünya arasındaki ilişkilerce düzenlendiğini; c) çevresel faktörlerin etkisiyle yüzey yapıda bağlam-spesifik nitelikler sergilediğini; d) genel anlamda insanlığın, özelde ise ilgili topluluğun kadim geçmişiyle çeşitli biçimlerde ilişkili olduğunu ve e) kullanım bağlamında inovatif biçimlerde dışavurulabilecek bir yaratıcılığa sahip olduğunu tespit etmiştir.

İmgelerin yapımı/yaratımı sürecinin duyum ve bellekle, somutlaştırılması ve dışavurumunun ise dil yetisiyle ve gösterge sistemleriyle ilişkisi imge araştırmalarında algı, bellek, dil ve gösterge etkileşimlerine yoğunlaşan geniş bir bilgi kümesinin oluşmasına da vesile olmuştur. Belleğin, izlenim-düşünce bağıntısıyla birlikte imgeleme teorilerinin iki temel değişmezinden biri olduğu varsayımından hareket eden araştırmacılar (Klein vd., 1983, s. 16), bellek olmadan edebi imgelemeden söz edilemeyeceğini savunmuştur. Buna göre

aslında bellek, imgeleme yetisiyle her an etkileşim halinde olan ve ona üreteceği imgelerin ham maddesini (duygu yüklü izlenimler) sağlayan bir depo işlevindedir. İç ve dış dünyadan edinilen duygu ve düşünce yüklü algıların bellekte dizimlenen ve depolanan izlenimlerinin imgeleme yetisi tarafından bükülmesi, birleştirilmesi veya bölünmesiyle oluşturulan zihinsel içeriklerin sembolleştirilerek somutlaştırılması ve dışa vurulması için ise dil yetisine ihtiyaç duyulur. Bu bağlamda imgeleme yetisini, temel karakteristikleri hatırlama ve unutma pratikleri dikotomisinde belirlenen ve biyo-psiko-sosyo-kültürel katmanları bulunan “kusurlu bir bilgi depolama sistemi” (Baddeley, 1989, s. 51) olan bellek ile bir somutlaştırma teknolojisi işlevi de gören dil yetisi arasında mekik dokuyan bir aracı olarak tahayyül etmek de mümkündür. Bu yorumlama çerçevesinde imge, bilince tesir eden unsurlar (nesnelere, duygular, olaylar vb.) ortadan kalktığında zihinde beliren izler olarak tanımlanabilir. Van Gogh (2013, s. 246) gibi bir imgeleme ustasının dahi imgeleştirme deneyimini ve sürecini zihninin içinde dolanan, bir belirip bir kaybolan, kesinleşmemiş, muğlak resimler şeklinde tariflemiş olması imgedeki benzeşim ilkesinin nesnenin temsiliyle ilişkili olduğu iddiasını kuvvetlendirmektedir. O halde Yücel’in (2013, s. 19) de vurguladığı üzere bir bellek imgesi, her şeyden önce bir bağıntıdır ve bir nesneye benzese dahi onun kopyası değildir.

Sembolleştikçe sosyalleşen, sosyalleştikçe anonimleşen, anonimleştikçe kültürlenmiş bellek imgeleri bu sürecin neticesinde toplumsal muhayyilenin bir parçası haline de gelebilir. Sosyal imgelemenin bileşenine dönüşmekle bireysel bilinçten toplumsal bilince ve böylece bireysel bellekten önce iletişimsele, akabinde ise kültürel intikal her imge, bu belleğin dinamiklerini de belirleyen aktif hatırlama kurumlarının da müdahaleleriyle kanonlaşabilir. Yeri gelmişken kanon kavramının sadece “yazılı” edebiyat araştırmalarıyla sınırlandırılabilir bir anlam evrenine sahip olmadığını da vurgulamak gerekir. Aleida Assmann’ın (2008, s. 100) da işaret ettiği üzere “kanonlaştırma” kavramının “kutsama” anlamına geldiği ve kanonlaştırma pratiğinin de esasında dini bir statüye veya kisveye sahip metinleri, kişileri, objeleri ve anıtları değer ve anlam bakımından diğerlerinden ayırma işi olduğu göz önünde bulundurulduğunda söz konusu kavramın içeriklendirilişinin sadece edebi meselelerle sınırlandırılmayacağı görülebilir. Kanon kavramının bellek araştırmaları kapsamındaki kullanımları ise sadece Jan Assmann’ın (2011, s. 4) bir topluluğun “memoire volontaire”si (gönüllü bellek) veya “yeniden kullanılabilir metinler külliyyatı” (corpus of reusable texts) kavrayışlarından ibaret değildir. Nitekim Diana Taylor (2003, s. 89) da *The Archive and the Repertoire* başlıklı çalışmada belleğin aracısallığına/dolayısallığına atıfla “arşivsel bellek” ile “repertuar bellek” arasında bir ayrıma gitmiş ve Jan Assmann’ın edebi kanon olarak işaretlediği,

değişimlere dirençli bellek içeriklerini arşivsel bellek kapsamında değerlendirmiştir. Kanon kavramı, Aleida Assmann (2008, s. 98, 100) tarafından ise geçmişî şimdide tutan ve aktif biçimde dolaşımda olan bir bellek türünü tanımlamak için kullanılmıştır. Bizim bu çalışmada bir niteleyici olarak kullandığımız “kanonik” kavramına atfettiğimiz anlam, bu üç araştırmacının tespitlerinin bir sentezidir. Bu çerçevede kanonik imge, geçmişî bu günde tutan/koruyan (A. Assmann), sözlü geleneklerde tecessüm eden/aktarılan (D. Taylor) ve yeniden kullanılabilen/üretilebilen (J. Assmann) içerikler; kanonik imgeler belleği ise bu türden imgeleri muhafaza eden, aktaran ve yeniden üreten kültürel belleğin süreğen, dinamik ve performatif bileşenlerinden biri olarak tanımlanabilir.

