

HALK BİLİM ARAŞTIRMALARINDA ÜÇÜNCÜ BOYUT

Doç. Dr. Metin EKİCİ*

Türkiye’de halk bilimi alanındaki çalışmaların yüz yıla yaklaşan bir tarihi bulunmaktadır. Türk halk bilimiyle ilgili alan araştırmaları ve bilimsel incelemeler 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren büyük bir hız kazanmış ve “evrenselleşen” dünya kültürlerine önemli katkılar yapabilecek Türk halk bilgisi yaratmalarını tanıtabilecek bir noktaya ulaşmıştır.

Bu bildirinin konusu, halk bilgisi ve halk bilimi alanında “üçüncü boyut” olarak adlandırdığımız bir aşamada nelerin yapılması gerektiği hakkında olacaktır. Halk bilim çalışmalarında ilk boyut “tespit”, ikinci boyut “derleme” ve üçüncü boyut da “temsili” ve “sunum”dur. Biz de, ilk olarak bu üç boyuttan ilk ikisinde neler yapıldığını ve nasıl yapıldığını kısaca değerlendirecek ve daha sonra üçüncü boyutta neler yapılması gerektiğini tartışacağız. Çünkü, Türk halk bilgisi hakkında yapılan pek çok çalışma ve araştırma sonucunda, üçüncü boyuta taşınabilecek nitelikte halk bilgisi yaratması tespit edilip, derlenmesine rağmen, bunların “temsili” ve “sunumu” konusunda çok fazla bir şey yapıldığını söylemek mümkün değildir. Halk Bilimi öğrencilerinin belki sorguladıkları ve sorun ettikleri, belki de hiç sorun etmeyi düşünmedikleri konulardan biri üçüncü boyuttur. Üçüncü boyutu daha iyi anlamak ve kavramak için ilk iki boyuta kısaca bakalım.

Halk Bilim araştırma ve incelemelerinde ilk boyut “tespit”tir. Halk biliminin ne olduğundan başlayıp, halk bilgisi yaratmalarının türlerini tanıtmak ve buradan hareket ederek, halk bilimi konusu içinde yer alan tür ve yaratmaların, başta kendi bölgemiz olmak üzere, çeşitli bölgelerde bulunup, bulunmadığını belirleme işi halk bilim çalışmalarının tespit boyutunu oluşturmaktadır. Halk Bilgisi (Folklor) nedir diye sorulduğunda, bilimsel bazı açıklamalar yerine, sadece “maddi ve manevi kültür ürünleri”dir, şeklinde cevap vermek veya da “türkü, mani, efsane, masal, destan, hikaye, bilmece, tekerleme, atasözü, deyim, ninni vb. gibi edebî yaratmalar” ve aynı zamanda “doğumdan ölüme âdet ve inanmalar, yağmur duası gibi geleneksel uygulamalar” ve de “halk müziği, halk oyunları ve dansları gibi yaratmalar” halk bilgisidir şeklinde verilen cevabın arkasından, öğrencileri bu türlerden biri veya bir kaç üzerinde çalışmaya sevk etmek tespitle ilgilidir. Yine aynı şekilde, ister öğrenci olsun, ister uzman olarak halk bilimiyle uğraşan kişiler olsun, bir halk bilimcinin kendi

* Ege Üniversitesi, Türk Dünyası Araştırmaları Enstitüsü, Türk Halk Bilimi Anabilim Dalı Öğretim Üyesi.

yaşadığı bölge veya başka bölgelerde bu türlerin durumunu belirleme işine kısaca “tespit” aşaması diyebiliriz.

Halk bilimi çalışmalarının ikinci boyutu ise, “derleme” aşamasıdır. Bu boyutta yapılan işlem; herhangi bir yerde var olduğunu belirlediğimiz halk bilgisi yaratması veya yaratmalarının, kullanılacak bir yöntemle ve belli bazı araç ve aletlerle kaydedilmesidir. Buna ek olarak, kaydedilen bu halk yaratmalarının, kaydedicisinin niyetine göre tasnif edilmesi, düzenlenmesi ve arşivlenmesi de derleme boyutunda yapılan işlemlerden sayılabilir.

