

# Edebiyat ve tazeçilik

Category: Edebiyat öğreniş, Kitapçı, Romanlar

написано kitapçı | 23 январь, 2025

Edebiyat ve tazeçilik "Avangart"tan "Kitch"e / "Moda"dan "Demode"ye

## EDEBİYAT VE YENİLİK(\*\*)

Edebiyat ve sanat da tıpkı diğer ürün ve değerler gibi bir oluşum ve yapılanma sürecinden geçerler. Bir oluşum ya da yapılanmanın ise üç paydaşı vardır. Birincisi üretilen değer ya da ürünün malzemesi (kaynağı); ikincisi söz konusu değer ya da ürünün üretilme sebebi; üçüncüsü de değer ya da ürünün başından sonuna kadar üretilme hikayesi... Bunlardan birincisi için "ne"; ikincisi için "niçin"; üçüncüsü için de "nasıl" sorusunu anahtar olarak kullanabiliriz. Dolayısıyla bu üç soru için üretilen değer ya da ürün için "paydaşlar" nitelemesini de yapabiliriz.

Üretilen değer ya da ürün, pazarlama sürecinden sonra halka mal olur. Halk, söz konusu değer ya da ürüne ya itibar eder ya da etmez. İtibar ederse neden eder, etmezse neden etmez? İşte bu sorular aracılığı ile de "yeni", "kaliteli", "orijinal", "dayanıklı", "kaliteli" gibi toplumsal kabulü yansıtan algı dünyasına geçiş yaparız.

Üretilen değer ya da ürünün "yenilik"i ve "sahihlik"i tarih boyunca hep tartışma yaratmıştır. İşte burada başka bir soru gündeme gelmektedir. O da şudur: Yenilik ya da sahihliğin ölçütü nedir? Soruyu daha da açarsak, yenilik ya da sahihliği hangi paydaşta (soruda) arayacağız? "Ne üretildi"de mi, "Niçin üretildi"de mi yoksa "Nasıl üretildi" sorusunda mı? Yoksa hepsinde mi?..

Öncelikle vurgulayalım ki, "yenilik" kavramı ile "ilk" olma durumu arasında yakın bir ilişki vardır. Bu ilişkiye edebiyat / sanat açısından baktığımızda karşımıza şu durum çıkar:Edebiyat da, tıpkı diğer sanat türleri gibi üretilen edebi esere yöneltilecek üç temel sorudan (paydaştan)

oluşmaktadır. Birincisi “ne anlatıldığı” sorusunun cevabı olan “malzeme” (konu); ikincisi “niçin anlatıldığı” sorusunun cevabı olan “ideolojik tavır”, üçüncüsü de “nasıl anlatıldığı” sorusunun cevabı olan “eserin estetik yapısı”dır. Edebiyatta “yenilik”, “yenileşme” ve “değişim” gibi problemlere de ister istemez bu sorular açısından bakmamız gerekiyor. Daha açık soralım: Edebiyatta yeniliği belirleyen nedir? İşlenen konu mu (Ne anlatılıyor?); sanatçının eseri üretmesinin (ideolojik, poetik) sebebi mi (Niçin anlatılıyor?), yoksa üretilen eserdeki sanat-estetik yapılanma mı (Nasıl anlatılıyor?)...