Toplulukların kanonik imgeler belleği mitik, tarihsel, felsefi, dini, sosyolojik, politik ve sanatsal imgelem formları, gelenekleri, bağlamları ve aktörleri vasıtasıyla içeriklendirilir, geliştirilir, dönüştürülür ve işler kılınır. Aktulum’un (2014, s. 278) kültürel toplulukların bir dizi imge aracılığıyla uzantısı olduğu fiziksel, sosyal ve kültürel gerçekliği tüm yönleriyle algılaması, içselleştirmesi, yinelemesi ve yeniden kullanıma sokması işlemlerini tanımlamada kullandığı “*folklorik imgelem*” nosyonu, kültürel imgelemin imgelerin sosyalleşmesi, anonimleşmesi, kültürlenmesi ve kanonlaşması süreçlerindeki rolü ve etkisi hakkında fikir vermektedir. Bu türden imgelem gelenekleri kanonik imgelerin, ilgili sosyalitenin kolektif bilinçdışı ve bilinçaltı, tarihi ve toplumsal beklentileri, duyguları ve tecrübelerine uygun olarak sürekli yeniden içeriklendirilebilmesi açısından da büyük önem taşımaktadır. Kanonik imgenin her yeni içeriklendirilişi ve bağlamsallaştırılışı anlam kaplamının daha da genişlemesine vesile olur. Anlam evreni genişledikçe işlerlik kazanan, işler olduğu sürece işlevselliğini koruyan kanonik imgeler, müzik, edebiyat, resim, sinema gibi kültürel belleğin dışavurum ve temsil alanları ve araçları dolayımında yeniden üretilerek zamanda ve uzamda yolculuklar yapabilir. Zaman-mekân aşırı/üstü kanonik imgeler, bu tecrübeyi çeşitli değer kategorilerine tahvil etmede de oldukça mahirdir. Bedende, seste, sözde, görselde, görsel-ışitselde temsil edilebilecek kadar çok yönlü/katmanlı/boyutlu olan kanonik imgeler her temsil alanından edindiği nitelikle yeni anlamlar, değerler ve işlevler kazanır. Bu durum, bilinçli bir edimden ziyade Aby Warburg’un “*pathosformeln*” olarak tanımladığı, yani kültürel bellek unsuruna dönüşen imge, sembol veya motiflerin kendilerini her fırsatta yeniden üretme enerjisiyle de ilişkilendirilebilir. Warburg’a göre özellikle paganistik dönemden kalma antik imge, motif ve sembollerin modern dönemlerde bile hala yaygın olarak kullanılmasının asıl nedeni, bu içeriklerin yeniden üretmelerini de teşvik eden auralarında gizlidir (Erl, 2011, s. 19).

Medya teknolojileri, aktörleri, ekolojileri ve kültürleri dolayımında somutlaşan kültürel imgeler ve varyantları muhatapları tarafından da onaylanır, kanıksanır ve benimsenirse ilgili topluluğun kanonik kültürel imgeler belleğine eklenir. Bu yönüyle müzeler, tarihi mekânlar, kitaplar, kütüphaneler, giysiler, kutlama ve eğlenceler, festivaller, fotoğraflar, danslar gibi kültürel belleğin yeniden üretim, aktarım ve temsil alanları aynı zamanda birer kültürel imgeler koleksiyonu olarak da değerlendirilebilir (Özdemir, 2012, s. 108). Kanonik imgelerle örülü bu türden maddi ve sembolik kültürel bellek mevkilerinin temel karakteristikleri, Pierre Nora'nın (2006, s. 37) özlüce bildirdiği üzere asgari sayıdaki kültürel göstergeyle azami oranda anlam üretebilme ilkesince belirlenir. Rigney (2005, s. 18; 2012, s. 18) Nora'nın bu tespitini bir adım daha ileriye taşıyarak *bellek mekânları'nı* (lieux de mémoire), *kendini sürekli kılabilen bir sembolik yatırım girdabı* (self-perpetuating vortex of symbolic investment) olarak metaforlaştırır. Topluluklar, kültürel bellek sermayelerini oluşturan kanonik imgelerden türettikleri kültürel temsillerin aynasından kendilerini tanır, tanımlar ve tanıtır.

2. Kültürel Bellek, Sözlü Edebiyat ve Kanonik İmge Arasındaki İlişkilerin Açıklanması

Mitik anlatıdan lirik şiire, epik destandan tarihi romana, edebi masaldan fantastik kurguya kadar çeşitli türlerde tecessüm edebilen edebi yaratımlar kültürel belleğin de en yaratıcı, inovatif ve işlevsel araçlarındandır. Poirion (1999, s. 33) edebiyatı, toplulukların bellek içeriklerini sabitleştirmek ve sonsuza dek korumak için başvurabileceği birçok teknikten biri olarak değerlendirmiştir. Kültürel belleği bir topluluğun geçmişiyile ilgili ortak imgelerinden veya anlatılarından müteşekkil bir repertuar olarak tanımlayan Burke (2017, s. 20), bu repertuarın içeriklendirilmesi, geliştirilmesi, dönüştürülmesi ve işler kılınmasında edebiyatın özel bir rolü olduğunu vurgulamıştır. Edebi formları yapısal çerçeveler/şekillendirici kaplar olarak da ele aldığı teorisiyle Lachmann (1997, s. 39) da edebiyatın, kültürel belleğin yapılandırılması ve biçimlendirilmesi açısından taşıdığı öneme dikkatleri çekmiştir. Erll ve Nunnig (2005, s. 246-265) ise kültürel bellek ile edebiyat arasındaki etkileşimlerin çeşitli boyutlarını *a) edebiyatın belleği, b) edebiyattaki bellek ve c) bir bellek aracı/kanalı olarak edebiyat* kategorileri özelinde açıklamıştır. Edebiyatın belleğiyle edebi araç ve aygıtlar vasıtasıyla bir edebi belleğin nasıl üretildiği; edebiyattaki bellekle edebi verimlerin bireysel veya kolektif bellek içeriklerini nasıl temsil ettiği; bir bellek aracı/kanalı olarak edebiyatla ise edebi verimlerin belleğin aktarımına veya dağıtımına olanak sağlayan bir kanal olarak nasıl kullanıldığı sorgulanmıştır. Edebiyatın bir bellek medyası olarak

sorunsallaştırılmasında hatırlama ve unutma pratiklerini ve süreçlerini biçimlendiren *yoğunlaştırma*, *türselleştirme* ve *anlatısallaştırma* tekniklerinin edebi üretimde iş başında olması da başka bir belirleyici etkidir (Erlil, 2011, s. 145). Edebi imgeler de tıpkı bellek imgeleri gibi birkaç kompleks düşüncenin, duygunun veya deneyimin sıkıştırılmasıyla (yoğunlaştırma), bağlamsal dinamiklerce belirlenen konvansiyonlar (türselleştirme) özelinde yapılandırılmasıyla ve birbiriyle ilişkilendirilip dizimlenerek dışavurulmasıyla (anlatısallaştırma) üretilir.