Üçüncü boyut, temsil ve sunumla ilgilidir. Halk bilgisi ürünlerinin temsili ve sunumu konusunda neler yapabiliriz? Üçüncü boyutta tartışılması gereken asıl konu bu iki temel sorun ve bunlara bağlı sorunlardan oluşmaktadır. Halk bilimci olarak görevimiz sadece var olanı tespit etmek, derleyip, arşivlemek değil, aynı zamanda tespit ettiğimiz ve derlediğimiz kültürel değerlerin sunumunu yapmak, devamlılığını sağlamak ve yerelden küresele ulaşacak bir kültür değeri haline getirilmesi görevidir. Bu noktada ele alınması ve üzerinde durulması gereken yani temsil ve sunumu gerçekleştirmede, turizm, ekonomi, siyasal durum ve etik kavramlarını da düşünmek gerekmektedir. Bunlar da, başlı başına ayrı birer problemdir. Üçüncü boyuta gelen bir halk bilgisi yaratması neden bu boyuta taşınmayı hak ediyor veya etmeli? Bir halk bilgisi yaratmasının kültürel temsil, “representation” özelliği; yerel, ulusal ve uluslar arası olarak yeterli mi?

Üçüncü boyutun bir başka önemli sorunu ise, yönlendirmedir. Araştırıp, incelenen bir yerel halk bilgisi unsurunun aynı şekilde sürdürülmesi mi, yoksa bazı tavsiyelerle yenilenerek gelişmeye bırakılması mı gerekir? Halk bilgisine sahip olan “halk” grubunu yönlendirme görevi halk bilimcinin üçüncü boyutta yapması gereken bir iş mi, yoksa değil mi? Eğer halk bilimci bunu yapmazsa, başka birilerinin yaptığı yönlendirme ile halk bu yaratmayı geliştirmeyi tercih eder mi? Halk bilgisi yaratmalarının temsil ve sunumunda görsel ve işitsel iletişim araçlarının veya medyanın olumlu ve olumsuz etkileri nelerdir? Bunları sıra ile tartışalım.

Üçüncü boyutun ilk kısmını “temsil” sorunu oluşturmaktadır. Temsilde tartışılması gereken konu, yerel bir halk kültürünü hangi halk bilgisi ürünlerinin temsil etmesi gerektiğine karar vermekle ilgilidir. Bir ülke, kendi içinde pek çok bölgesel veya yerel halk kültürüne sahiptir. Bu ülkenin ulusal halk bilgisi unsuru haline gelebilecek, ya da ulusal değer haline getirilebilecek pek çok yerel halk bilgisi yaratması vardır. İdeal olan; mümkün olduğunca çok yerel halk bilgisi yaratmasını, ulusal halk bilgisi değeri haline getirmektir. Ancak bu iş sanıldığı kadar basit veya kolay bir iş değildir. Bilindiği üzere, halk bilgisi yaratmaları, sözlü veya yazılı edebî ürünler ve inanç ürünleri; görsel ve işitsel müzik ve dans ürünleri ve de

materyal veya somut üretime dayalı maddi yaratmalardan oluşur. Bu alanların her birinde yaratılmış bütün halk bilgisi ürünlerini yerelden ulusala ve oradan da evrensele taşımak mümkün değildir. Bu alanlardan ve onların alt gruplarından, belli esas ve ölçütler çerçevesinde seçme yapılabilir.

Hangi halk bilgisi yaratmalarının yerelden alınıp, ulusal değer haline getirileceği konusunda karar vermek, her hangi bir kişinin kendi kendisine yapması gereken bir iş değildir. Bu konu; her şeyden önce halk bilimi alanında eğitim görmüş, tespit ve derleme aşamalarında çalışmış, deneyimli halk bilimcilerin işidir. Diğer türlü, herkesin kendi kafasına, yani kendi düşünce ve dünya görüşüne göre hareket ederek bir belirleme yapması durumunda bir karmaşa durumu ortaya çıkacak ve Türk kültürünün hemen her alanında gördüğümüz “arabeskleşme” halk bilim çalışmalarının üçüncü boyutunda da kaçınılmaz olacaktır.