Yeniliği işlenen konuda ararsak, Hz. Adem’den beri insanın hep aynı konu ve sorunlarla boğuştuğunu görürüz. Yani konularda bir yenilik aranması zor görünüyor. Acı, çile, aşk, ayrılık, hüzn vs. gibi konular ilk insanda da vardı, son insanda da olacak. Yani konularda “yenilik” diye bir durumun olması mümkün görünmüyor. Sanatçının söz konusu konuları açıklamasının sebepleri de hemen hemen aynıdır. Yani sanatçının her eseri ortaya koyarken takındığı “ideolojik, poetik tavır”, her sanatçıda aşağı yukarı aynıdır. Oysa sanatçının söz konusu konuyu ele alış, nitelendirişi, algısı, bakış açısı, işleyişi; o konuyu çok farklı imge ve metaforlarla bambaşka bir hale getirişi her zaman ilgi çekebilir. Yani sanatçının anlattığını “nasıl” inşa ettiği her zaman ilginç gelebilir. Dolayısıyla sanatta ve edebiyatta yeniliği belirleyen de işte burada altını çizdiğimiz “nasıl” sorusunda düğümlenmektedir. Neden burada düğümlenmektedir? Çünkü yenilik, kolay bir iş değildir. Çokça “aramayı” ve “tekrara düşmemeyi” gerektirir. Hatta hep orijinal (ilk) söylem unsurlarını gerektirir. Böyle yoğun bir çaba ve arayışın sonunda ortaya çıkan yenilik, tabii olarak toplumda anında karşılık bulamayabilir. Yani pek çok yenilik çoğu zaman insan toplulukları tarafından “olumsuz” karşılanmıştır. Hatta yenilikler ve yeniliklerin öncüleri korkunç cezalara bile çarptırılmıştır.

Burada “yenilik” hususunda da önümüze bazı sorular çıkıyor: Mesela, her “yeni” iyi midir? Bu soruya “evet” demek mümkün değildir. Aynı soruyu şöyle de soralım: Her “eski” kötü müdür?

Bu soruya da elbette “evet” demek doğru değildir. Bu tarz sorulara cevap vermek için konjonktüre bakmak gerekir. Mesela Hz. Ali der ki: “Her şeyin hayırlısı yenidir; fakat dostun hayırlısı, eski olanıdır.” Hz. Ali, bizce verilmesi gereken cevabı vermiştir. Ona göre “hayırlı olan yeniler” iyidir; “hayırlı olan eskiler” de iyidir. Demek ki hayırsız olan yeni dahi olsa olumsuzdur. Yani bunu konjonktür belirlemektedir.

Tıpkı “yenilik” kavramı gibi edebiyatta / sanattaki “akım”, “kuram” ya da edebiyat tarihi bağlamındaki “periyod” adlandırmaları da sorunludur. Özellikle Türk Edebiyatındaki “akım”, “kuram” ya da edebiyat tarihi bağlamındaki “periyod” adlandırmaları bu konuda yeniden gözden geçirilmelidir. Söz konusu adlandırmalarda hep “ne” sorusu (yani işlenen konular) ölçüt olarak alınmıştır. Mesela bir romanda “kadın” konusu ele alınınca, o romana hemen “feminist” yaftası yapıştırılmaktadır. Oysa feminizmi belirleyen “konu” değil, “kadın bakış açısı”, “kadın algısı”, “anlatılan hikayenin kadın duyarlılığını yansıtıp yansıtmaması” hususlarıdır; yani hikayenin “kadınca” anlatılıp anlatılmadığıdır (nasıl anlatıldı?..). Mesela, Milli edebiyatta vurgulanan “milli olma” şartı malzemede mi yoksa estetikte aranacaktır? Bu soruya “her iki unsur da milli olmalıdır” şeklinde cevap verebiliriz. Türk Edebiyatındaki mevcut örneklerle bakıldığında, Milli Edebiyat’tan anlaşılanın daha çok “konu” olduğu, “estetik”in ise pek tartışılmadığı görülmektedir. Yani milli bir konunun işlenmesi milli olmak için yeterli değildir. Mesela Tolstoy’un “Hacı Murat” isimli romanında konu Türk ve Müslümandır (Müslüman Çeçenlerdir, Şeyh Şamildir, Hacı Murat’tır); yani millidir. Bu malzemeyi işleyen ve yansıtan ise Ortodoks Hristiyanî bir bakış açısına sahip olan Tolstoy’dur. Yani Hacı Murat romanının estetiği, Tolstoy’un Ortodoks Hristiyanî bir bakış açısına dayanır. Bundan dolayıdır ki Hacı Murat, hiçbir edebiyat antolojimize bizim Milli edebiyatımızın (Türk Edebiyatı) bir örneği olarak alınmamaktadır. Bu da şunu gösteriyor: En az konu kadar o konuyu işleyip eser haline getiren sanatçının bakış açısı, temel felsefesi, inancı, kültürü vs. de önemlidir; hatta en başta gelen

belirleyicidir. Burada şunları da vurgulayalım: Romantik bir konu ya da insanı şayet "realist" bir yazar işlerse, o eser realist olur, romantik değil. Bunun tersi de doğrudur. Yani realist bir konu ya da kişiyi romantik bakış açısına sahip bir yazar işlerse o eser, romantik olur. "Nasıl anlatılıyor" merkezli bu örnekleri daha da artırabiliriz.