Sözlü edebiyatın otantik kullanım bağlamında kültürel belleğin içeriklendirilmesi, yapılandırılması ve aktarımı hususlarındaki işlevselliği de edebiyatın bir bellek teknolojisi olma vasfını belirginleştirmektedir. Sözlü edebiyat ile doğrudan ilişkili olan ve Le Goff'un (1992, s. 55-56) "etnik bellek" kavramı özelinde yeniden tanımladığı sözlü kültürel belleklerinin en belirgin karakteristiği, bir yandan geçmişi bu güne uyumlamak üzere yeniden düzenlerken öte yandan şimdiyi anlamlandırmak ve geleceği dizayn etmek için bir referans noktası olarak kullanmasıdır. Sözlü edebiyatın bellek teknolojisi olarak kullanımlarının somut görünümleri başat sözlü edebi türler özelinde yapılan çeşitli çözümlenmelerle ortaya konmuştur. Örneğin Hermann (2013, s. 332) destan türüyle ilgili çözümlenmeleriyle geleneksel toplumlarda sözlü edebiyatın Erlil ve Rigney (2006, s. 112)'in tespitlerini destekler şekilde hem bir *hatırlama aracı* (literature as a medium of remembrance) hem de bir *hatırlama nesnesi* (literature as an object of remembrance) olarak kullanıldığını ortaya koymuştur. Bu yönüyle sözlü edebiyatın sosyo-kültürel icra bağlamı, Halbwachs'ın (2017, s. 39) biyo-psişik bellek içeriklerinin, pratiklerinin ve deneyimlerinin dahi "sosyal çerçevelere" (cadres sociaux) bağımlılığını ortaya koymak için icat ettiği "kolektif bellek" nosyonunun yeniden üretim alanlarından/mevkilerinden biri olarak da değerlendirilebilir.

Edebiyatın bir imge üretim teknolojisi olarak değerlendirilmesinde imgeleme yetisinin edebi üretim sürecindeki rolü de belirleyicidir. Bu yönüyle aslında edebiyatçı, gelişmiş imgeleme kabiliyeti ve mensup olduğu imgelem geleneğinin kullanıma sunduğu edebi aygıtlarla dış dünyaya açılan, odağını çevirdiği nesneyi imgeleyerek repertuarına ekleyen ve buradan seçtiği imgeleri, yaratıcı, özgün ve yenilikçi kombinasyonlarla bir araya getirip kompoze ederek yeni dünyalar kurabilen, bunu dil yetisi ve edebi gösterge dizgelerinin sunduğu imkânlardan yararlanarak dışsallaştırabilen/somutlaştırabilen kişidir. Bu düşünce hattı post-yapısalcı bir perspektifle boyutlandırıldığında edebi yapıtı "tekst" kavramının etimolojik anlamına da uygun olacak biçimde, temelde imgelerle örülmüş/dokunmuş bir imgeler ağı/evreni/dizgesi olarak değerlendirmek de mümkündür. Yarattıkları edebi gelenekler kapsamında

imgeleştirme pratiklerine yatırım yapan topluluklar, her ne kadar renksiz, durağan, katı ve kaba bir objektif gerçekliği idrak ederlerse etsinler her zaman kaçıp nefes alabilecekleri canlı, zengin ve dinamik bir kurgusal gerçeklik inşa edebilirler. Bu işleviyle edebi imgelemin insan zihnini tatmin etmeyen nesnel gerçekliğe alternatifler üretilerek tahammül sınırlarını genişleten olanaklar yarattığı açıktır. Kurgu dünyasındaki bir temsilin dış dünyada tekabül ettiği “kendinde şey”den, başka bir deyişle imgenin nesnesinden daha renkli, zengin ve ilgi çekici bir içeriğe dönüşmesinde algı, duygu, bellek ve dil eleklerinden geçirilmesinin de önemli bir payı vardır. Nesnel gerçekliğin aksine kurgu dünyasının insanın doğasını oluşturan unsurların etkileşiminde yaratılıyor olması da aslında insanın kurguya yazgılılığının temel nedeni olarak değerlendirilebilir.

Edebi imgelem ile kültürel bellek arasındaki ilişkilerin en somutlaştığı alanların başında ise otantik kullanım bağlamında bir bellekselleştirme tekniği olarak da iş gören şiirsel imgeleştirmeye gelmektedir. Sözlü kültür ekolojisinde kritik bir öneme sahip olan geleneksel öz yaşam bilgisinin korunabilmesi, kayıt altına alınabilmesi ve gelecek kuşaklara aktarılabilmesinin gerek koşullarından biri onun soyutluğunu, geçiciliğini ve andalığını kavrayan, seste ve sözde kalıcı, aktarılabilir ve sürdürülebilir kılabilen teknikler geliştirmektir. Şiirsel imgeleştirmenin sözlü gelenek açısından asıl araçsallığı da bu sorunun çözümüne katkı sağlama noktasında işlevselliğiyle ilgilidir. Sözlü şiiri öncelikle ve özellikle zaman-mekânda aktarılması elzem geleneksel bilgileri kodlayan, depolayan ve aktaran bir mekanizma olarak değerlendiren sözlü kültür araştırmacılarının (bk. Lord, 1986; Foley, 1991; Ong, 2012) konuyla ilgili tespitleri de imgelemenin ve imgenin ilgili bağlamdaki kullanım amaçlarını ve işlevlerini açığa vurmaktadır. Otantik bağlamında şiirsel imgeleştirmede “ıcrasallaştırılan sözellik” (Finnegan, 2005, s. 169) bilincin dış dünyaya açılan kanallarının kültürel performansa müdahil olmasına olanak tanıdığından hatırlama ediminin sadece zihinde değil, seste, sözde, bedensel devinimlerde aktifleştirilmesine de olanak tanımaktadır.