Deneyimli ve eğitimli bir halk bilimcinin kendi bölgesi veya daha başka bölgelerde araştırma yaparken tespit ettiği ve derlediği malzemenin şu üç temel seviyeden birinde yer aldığını veya alabileceğini belirleme yeteneği olması gerekir. Bu konuda, Türk halk bilgisi ustalarının, Türk esnaf ve sanatkarının özellikle maddi kültür alanında yarattığı ürünleri tasnif etmede kullandığı ve Amerikalı halk bilimci Henry Glassie tarafından da kabul edilip, uygulanmış olan “sade”, “canlı”, “ciddi” ölçütleri kullanılabilir¹.

Bir halk bilgisi yaratmasının bu üç ölçütten birine uygun olduğu veya bunlardan biri içinde yer alması söz konusudur. İster sözlü veya yazılı olsun, ister görsel ve işitsel olsun ve isterse maddi alanda yaratılmış olsun, her halk bilgisi yaratması bu ölçütlerle değerlendirilebilir. Bu ölçütlerin anlamlarını kısaca açıklayalım.

“Sade” olan bir halk bilgisi yaratması esas itibarıyla ve sadece “işlev”le ilgilidir. Yani bir ihtiyaca binaen ve bir ihtiyacı karşılamaya yönelik olarak yaratılmış ve yaratılmaya, aktarılmaya devam etmektedir.

“Canlı” olan ise; belli bazı işlevler yanında, sınırlı estetik olgu, yaratma ve sanat kaygısını da içerir. Başka bir ifadeyle bu tür yaratmalar belli oranda ustalık içerir. Geleneksel değerleri ifade eden halk bilgisi yaratmaları az da olsa ustalık anlayışı ile birleşince canlı hale gelir.

“Ciddi” olan ise; ürünün temel işlevlerini yerine getirmede son derece başarılı olması yanında, estetik ve sanat anlayışını ve bir ustanın zevki ve aşkını en iyi şekilde yansıtmasıdır. Bu tür ürünlerde, özenle seçilmiş malzeme kullanımı, üretim aşamasında çok ciddi bir tekrarlama ve bunun sonucunda mükemmel olanı elde etme kaygısı vardır. İster bir halk dansı

¹ Henry Glassie. Turkish Traditional Art Today. Indiana: Indiana University Press, 1993.

olsun, ister bir türkü, ister bir masal veya hikaye, isterse bir sepet veya masa örtüsü, ciddi olarak yaratılan ürünler kesinlikle kendilerini kanıtlayacak özellik ve nitelikleriyle ayrılırlar. Bu üç seviyeyi şöyle bir örnekle açıklamak mümkündür. Günlük ihtiya ınızı karşılamak için aldığınız bir bardak son derece ucuzdur ve basit bir üretim sonunda ortaya çıkmış bir üründür. Aynı ürünün biraz daha işlenmiş, daha fazla yontulmu  ve kaliteli bir malzemeye üretilmiş olanı ise canlıdır. Eğer bu bardak çok özenle seçilmiş bir malzeme kullanımı ve bardak üretiminde yıllardır uzmanla mı  bir ustanın birkaç haftalık emek harcaması sonucunda üretilmiş ise, biz, ciddi bir eserle karşı karşıyayız demektir. Aynı şekilde bir halk dansı veya bir masal veya fıkra anlatımı da bu ölçütlerle değerlendirilebilir.