Edebiyat, yukarıda dikkat çektiğimiz üç temel sorudan (ne, niçin, nasıl) hangisine ağırlık verildiği noktasında kategorize edilmektedir. Bu sorulardan "ne" ve "niçin"e ağırlık veren edebiyat için "popüler"; "nasıl" sorusunu önceleyen edebiyat için de "estetik" sıfatını kullanabilir. Bu manada roman bağlamında şöyle iki tanım karşımıza çıkmaktadır:

**Popüler romanlar:** "Yazarı açısından estetik bir gaye güdülmeksizin kaleme alınan; yazılıp yayınlanmasında başta ticari kaygı olmak üzere, sanat dışı sebepler bulunan; okurun fikrinden çok duygu ve heyecanlarını harekete geçirmeyi hedefleyen; çok sayıda okura ulaşan; kolay anlaşılıp, rahat çözümlenen; okurda belirli bir seviye aramayan; klişeleşmiş, basmakalıp bir yapı arz eden; birçoğu filme alınarak -okur dışında- sinema ve televizyonda da çok sayıda izleyiciye ulaşan vs. nitelikte romanlar. Bunlar gibi, daha pek çok belirleyici vasfı bulunan bu tür romanlar, "Popüler Roman" olarak adlandırılır." [1]

**Estetik romanlar:** "Yazarı tarafından sanat-estetik bir gaye ile yazılan; yine, yazarı açısından ciddi bir uğraş olarak kabul edilen; yayınlanması sadece ticari sebeplere dayanmayan; okuru hazır duygu ve düşünce kalıplarından sıyrıp, onu her şeyi sorgulayıcı bir konuma getiren; yine, okurda belirli bir kültürel ve estetik birikim (seviye) arayan; bu yüzden az sayıda okura ulaşan; kurgusu ve anlatım tekniği açısından orijinallik arz eden (basmakalıp bir yapıya sahip olmayan) nitelikte romanlara "estetik roman" diyebiliriz." [2]

Bu iki roman tarzının "yenilik" bağlamında büyük bir yer işgal ettiğini ifade edebiliriz. Mesela, başlığa da taşıdığımız "avangart – kitch / moda – demode" gibi kavramlar sanatın

“popüler” boyutuyla ilişkilidir. Bir olgunun “popüler” olması, yanı geniş bir halk kitlesine tanıtılması için de kesinlikle “medya”ya ya da medya işlevindeki bir “araç”a ihtiyaç vardır. Medya, aynı zamanda kapitalizmin de bir “aracı”dır. Kapitalizm ise hemen her şeyi dünya sevgisi (sekülerizm) uğruna “kullanabilir”. Buna “kutsal”lar da dahildir. Yani kapitalizmin aracı durumunda olan medyada hemen her “değer”, adeta “kazanç” (kâr) objesi olarak görülür. Bu bağlamda medyanın sorduğu en temel sorular, “Değerli olan şey nedir?” değil, “Kâr getiren şey nedir?” sorularıyla açığa çıkmaktadır. Bu durumda bir şey değerli dahi olsa, şayet kâr getirmiyorsa hemen “itibar”dan düşer ya da düşürülür. Bunun yerine değersiz de olsa, kâr getiren “şey” konulur. İşte “avangart – kitch” ya da “moda – demode” kavramları bu ortamda oluşur. Kâr getireceğine inanılan bir şey ilk önce büyük bir “reklam” kampanyasıyla kitlelerin dikkatine sunulur. Kitleler buna rağbet edince amaca ulaşılmış olur. Ancak kitlenin rağbeti “süreklilik” arz etmez. Günden güne rağbette bir azalma görülür. Bu azalma ile birlikte “kâr” (kazanç) da azalmaya başlar. Hatta bir zaman sonra sıfırlanır. Yani belirli bir süre önce büyük bir reklamla büyük bir “değer” (avangart) olarak sunulan şey, bir süre sonra itibar yitirir. Buna da “kitch” denilir. Bu durumun, insanların algıları bağlamındaki karşılığı “moda”nın “demode” olmasıdır.