Sözlü gelenekte taşınan kültürel imgelerin etkinliğini belirleyen bir diğer faktör ise duygu-durumsal bağlamlar tesis edebilmesindeki araçsallığıyla ilgilidir. Soyut düşünce içeriklerinin imgeselleştirilmesi, o meseleyle ilgili bireysel veya kolektif duygu belleğinin işler kılınmasıyla gerçekleşir. Aktarılmak istenen düşünceye giydirilen imgeler, sosyal bir varlık olarak icracının ve toplumunun öz yaşam deneyimlerinden süzölmüş kolektif duyguların bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla kolektif duyguların duyular ve algılar üzerindeki tahakkümünün farkında olmak imgeleştirmenin mantığı, imgelerin yapısı ve içeriğiyle ilgili çözümlemeleri zenginleştirebilir. Çünkü

genelde etkili imgeler, duygu aktarımını sağlayabilen içeriklerden; en etkili imgeler ise alımlayıcısını da ele alınan meseleyi algılamada belirli duygu durumunun/atmosferinin içine çekebilenlerden oluşur. Duygusal çekim kuvveti yüksek imgelerin üretimi, Camp'ın (2009, s. 107-108) imgelemenin ve kurmacanın özel bir biçimi olarak işaretlediği şiirsel metaforlaştırmayla da yakından ilişkilidir. Bir edebi imgeleme aygıtı olarak iş gören poetik metafor, soyut zihinsel ve duygusal içeriklerin duyuları etki altına alabilecek artistik imgelere dönüştürülmesinin bilinen en eski yollarından biridir. Edebiyatın evrensellerini belirleme hususunda önemli araştırmalara öncülük eden Hogan da (2005, s. 7) sözlü poetik imgelemi, sözlü edebiyatın birçok evrenselinden en belirginini olarak işaretlemekte ve Türk sözlü geleneğinden de alınmış edebi üretimlerle ilgili yaptığı çözümlenmelerle sadece imgelemenin değil, derin yapıda çeşitli imgelem örüntülerinin de evrensel olduğunu ortaya koymaktadır.

Kültürel imgelerin yaratımı, yeniden üretimi, aktarımı ve uzamsal-mekânsal dolaşımı açısından sözlü edebiyatın kültür aktörleri de stratejik bir öneme sahiptir. Bu bağlamda Türk sözlü edebiyatının temel karakteristiklerini belirlemiş bir kültür aktörü olarak şaman, bir kültürel pratik olarak şaman ritüelleri ve bir yaratıcı edim olarak şamanistik imgelem uygun bir örneklem alanı olarak değerlendirilebilir. Şaman ritüelleri sadece zihinsel imgelerle örülü bir dünyanın bilişsel, psikik ve bedensel bakımdan nasıl deneyimlenebildiğinin gözlemlenmesi bakımından değil, zihinsel imgelerin kültürelliğinin keşfedilebilmesi ve anlaşılabilmesi açısından da eşsiz bir araştırma alanıdır. Noll'un (1985, s. 444) şamanları yaratıcı ve üretici imgelemenin yönetimi hususunda gelmiş geçmiş en yetkin aktörlerden biri olarak işaretlenmesinde ise "zihinsel imgelem terbiyesi/görgüsü/kültürü" (mental imagery cultivation) olarak tanımladığı bir vasfa sahip olmaları belirleyici olmuştur. Buna göre şamanlar, imgeleme kabiliyetlerini çeşitli kültürel geleneklerle sabitleyen kasıtlı, tekrarlı ve spesifik pratiklerle sürekli canlı tutabilmekte, geliştirebilmekte ve yönetebilmektedir. Şamanik geleneklerde nesnel gerçeklikten imgelemsel gerçekliğe geçişte icra olunan pratikler de şamanistik imgelemenin işleyiş dinamikleri hakkında ipuçları vermektedir. Şamanın ritüel esnasında imgesel gerçekliğe intikal edemeyen bedensel varoluşundaki devinim örüntüleri onun imgeler evrenindeki büyüsel savaşının/dövüşünün göstergelerini içleyen bir çeşitlilik de arz etmektedir. Nitekim birçok kültürde şamanın ritüel anındaki bedensel dışavurumları, imgeler âlemine intikal eden ruhun nesnel gerçeklikteki izdüşümleri/yansımaları olarak yorumlanmaktadır. Şamanın hayali yolculuğuna dair anlatılar da estetik düzeyde iyi yapılandırılmış fantastik kurmacalar olarak değerlendirilmektedir. Kurmacanın temelde yaratıcı, canlı ve yönlendirilebilir bir imgelemenin ürünü olduğu göz önünde

bulundurulduğunda sözlü kültür araştırmaları çerçevesinde şamanizmin neden sözlü geleneklerin/edebiyatın kaynağı olarak değerlendirildiği de daha anlaşılır hale gelmektedir. şamanizmin temelde kadim bir imgeleme geleneği olduğu ve sözlü geleneklerin de şamanistik geleneklerden türetildiği öncüllerinden oluşan bir argümantasyon, sözlü edebiyatın ilgili topluluğun kadim kültürel imgelemi ve kanonik imgeleri hakkında değerli bilgiler içeren bir alan olarak imlenmesini kaçınılmaz kılmaktadır.