Bu üç temel ölçütten hangisine ula mı  bir ürünün yerelden ulusala taşınması gerektiği konusunda karar vermek çok zor değildir. Siz bir müze kuracak olsanız bu ürünlerden hangilerini teşhir veya sergi salonuna koymayı tercih edersiniz? Tabii ki, sizi hem işlev, hem sanat ve estetik bakımdan en iyi şekilde temsil edecek olan “ciddi” yaratmaları. Böylece, “ciddi” olarak yaratılmış olan halk bilgisi yaratmalarının Türk halk kültürünü temsil etmeleri kabul edilebilir. Burada üzerinde durulması gereken noktalardan biri de halk bilgisi yaratmalarının “geleneksellik” özelliğidir.

Bilindiği üzere halk bilgisi yaratmalarının en temel ve en belirgin özelliklerinden biri “geleneksellik”tir. Geleneksellik kavramı sadece “eski” veya “antik” olma  l  tleri üzerine kurulmamalıdır. Geleneksellik içinde vurgulanması gereken kavramlar ise; “toplumsallık”, “süreklilik” ve “ e itlilik” olgularıdır. Bir yaratmanın işlev, içerik ve estetik bakımdan bir toplumla birleşmesi; başka bir ifadeyle, bir halk bilgisi yaratmasının işlev bakımından toplumun ihtiya ını karşılaması, içerik bakımından toplumun diğer değerleriyle uy ması ve estetik bakımdan toplumun sanat anlayışını yansıtması gerekir.

Süreklilik ise; bir halk bilgisi yaratmasının ait olduğu toplumun  yeleri tarafından kuşaklar boyunca tekrarlanan bir nitelik arz etmesi meselesidir. Yani kuşaktan ku a a; sözlü, görsel veya materyal olarak aktarılması ve bu suretle yeniden ve tekrarlanarak yaratılmasıdır.

Çeşitlilik ise; süreklilik kavramı içinde bir toplumun ihtiyaçlarını kendi sanat anlayışı ile birleştiren ve kendi sanat ve yaratıcılık gücünü ve ifadesini kullanarak yaratan bireysel sanatçıların getirdiği farklılıktır.

Bütün bunların sonucunda “geleneksel” olanı; “gayri resmi yol ve yöntemlerle ve zaman içinde bir şeyler yapma ve üretmenin ve de kullanmanın özel bir yoluyla elde edilen bir olgu” şeklinde tanımlamak gerekir. Ancak geleneksellik içinde “yaratıcılık” ve “de i me” kavramlarını da mutlaka vurgulamak gerekir.

“Geleneksellik” ve “değişme” kavramı belki birbirine tezat olarak görülebilir. Ancak; her kuşakta değişen kültürel çevre ve özellikle kültürün teknolojik yönü, kültür içindeki diğer iki birimi; “toplumsal örgütlenme” ve “ideolojik birimleri” de belli ölçüde değiştirmektedir. Teknolojik kısımdaki hızlı değişme, sosyal örgütlenme kısmına biraz, ideolojik kısma ise çok az etki etmekte ama her halükarda, zincirleme bir reaksiyon halinde az veya çok değişme meydana gelmektedir. Değişme her zaman iki şekilde meydana gelir. Toplumsal yaşam tarafından benimsenen, yaşamı kolaylaştıran ve bunlarla ilgili kısımlarda meydana gelen değişme olumludur. Olumlu değişme ise, her zaman “gelişme” kavramı ile ifade edilir. Toplumsal değerlerle uyuşmayan veya sürekli bir çatışma arz eden nitelikteki bir değişme ise “bozulma” veya “dejenerasyon” kavramları ile ifade edilir. Geleneksel olan içinde yaratıcılık ve yaratıcılığın getirdiği bir değişme ve değişmenin de getirdiği bir gelişme, az veya çok mutlaka vardır ve olacaktır. Türk halk kültürünü temsil edecek olan yaratmaların geleneksel bağlamda yenilenen ve ciddi boyutta yaratılmış ürünler olması gerekmektedir.

Üçüncü boyutta temsilden sonra gelen sorun ise, “sunum”dur. Hangi halk bilgisi yaratmalarının temsil etmesi gerektiğine karar verdikten sonra, bu yaratmaların ne gibi amaç veya amaçlarla, kim tarafından ve nasıl sunulması gerektiği konuları da tartışılması gereken hususlardır.