Bu durumda akla birçok soru gelmektedir. Bunların başında “Değerli olan bir şey nasıl olur da değersizleşir?” sorusudur. Şayet ortada böyle bir şey varsa, burada en başta “değersiz” olan bir şeyin “değerli” olarak kitlelere sunulmuş olduğu ve kitlelerin aldatılmış olduğu anlamı ortaya çıkmaz mı? Yani bütün bir kitle “manipüle” edilmiş olamaz mı? Soruları biraz daha artıralım: “Değerli” olmanın ölçüsü nedir? Sanat-edebiyat eserinin içeriği mi, kurgusu mu, biçimi mi... Asırlara meydan okuyan sanat-edebiyat eserlerinde, “biricik (tek) olma”, “hayata ve insana dair bir şeyi “keşfetme”, en önemlisi de insanın “evrensel” gerçekliğini içerme gibi özellikler vardır. Bu tür eserler bu yönleriyle belki anında büyük bir kitleye ulaşamayabilirler. Hatta çoğu yüzyıllar sonra “anlaşılabilir”.

Bu, bu tür eserlerin “değersiz”liği mi demektir? “Değer”, bu tür kriterlere göre değil de, “acaba çok satılır mı?”, “çok kâr getirir mi?” tarzı sorulara göre belirlendiği için, popüler kültür ortamında pek çok değerli eser “itibar suikastı”na uğramıştır. Onların yerine gerçek sanat-edebiyat kriteri açısından herhangi bir “değer” içermeyen zayıf eserler konulmuştur. (Burada Tanpınar’ın “sükut suikastına uğradım.” mealindeki cümlesini hatırlayalım.)

Burada söylemek istediğimiz şu: Hakiki sanat-edebiyat eserleri “avangart” ya da “moda” kavramlarıyla ifade edilemez. Şayet bu kavramlarla ifade edersek, değerli de olsa her sanat eserinin bir gün “kitch”leşeceğini ya da “demode” olacağını söylemiş oluruz. Böyle bir tutum da asla doğru değildir. Çünkü tabir uygunsuzsa, hakiki sanat-edebiyat eserleri her zaman “avangart” ya da “moda”dır. Asla da “kitch”leşmezler ya da demode olmazlar. Yunus Emre’nin mısrasından mülhem söylersek, hakiki sanat-edebiyat eserleri her dem “yeni”dirler; onlardan kim usanır? Ya da böyle sanat-edebiyat eserleri geleceğin “klasikleri” olmaya aday değiller midir?...

Popülerleştirmeye yönelttiğimiz bu eleştirilere muhtemelen şöyle bir karşı eleştiri getirilebilir: Ne yani, değerli yazarları ve sanatçıları hiç gündeme getirmeyelim mi? Onları yeni nesillere hiç tanıtmayalım mı? Bunun ne zararı var? Bundan niye rahatsız oluyorsunuz? Bu tarz eleştiri getirecek olanlar bizi şu konuda ikna edebilirler mi? Gerçekten niyetiniz değerli bir sanatçıyı ya da yazarı bugünün okuyucularına tanıtıp sevdirmek mi? En önemlisi söz konusu eseri ve yazarı “anlamak”, “yorumla(t)mak” ve “anlatmak” mı? Yoksa bu “iyi niyet”e sığınıp siyasi, ideolojik ya da ticari bir amacınızı mı gerçekleştirmek istiyorsunuz? Burada şunu da belirtelim ki, “iyi niyet” içeren tasavvurlar ve planlar-projeler, söz konusu iyi niyeti hayata geçirecek “araç ve teknikleri” (“nasıl yapılacak”) gerektirirler. Ancak, yapılanlar ve gördüklerimiz “iyi niyet” içeren gerekçeleri maalesef yalanlıyor. Bu da “manipülasyon” demektir. Manipülasyonun olduğu yerde de ne “değer” kalır ne de “hakikat”. Hakikat kalsa bile bu hakikat, “değer yitimine