3. Sözlü Edebiyat Kanonik İmgeler Belleğinin Değerlendirilmesi

Kanonik imgeler rezervuarı işlevindeki sözlü edebi bellekler kültürel yaratıcı endüstriler tarafından işlendiğinde kültürel-ekonomik içeriklere, ürünlere ve hizmetlere tahvil edilebilecek bir potansiyele sahiptir. Bu yönüyle aslında ulusların yaratıcı kültür endüstrileri ve ekonomileriyle kültürel bellekleri arasında dolaylı, belleği içeriklendiren kültürel imgeler ağıyla ise doğrudan bir ilişki vardır. Sözlü edebi belleklerin kadim, özgün ve kanonik kültürel imgelerin yanı sıra yaratıcılığa ve inovasyona dayalı yetenek ve pratiklerin de taşıyıcısı olduğunun keşfiyle yaratıcı ekonominin yükselişi arasındaki tarihi tutarlılık bu iki alan arasındaki ilişkilerin biçimlenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Bu etkileşimde bellek kültürleri, yaratıcı endüstrilere sürdürülebilirliği sağlaması için ihtiyaç duyduğu kültürel bilgiyi ve yaratıcılığı, yaratıcı endüstriler ise kültürel belleklerin korunması, araştırılması, canlandırılması için gereken farkındalık zeminlerini, bağlamalarını ve teknolojilerini sunmaktadır. Özdemir'in (2018, s. 16) reklamcılık, mimari, mutfak, eğitim teknolojisi, dijital tasarım, endüstriyel tasarım, moda, film, müzik, gösteri sanatları, oyuncak, yazılım, yayıncılık, ar-ge, televizyon ve radyo, elektronik oyun gibi sektörlerdeki yaratıcı faaliyetler açısından geleneksel bilgi belleğinin büyük önem taşıdığı yönündeki tespiti de kültürel bellek pratiklerinin ve imgelerinin, yaratıcı kültür endüstrilerini oluşturan sektörler açısından ne kadar uygun ve işlevsel olabileceğine işaret etmektedir.

Sözlü edebi belleğe içkin kanonik imgelerden ekonomik katma değer elde etmede çağın yaygın ve baskın kültürel içerik üretim alanlarında, teknolojilerinde ve pratiklerinde yaşanmakta olan radikal dönüşümlere yönelik bir farkındalığa sahip olmak da büyük önem taşımaktadır. Kültürel içerik üretiminde gerçekte olan paradigma değişiminin kavranması ve bu durumun kültürel belleğin ve imgelerinin sermayelendirilmesine ve değerlemesine etkilerinin sorunsallaştırılması noktasında Sacco (2011) tarafından icat edilen ve Avrupa Birliği'nin kültür politikalarını da önemli ölçüde etkilemiş olan "Kültür 3.0" kavramı etrafında düşünmek uygun bir başlangıç

noktası olabilir. Kitleliliğe, hıza ve çeşitliliğe dayanan kültürel üretim, düşük maliyetli kültürel katılım ve geniş alımlayıcı/tüketici portföyü gibi “Kültür 2.0” aşamasının birçok karakteristiğini de içleyen Kültür 3.0, özellikle kültürel üretime katılımın demokratikleştirilmesi hususunda sunduğu fırsatlarla insanlık tarihinde önemli bir dönüm noktasını teşkil etmektedir. Dijital üretim teknolojilerinin evcilleştirilmesinin, ucuzlaşmasının ve yaygınlaşmasının bir neticesi olarak bu gün sıradan bir dijital kullanıcı, Kültür 2.0 aşamasında sektör profesyonellerinin tekelinde olan radyo, televizyon, sinema, fotoğraf makinesi, müzik kayıt teknolojileri ve endüstriyel baskı gibi içerik üretim ve aktarım teknolojilerinin yanı sıra bunların kullanım bilgisini ve yeteneğini de kolayca edinebilmektedir (Sacco, Ferilli ve Belssi, 2018, s. 6). Dijital devrimi takiben üretici ve tüketici rollerinin değişimi arasındaki dinamizmin ve sürekliliğin çağcıl insanın ikinci doğası haline dönüşmesiyle “üre-tüketim” olarak tanımlanan yeni bir sosyo-ekonomik davranış örüntüsü ortaya çıkmıştır. Yeni nesiller için kültürel içerikleri asimile ve manipüle edebilme yetisinin artık kültürlenme sürecinin doğal bir pratiğine dönüşmüş olması da kültürel endüstrilere özgü mesafeli, sınırlı ve pasif tüketim örüntülerinin yerini zamanla aktif, katılımcı, performatif, deneysel alımlama modellerine bırakılmasını kaçınılmaz kılmaktadır. Bu bağlamda yakın gelecekte ivme kazanacağı öngörülebilir yönelimlerden bir diğeri ise bir yetenek/süreç olarak yaratıcılığın ve bir araç/ortam olarak dijital medyanın senkronik bütünlüğünde işleyen kültürel bellek temelli içerik üretiminin kültür endüstrilerini, pazarını ve ekonomisini bir çok boyutuyla yeniden biçimlendirecek olmasıdır. Yaratıcılığın ve dijital medyanın kültürel üretim açısından taşıdığı stratejik önemin belirginleştirilebilmesi, bu iki parametrenin genel anlamda çağcıl içerik üretim mantığına ve ekonomik modeline, özelde ise kültürel bellek temelli içerik üretim endüstrilerine etkilerinin sorunsallaştırılmasına da anlamlı katkılar sağlayabilir.