Sunumla ilgili sorunlardan ilki “ne amaçla sunum yapılacağıdır” demiştik. Sunum temelde ekonomik, turistik ve tanıtım amaçlı olabilir. Temsil gücü olan bir halk bilgisi ürününün ekonomik değeri zaten vardır ve böylesi bir yaratma, içerik ve işlevi bakımından en azından kendi toplumu içinde bir ekonomik değere mutlaka sahiptir. Ekonomik değer artırılması noktasında turistik amaç ön plana çıkmakta, çünkü yerel veya ulusal bir halk bilgisi ürününün evrensel boyuta çıkması veya çıkartılması söz konusu edilmektedir. Turistik amacın gerçekleştirilmesinde tanıtım önem kazanmaktadır. Bu tür sunumlar daha çok dış dünyaya yönelik sunumlar olarak kabul edilebilir.

Sunumun bir başka amacı ise; bir toplumun kendi kültürel kimliğini korumaya yönelik olarak kendi ürünlerine sahip çıkmasını sağlamaktır. Sunumu yapılmayan halk bilgisi yaratmaları dar bir yerel alanda kalacak ve başka bölge ve hatta başka toplumlardan gelen sunumların etkisiyle azalıp kaybolacak; yani başka toplumların yaratmaları onların yerini alacaktır.

İster ekonomik ve buna bağlı olarak turistik ve tanıtım amaçlı olsun, isterse kendi kimlik ve benliğini korumaya yönelik olsun, halk bilgisi ürünlerinin sunum ve tanıtımını mutlaka yapmak gerekmektedir. Bu sunum ve tanıtımı yaparken gelişigüzel veya bilinçsiz bir yaklaşım, geleneksel kavramı içinde ciddi olarak yaratılmış ürünlerin bile gayri ciddi olarak

algılanmasına, yani değersiz görülmesine yol açabilir. Etkili bir sunum yapabilmek için, halk bilgisi yaratmalarının tanıtımında halk bilimi eğitimi almış, uzman kişilerden yararlanmak gerekmektedir.

Bugün pek çok ülkenin görsel ve işitsel medya organlarında halk bilgisi ürünlerine ve bunların tanıtımına yer verilmekte, ancak bu sunum ve tanıtımlarda konunun uzmanı olmayan kişiler tarafından bilinçsiz bir sunum yapılmaktadır. Bundan dolayı da bazen insanlar sahip oldukları ve yarattıkları halk bilgisi ürünlerinden dolayı utanç duyacak hale gelmekte, bazen de bir ürün gereksiz abartılarla layık olmadığı bir değer haline getirilip, sunulmaktadır. Örneğin; bir kahvehanede saz çalıp şiir söyleyen ve hikâye anlatan âşıklarla ilgili çok az sunum yapıp, bu alandaki ürünler değersiz gibi gösterilirken, Türk kültürüne ait olduğu bile tartış gerektiren, ancak günümüzde çok fazla sunumu yapılan ve âdetâ Türk kültürüyle, Türk insanıyla özdeşleştirilen göbek dansı ise aşırı derecede abartılarak sunulmaktadır. Medya organları bu konuda yeterince hassas davranmak zorundadır. Bir halk bilgisi ürününün tanıtım ve sunumunu yaparken mutlaka halk bilgisi uzmanlarından yararlanmaları gerekmektedir.