uğratılmış”tır. Özdemir İnce, kapitalizm ortamında görülen ve popüler kültürün yaygın olarak kitlelere hakim olduğu bu durum için şu saptamayı yapar: “(Böyle bir ortamda) yazının yerini sayı; bilim adamının yerini mühendis; felsefenin yerini de istatistik alır.”[3] Özdemir İnce’nin bu tespitinin bir benzerini de Erol Güngör yapar. Daha doğrusu Erol Güngör’e ait bir tespiti Cemil Meriç alıntılar. Cemil Meriç’in alıntılacağı Erol Güngör’e ait söz şöyledir: “Yeni nesiller sadece bedeni çalışmadan değil, zihni çalışmadan da kaçıyorlar; eğitim yerine diploma, teori yerine reçete, kitap yerine broşür istiyorlar.”[4]

Sonuç olarak şunu belirtelim ki, edebiyatta / sanatta yenilik işlenen konuda değil, o konuyu işleyen sanatçının “bakış açısı”nda aranmalıdır. “Yenilik”ten kasıt, “ilginç olan”, “orijinal olan” ya da “değişik olan” ise, bunu ancak sanatçının gün görmemiş imgeleri, metaforları ve anlatım teknikleri belirler. Sanatçının işlediği konunun “yenilik” bağlamında herhangi bir ağırlığı yoktur.

“Gök kubbe altında söylenmemiş söz yoktur” cümlesi de esasında “Gök kubbe altında ele alınmamış konu yoktur” anlamında yorumlanmalıdır. Mademki gök kubbe altında her konu ele alındı; ele alınan bu konuların birbirinin aynısı ya da tekrarı olmadığını biz, söz konusu konuların yeni imgelerle, yeni metaforlarla ve yeni anlatım teknikleriyle ele alınmasından anlıyoruz. Bu da şu manaya gelir: Yenilik, yeni bir şey (konu) işlemekle değil, bir şeyleri (bilinen konuları) yeniden, yeni bir bakış açısıyla ve yeni bir anlatım tekniği ile söylemekle gerçekleştirilir. Aksi takdirde sanatı ve edebiyatı “avangart – kitch” ve “moda – demode” dörtgenindeki tuzağa düşürmüş oluruz. Şayet edebiyat böyle bir tuzağa düşerse, onun dejenere olması ve itibar kaybetmesinin önü de açılmış olur. Sadece bununla da kalmaz; sahte (çakma, popüler) edebiyat ve sanat örnekleri hakiki edebiyat ve sanatın yerine ikame edilmiş olur.

(\*\*)Bu yazıyı yazarken daha önce yayınlanan “Avangart –Kitch / Moda – Demode Dörtgenive Sanat – Edebiyat” (Mahalle Mektebi,

Temmuz-Ağustos 2017, Sayı: 36, s. 55-58)ve “Yeni Bir Şey Söylemek mi Bir ŞeyleriYeniden Söylemek mi” (Bizim Külliye, Haziran-Temmuz-Ağustos 2019, Sayı: 80, s. 12-14) adlı makalelerimden geniş ölçüde faydalandım (Ş.S.)

(\*)Prof. Dr. Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Öğretim Üyesi, İSTANBUL.

[1]Şaban Sağlık, Popüler Roman / Estetik Roman, Akçağ Yay. Ank. 2010, s. 120.

[2]Şaban Sağlık,a.g.e., s. 242.

[3] Özdemir İnce, “Soruşturma”, Varlık, Kasım 1994, Sayı: 1046, s. 12.

[4] Cemil Meriç, Mağaradakiler, İletişim Yay. İst. 1997, s. 254.

Şaban SAĞLIK.

© «Ay Vakti» žurnaly, 25.05.2020 ý. Edebiyatý öwreniş