Kanonik imgelerin kültürel yaratıcı endüstrilerde işlenmesi, işlevsel kılınması, dönüştürülmesi, yeniden yorumlaması süreçlerinin etkin biçimlerde yönetilebilmesinde sözlü edebiyatı meydana getiren ve besleyen geleneklerin karakteristikleri hakkında bilgi sahibi olmak fark yaratıcı hamlelerin gerçekleştirilmesini kolaylaştırmaktadır. Bu noktada Lauri Honko'nun folklorik geleneklerle ilgili aşağıda yer verilen sınıflandırması uygun bir çıkış noktası sunmaktadır (akt. Carrassi, 2017, s. 2):

1. *Ölü gelenekler: Arşiv veya kütüphanelerde depolanmış, olası bir yeniden dolaşıma sokulma ve canlandırma için bekleyen gelenekler;*

2. *Yaşayan, pasif gelenekler: Kolektif bellekte taşınmasına rağmen aktifleştiril(e)meyen gelenekler;*

3. Yaşayan, aktif gelenekler: Otantik bağlamında, belirli sosyo-kültürel işlevleri karşılamak için ilgili grup veya toplulukça icra edilmeye devam edilen gelenekler

Söz konusu gelenek kategorilerine için kanonik imgelerin kültürel yaratıcı ürün ve hizmetlerdeki çağcıl yorumlarının ve temsillerinin beklendik etkiyi yaratabilmesi ya da metaforik deyişle mayanın tutabilmesi için tedarik/üretim zincirinin her aşamasında çeşitli işlemler görmesi gerekmektedir. Bahse konu formülasyonda buna en elverişli kategori ise kolektif bellekte taşınmasına rağmen pasif/atıl durumda olan geleneklerdir. Bu gelenek formundan damıtılarak yaratıcı ürüne ve hizmete dönüştürülmüş kültürel imgelerin kolektif belleği tetikleme potansiyeline sahip oluşu ile en tatmin edici tüketici deneyimlerinin nostaljik imgeleme harekete geçiren unsurlardan oluşması arasında sıkı bir bağlantı vardır. Bahse konu gelenek kategorisi hala ve kısmen işlevsel olması itibariyle anlamlı; unutulmaya yüz tutmaya başlamış olması itibariyle nostaljik; sosyo-kültürel yaşamın ritminin dışında işlemesi itibariyle ilgi çekebilecek içeriklerden oluşmaktadır. Ölü geleneklere ait içeriklerin yaratıcı kültür endüstrilerinde kullanımı ise genel tüketici profilinin söz konusu içerikleri anlamlandıramaması nedeniyle anakronik bir tercih olabilir. Otantik bağlamını, kullanım ortamını ve birincil işlevini tamamen yitirmiş olması nedeniyle anlam atfetmenin zorlaştığı bu türden içerikler, hız, yenilik ve farklılığı talep eden postmodern tüketicinin ilgisini çekmede başarısız olabilir. Yaşayan ve aktif geleneklerin kültürel imgelerinin etki ve cazibesi ise sıradanlık, aşinalık ve bayağılık kriterlerine takılabilir. Tüketiciler gündelik yaşamın bir parçası olan ve kanıksadıkları için ilginç, farklı ve çekici gelmeyen geleneksel içeriklerin kültürel yaratıcı sektörlerdeki kullanımlarına istendik reaksiyonları göstermeyebilir.

Kanonik imgelerin popülerliğini, işlevselliğini ve değerini arttırabilecek stratejilerden biri de ilgili bağlamda baskın ve yaygın biçimlerde kullanımda olan medya teknolojileri ve kültürleri özelinde dolayımlanmasıdır. Bir topluluğun üyelerinin zihinlerinde yer edinmiş geçmişe dair ortak imgeler, temsiller ve anlatılardan müteşekkil kültürel belleğin üyeler arasındaki senkronik ve diyakronik iletişimini mümkün kılan birincil (bedensel ve sözel medya) veya ikincil medya teknolojileri (yazılı, görsel, görsel-ışitsel ve dijital medya) aracılığında somutlaştırıldığı, aktarıldığı ve tüketildiği göz önünde bulundurulduğunda, dolayım (mediation) pratiklerinin, teknolojilerinin ve ekolojilerinin kültürel imgelerinin yeniden işlevselleştirilmesi, popülerleştirilmesi, ikonlaştırılması ve küresel dolaşıma sokulması bakımından taşıdığı stratejik önem de iyice belirginleşmektedir. Sözel teknolojiler ve gelenekler vasıtasıyla üretilen kültürel verimlerde somutlaşan imgelerin görsel, yazılı, görsel-ışitsel ve dijital medya teknolojilerindeki her yeniden

dolayılması (remediation) bahse konu imgenin sadece sürekliliğine veya sürdürülebilirliğine değil, farklı alanlarda katma değer üretilme potansiyelinin açığa çıkartılmasına da katkı sağlar. Dolayımamanın medya içi ve arası dinamikleriyle etkileşime girdikçe anlam, işlev ve etki bakımından daha da güçlenen bellek imgeleri, söz konusu medya araçlarıncı üretilen alt kültürle dahi sızarak alımlayıcı kitlesini çeşitlendirebilir ve genişletebilir. İmgenin farklı medya teknolojileri ve kültürlerindeki dolayımamalarından (t)üretilen temsiller, benzeşimsel ve andırışimsal niteliğinden dolayı konumlandığı her bağlamda ana imgeye de atıfta bulunduğundan bir bütün olarak kültürel belleğin işler ve işlevsel kılınmasına da hizmet eder. Bu alımlama bağlamlarına yönelik çözümlenmelerle Erl'ın (2008, s. 392-393) de dikkatleri çektiği üzere hem kültürel hatırlamanın medyalararasılık boyutlarının kavranması hem de bellek imgelerinin mevcut medya yelpazesindeki Bolter ve Grusin'ın (1999, s. 45) özlüce, bir aracının (medium) bir diğesindeki temsilleri olarak tanımladığı yeniden dolayımamaları vasıtasıyla nasıl kristalleştiği, stabilizeştiği, ikonlaştığı ve popülerleştiği de ortaya konabilir.