Sunumda sadece medya organları değil, müzelerimiz gibi devlet kurumları ve özel kurum ve kuruluşlar tarafından da yapılmaktadır. Ancak bu sunumlar da yetersiz bir şekilde yapılmaktadır. Bugün hemen her şehirde bir tane bulunan ve adı “Etnografya Müzesi” olan sergi salonlarındaki eşyalara baktığımızda, hep eski olan eşyalar yetersiz açıklamalarla sergilenmektedir. Her şeyden önce bu müzelerin adlarını “Halk Bilgisi Müzesi” olarak değiştirmek gerekmektedir. Bundan sonra yapılması gereken ise, bu mekanlardaki açıklama ve bilgileri daha da zenginleştirmek “sanat eseri” ve “sanatçı” ilişkisini ve de toplumla ilişkisini de belirterek yeniden düzenlemek gerekmektedir. Yine sesli açıklama ve efektlerle bu müzeleri daha canlı ve cazip hale getirmek mümkün olabilir.

Sadece medya organları ve müzecilik sisteminde yapılacak değişimler değil, aynı zamanda sunum konusunda halk bilgisi ürünlerinin yaratıcısı ve satıcılarını ve de kullanıcıları yönlendirmek gerekmektedir. Özellikle materyal alanındaki halk bilgisi ürünlerinin üretici ve satıcılarını da daha bilinçli kılmak, sahip oldukları veya ticaretini yaptıkları ürünlerin sadece belli işlevlere sahip her hangi bir materyal değer değil, aynı zamanda bizim toplumsal değerlerimize ve toplumumuza mensup sanatçılara ait yaratmaları alıp sattıklarını bilmelerini sağlamak gerekir. Eğer bu bilinç üreticiden, satıcıya yaratılabilirse örneğin, bir Türk halısı veya kiliminin Türk insanının hayatındaki çok geniş değerleri, renk dünyasını, doğa tutkusunu, insan-doğa ve eşya bağlamında yansıtan bir yaratma olduğu öğrenilir ve öğretilirse, kısacası bir el halısının neden bir kültür değeri olduğu benimsenirse sunum da daha sağlıklı bir sonuç getirecektir.

Sunumla ilgili son sorun ise; “etik” sorunudur. Etik sorun, halk bilgisi ürünlerinin derlenmesi anından itibaren başlayan “sahiplik” ve “aitlik” meselesidir. Derlediğiniz bir hikâye veya masalın sahibi kimdir? Başka bir ifadeyle; bir halk bilgisi ürünü bir kişiye ait olabilir mi? Halk bilgisi ürünleri toplumsal aidiyet ve toplumsal sahibiyet özelliğine sahiptir. Türk toplumunun üyesi olduğunu iddia eden herkes Türk halk bilgisi ürünlerinin sahibidir. Ancak bu ürünlere sahip olma hakkı olan bir kişi, bu ürünleri isteği gibi kullanma ve bunlardan istediği gibi bir ekonomik değer elde etme hakkını kazanmaz. Örneğin; bir halk türküsünün sözlerini ve müziğini bozarak toplumun benimsemeyeceği bir şekilde ve “anonim” adı altında kullanıp, bundan ekonomik bir getiri ve ayrıca bireyin kendisine de bir ün sağlama girişimi etik olarak uygun olmayacaktır. Diğer taraftan geleneksel bir türün şeklini yeni değerlerle doldurmak veya geleneksel bir güfteyi toplumsal değerlerle uyuşan bir çerçevede yeniden düzenleyerek sunmak daha uygun bir yaklaşım olacaktır.

Sonuç olarak şunları söylemek mümkündür: Halk bilgisi ürünleri sadece tespit ve derleme aşamasında bırakılmamalı, üçüncü boyut olan sunum ve tanıtım aşamasında da değerlendirilmelidir. Üçüncü boyut, halk bilim uzmanlarına danışarak yapılması gereken sunum ve tanıtımı getirmelidir. Halk bilimi alanında yetişmiş uzmanlar tarafından medya organlarında, müzelerde, eğitim kurumlarında, sempozyum, panel ve çalıştaylarda yapılacak sunumlar daha fazla halk bilgisi ürününün yerelden ulusala, ulusaldan evrensele ulaşmasını sağlayacaktır. Bütün bunlar hem millî kimlik ve benliğin korunması, geliştirilmesinde hem de ekonomik anlamda halk bilgisi ürünlerinin daha ciddi katkı sağlamasına yol açacaktır.