Sözlü edebi imgeler belleğinin kültürel yaratıcı endüstrilere entegrasyonunun daha sistemli, yönetilebilir ve sürdürülebilir biçimde gerçekleşmesine olanak sağlayabilecek kültürel-spesifik, pratik ve işlevsel bellek yönetim modellerinin tasarlanmasında işe koşulacak metodolojilerin üretilmesi de birincil dereceden önem arz etmektedir. Bu ihtiyacın giderilmesine katkı sağlama hususunda önerilebilecek alternatif bir metodoloji ise beş temel aşamada şu şekilde formüle edilebilir: Öncelikle kültürel yaratıcı endüstriler ile kültürel bellek ve kültürel imge arasındaki etkileşimlerin sosyal, kültürel ve ekonomik kalkınma hedeflerine ulaşmada taşıdığı stratejik önemin teorik ve pratik boyutları değerlendirilmelidir. Bu aşamada kültürel imgelerin kültürel ekonomik değerini ve kültürel yaratıcı ekonomideki yerini ortaya koyacak analizler de işlevsel olabilir. Katma değer üretebilecek kültürel imgelere erişim araçlarından/kanallarından birinin de sözlü edebiyat olduğu, imge-bellek-edebiyat etkileşimleri özelinde üretilecek kavramsal ve teorik çözümlenmelerle ortaya konmalıdır. Daha sonra kültürel imge, sözlü edebiyat ve kültürel bellek etkileşimlerinin kavramsal, teorik ve metodolojik çerçevesi oluşturulmalıdır. Bu aşamada pratik, işlevsel ve esnek bir kültürel imge tespit, tasnif ve kataloglama pratiğinin geliştirilmesi de gerekmektedir. Üçüncü aşamada ise kanonik imgelerin kültürel yaratıcı sektörlerde yaratıcı ve inovatif biçimlerde değerlendirilmesi için gereken öncelikler, kısa ve uzun vadeli vizyonlar ve stratejiler belirlenmelidir. Bu noktada katma değer üretim potansiyeli en yüksek imgelerin seçiminde kullanılacak kriterler de ortaya konabilir. Dördüncü aşamada ise kültürel imgelerin kültürel yaratıcı sektörlerde

etkin biçimlerde değerlendirilmesini sağlayacak yönetim, sermayelendirme ve uygulama planları ve modelleri geliştirilmelidir. Bu kapsamda kültürel imge belleği ile kültürel yaratıcı sektörler arasındaki etkileşimleri örnekleyen en iyi vakalar ve uygulamaların bağlamsal analizlerinin yanı sıra belirlenen örneklerin ardındaki kültür politikalarının karşılaştırmalı analizleri de yapılabilir. Son aşamada ise geliştirilen ve pilot uygulamalarla test edilen yönetim, tasarım ve uygulama modellerinin kullanım hakkı ve sorumluluğunun ilgili acentelere/aracılara transferi sağlanmalıdır. Bunun için çeşitli iletişim ve farkındalık yaratma stratejileri, aktif bilgi yönetimi süreçleri ve takım çalışmaları için gereken ağ tipolojileri oluşturulabilir.

Sonuç

Kadim, özgün, ve otantik kültürel imgeler rezervuarı olan sözlü edebiyat belleklerinin dondurulup sakınılarak değil işlenerek işlevselleştirilebileceğinin, muhafaza edilebileceğinin, yaşatılabileceğinin ve gelecek kuşaklara aktarılabileceğinin farkında olan topluluklar, yaratıcı sınıflarının kontrolünde ve yukarıda temel süreç ve aşamalarına değinilen etkili planlama, kurgulama, aktarım ve temsil sistemlerine dayandırılmış kültürel sermaye yönetim modelleriyle küresel arenada yetkin birer yaratıcı ekonomi ve yumuşak güç odağına dönüşmektedir. Türkiye gibi insan ve kültür sermayesi bakımından zengin, ekonomik ve yumuşak güç alanlarında kalkınma ve büyüme odaklı politikalar üretmeye çalışan toplumların somut olmayan kültürel sermayelerinin önemli bir bölümünü teşkil eden kültürel imgeler belleğini etkin biçimlerde değerlendirmesi büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda özellikle Türkolojinin kapsamına giren alanlarda araştırma ve uygulama faaliyetleriyle ilgilenen disiplinlerin edindikleri teorik bilgiden ekonomik katma değer üretmelerini teşvik edecek düzenlemelerin hayata geçirilmesi kritik bir meseledir. Türk kültür bilimcilerin yaratıcılık odaklı artistik ve teknolojik kültürel içerik üretimi konusunda pedagojik bir arkaplan edinmesini sağlayacak atılımlar bahsedilen dönüşümün gerçekleşmesine ivme kazandırabilir. Bu kapsamda yaratıcı sınıfın ilgili içeriğin sosyo-kültürel bağlamı içerisindeki icralarını deneyimlemesi, kültür bilimcilerin ise yaratıcı sınıfın üretim sistemi hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamak imgeler belleğinin çeşitli alanlarda etkin biçimlerde kullanılmasını kolaylaştırabilir. Türk sözlü edebiyat imgeler belleğinin kültürel yaratıcı endüstrilere entegre edilmesini destekleyecek teorik, metodolojik, pratik bilgilerin üretilmesinin teşvik edilmesi Türk kimliğinin, toplumunun, kültürünün ve belleğinin tecessümleri olan kültürel imgelerin Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınma hedeflerine, kültürel yaratıcı endüstrilerine ve yaratıcı ekonomisine de anlamlı katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- 📖 Aktulum, K. (2014). Folklorik İmgelem: Bir Toplumsal İmgeler Rezervuarı Olarak İmgelemin Epistemolojik Temellerine Giriş. *Millî Folklor*, 101: 277-290.
- 📖 Aristoteles. *De Anima*. C. Shields (Trns.). Oxford: Clarendon.
- 📖 Assmann, A. (2008). *Canon and Archive*. A. Erll and A. Nünning (Eds.). *Cultural Memory Studies*. Berlin: Walter de Gruyter.
- 📖 Assmann, J. (2011). *Cultural Memory and Early Civilization*. New York: Cambridge University Press.
- 📖 Baddeley, A. (1989) The psychology of remembering and forgetting, in T. Butler (ed.) *Memory: History, Culture and the Mind*, pp. 33–60. Oxford: Basil Blackwell.
- 📖 Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon*. Ankara: Doğu Batı.
- 📖 Bolter, J.D. & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT.
- 📖 Burke, P. (2017). *Shaping Memories. Literature and Cultural Memory*. M. Irimia, D. Manea & A. Paris (Ed.). *Literature and Cultural Memory*(p. 19-30). Leiden; Boston: Brill/Rodopi.
- 📖 Camp, E. (2009). Two Varieties of Literary Imagination: Metaphor, Fiction, and Thought Experiments. *Midwest Studies in Philosophy*, 33: 107-130.
- 📖 Carrassi, V. (2017). Theorizing, Collecting, Archiving, Reviving: The Lives (Or Life?) of Folklore. *Folk Life*, 55(1): 1-11.
- 📖 Çobanoğlu, Ö. (2003). *Türk Dünyası Epik Destan Geleneği*. Ankara: Akçağ.
- 📖 Erll, A. & Nünning, A. (2005). Where Literature and Memory Meet: Towards a Systematic Approach to the Concepts of Memory Used in Literary Studies. Herbert Grabes (Ed.). *Literature, Literary History, and Cultural Memory*(p. 261-294). Tübingen: Gunter Narr Verlag.
- 📖 Erll, A. & Ann, R. (2006). Literature and the Production of Cultural Memory. *European Journal of English Studies*, 10(2): 111-115.
- 📖 Erll, A. (2008). Literature, Film, and the Mediality of Cultural Memory. A. Erll and A. Nünning (Ed.). *Media and Cultural Memory*. Berlin: Walter de Gruyter.
- 📖 Erll, A. (2011). *Memory in Culture*. S. B. Young (Trns.). New York: Palgrave Macmillan.

- 📖 Finnegan, R. (2005). The How of Literature. *Oral Tradition*, 20(2): 164-187.
- 📖 Foley, J. M. (1991). *Immanent Art: From Structure to Meaning in Traditional Oral Epic*. Bloomington: Indiana University Press.
- 📖 Freud, S. (1996). *Düşlerin Yorumu* I. E. Kapkın (Çev.). İstanbul: Payel.
- 📖 Halbwachs, M. (2017). *Kolektif Hafıza*. B. Barış(Çev.). Ankara: Heretik.
- 📖 Herman, P. (2013). Saga Literature, Cultural Memory, and Storage. *Scandinavian Studies*, 85(3): 332-354.
- 📖 Hogan, P. C. (2005). Literary Universals and their Cultural Traditions: The Case of Poetic Imagery. *Consciousness, Literature and the Arts*, 6(2).
- 📖 Jung, C. G. (1980). *The Collected Works of C.G. Jung, Vol. 9, Part 1: The Archetypes and the Collective Unconscious*. G. Adler and R.F.C. Hull (Ed.-Trans.). Princeton: Princeton University Pres.
- 📖 Kant, I. (1993). *Arı Usun Eleştirisi*. A. Yardımlı (Çev.). İstanbul: İdea.
- 📖 Kearney, R. (2003). *The Wake of Imagination: Toward a Postmodern Culture*. London: Routledge.
- 📖 Keyes, R. (2004). *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. New York: St. Martin's.
- 📖 Klein, J.; Damm, V. & Giebeler, A. (1983). An Outline of a Theory of Imagination. *Journal for General Philosophy of Science*, 14(1): 15-23.
- 📖 Kugler, P. (2008). *Psychic Imaging: A Bridge Between Subject And Object*. P. Young-Eisendrath and T. Dawson (Eds.). *The Cambridge Companion to Jung*. (p. 77-92). Cambridge: Cambridge University Press.
- 📖 Lachmann, R. (1997). *Memory and literature: Intertextuality in Russian Modernism*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- 📖 Lachmann, R. (2004). Cultural Memory and the Role of Literature. *European Review*, 12(2): 165–78.
- 📖 Lamborn, A. B. (2016). The Deep Structure of Imagination. *Union Seminary Quarterly Review*, 65, 3(4): 66-82.
- 📖 Lord, A. (1986). The Merging of Two Worlds: Oral and Written Poetry as Carriers of Ancient Values. J. M. Foley (Ed.). *Oral Tradition in Literature: Interpretation in Context* (p. 19-64). Columbia: University of Missouri Press. 19-64.
- 📖 Noll, R. (1985). Mental Imagery Cultivation as a Cultural Phenomenon: The Role of Visions in Shamanism. *Current Antropology*, 26(4): 443-461.

- 📖 Nora, P. (2006). Hafıza Mekânları. Ankara: Dost Kitabevi.
- 📖 Oğuz, M. Ö. (2002). Küreselleşme ve Uygulamalı Halkbilimi. Ankara: Akçağ.
- 📖 Ong, W. J. (2012). Sözlü ve Yazılı Kültür: Sözün Teknolojileşmesi. S. Postacioğlu Banon (Çev.). İstanbul: Metis.
- 📖 Özdemir, N. (2018). Geleneksel Bilgi ve Kültür Ekonomisi. Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi, 18, 1-28.
- 📖 Özdemir N. (2012). Kültür Ekonomisi ve Yönetimi -Seçki-. Ankara: Hacettepe.
- 📖 Platon (2006). Devlet. S. Eyüboğlu-M. A. Cimcoz (Çev.). İstanbul: İş Bankası Kültür.
- 📖 Poirion, D. (1999). Literature as Memory: "Wo die Zeit wird Raum". Trns. G.V. Angelo. Yale French Studies, (95), 33-46.
- 📖 Rigney, A. (2005). 'Plenitude, Scarcity and the Circulation of Cultural Memory'. Journal of European Studies 35, 209–26.
- 📖 Rigney, A. (2012). The Afterlife of Walter Scott: Memory on the Move. Oxford: Oxford University Press.
- 📖 Sacco, P.L. (2011). Culture 3.0: A new perspective for the EU 2014-2020 structural funds programming. EENC Paper.
- 📖 Sacco, P.L., Ferilli, G. and Blessi, G.T. (2018). From Culture 1.0 to Culture 3.0: Three Socio-Technical Regimes of Social and Economic Value Creation through Culture, and Their Impact on European Cohesion Policies. Sustainability, 10(11): 1-23.
- 📖 Taylor, D. (2003) The Archive and the Repertoire: Performing Cultural Memory in the Americas. Durham: Duke University Press.
- 📖 Van Gogh, V. (2013). Theo'ya Mektuplar. Çev. P. Kür. İstanbul: Yapı Kredi.
- 📖 Yücel, H. (2013). İmgeden Yoruma. İstanbul: Ayrıntı.