

Walter Benjamin'in Hikâye Anlatıcısı, Deneyim ve Enformasyon Yaklaşımı Bağlamında Popüler Edebiyat ve Azra Kohen

MUSTAFA C. SADAKOĞLU

Öz

Kitle iletişim yöntem ve teknolojilerinde kaydedilen gelişmeler bütünsel olarak iletişim deneyimini dönüştürmektedir. Dijitalleşme olarak tanımlanan ve internet altyapısının iletişim süreçlerinde yoğun olarak kullanılmasıyla beliren yeni eğilimler, modern edebi pratikler üzerinde önemli etkiler yaratmakla birlikte roman, yazar ve okuyucu arasında oluşan yeni iletişim pratiğini incelenmesi gereken bir alan hâline getirmektedir. Anılan iletişim pratiğini açıklayabilmek amacıyla geçtiğimiz yüzyılın edebi eğilimleri üzerinde tartışılan “deneyim, bellek ve enformasyon” kavramları hatırlanmaktadır. Bu eğilimlerde beliren somut durum; günümüzde tezahür ettiği şekliyle değişen iletişim pratiğinin anlaşılmasında ve yazar ile okuyucunun odağında yer aldığı çağdaş edebi eğilimlerin kavranmasında kullanılmaktadır. Çalışma; dijital iletişim teknolojileri tarafından yeniden biçimlendirilen yazar, roman ve okuyucunun öznesi olduğu yeni iletişim deneyimini günümüz perspektifinden tartışmayı amaçlamaktadır. Buna göre yazar, geleneksel toplumlarda hikâye anlatıcısı ve genel anlamda sözlü kültürün bir parçası olarak kavranıyorken enformasyon endüstrisi tarafından biçimlendirildiği şekliyle modern toplumlarda roman yazarına dönüşmüş ve yazılı kültürün bir parçası hâline gelmiştir. Diğer yandan günümüzde pek çok alanda olduğu üzere marka ve kimlik pazarlaması edebi kimlikler için de geçerli olan ve daha çok sosyal paylaşım ağları üzerinden reklam maksadıyla uygulanmaktadır. Marka ve kimlik pazarlaması konusunda sosyal paylaşım ağları dışında kalan geleneksel iletişim mecraları da yoğun olarak kullanılmakta ve popüler edebiyat ürünlerinden uyarlanan televizyon dizileri aracılığıyla bir bütün olarak edebi üretim eğlence endüstrisinin sınırlarına dâhil edilmektedir. Bu gelişmeler kültürel üretimin en ağırbaşlı ve muhafazakâr özneleri arasında gösterilen edebi kimlikleri de zaman içinde popülerleştirmekte ve birer şöhret figürüne dönüştürerek dijital iletişim platformları ya da sosyal paylaşım ağları üzerinden inşa ettikleri edebi kimliklerini marka olarak pazarlamaya zorlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: İletişim Deneyimi, Hikâye Anlatıcısı, Yazar, Enformasyon, Bellek, Marka

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi : 20.04.2020

Kabul Tarihi: 28.07.2020

ORCID ID: 0000-0002-4359-4828

E-mail: msadakoglu@gmail.com

Popular Literature and Azra Kohen in the Context of Walter Benjamin's Storyteller Experience and Information Approach

MUSTAFA C. SADAKOĞLU

Abstract

The developments in mass communication methods and technologies transform the communication experience as a whole. New trends, defined as digitalization and emerging through the intensive use of internet infrastructure in communication processes, have significant effects on contemporary literary practices, making the new communication practice between novel, writer and reader an area to be examined. In order to explain the mentioned communication practice, the concepts of "experience, memory and information" discussed on the literary tendencies of the past century are remembered. The concrete situation that appears in these trends; It is used in understanding the changing communication practice as it manifests today and in understanding the current literary tendencies in which the author and the reader are in focus.

The study aims to discuss the new communication experience which is the subject of the writer, novel and reader reshaped by digital communication technologies from today's perspective. According to this, while the writer is comprehended as a storyteller in traditional societies and as a part of oral culture in general; It has been transformed into a novelist in modern societies as shaped by the information industry and has become part of the written culture. On the other hand, as in many fields, brand identity marketing is applied for the purpose of advertising, which is also valid for literary identities, and mostly through social networks. Traditional mass media, other than social networks, on brand and identity marketing are also used extensively and are integrated into the borders of the literary production entertainment industry as a whole through television series adapted from popular literary products. These developments have also popularized the literary identities, which are shown among the most dignified and conservative subjects of cultural production, and force them to market their literary identities that they have built through digital communication platforms or social networks, by turning them into celebrity figures.

Keywords: Communication, Storyteller, Writer, Experience, Information, Brand

Research Paper

Received: 20.04.2020

Accepted: 28.07.2020

ORCID ID: 0000-0002-4359-4828

E-mail: msadakoglu@gmail.com

1. Giriş

Yazı ve yazılı kültür, söz ve sözlü kültüre nispeten çok daha yeni bir deneyim olsa da yazının icadıyla başlayan sürecin geçmişi çeşitli sembollerle gösterilen ikonlar, resimler ve simgeler dikkate alındığında binlerce yıl önceye dayanmaktadır.²Düzenli bir simgesel bütünlük oluşturması bakımından yazı, kâğıdın yaygın olarak üretilmesiyle başlatılan somut kronolojide yer almaktadır (Georges, 2002: 12). Oysa yazı ve yazılı kültür üzerinde belirleyici etkisi nedeniyle kâğıt, her ne kadar yazıyla birlikte anılan kil tablet, deri, papirüs gibi eski materyallere nazaran çok daha kolay üretilebilmiş olsa da aslında kâğıt üretimi de hem pahalı hem de zahmetli bir uğraş olmuştur (Sennet, 2002:33-37). Her ne kadar matbaanın icadı³ sayesinde gazete, dergi ve kitap baskısında ulaşılan avantajlar sayesinde okuyucu profilinde yukarıdan aşağıya doğru bir tür demokratikleşme söz konusu olsa da kâğıdın pahalı olması nedeniyle bu ürünler, hâli vakti yerinde küçük bir azınlığın tekelinde kalmıştır. Ancak orta çağın sonunda kilise ruhbanlarınca yazılıp, basılan havarilerin çileci hayatları ile kendini tanrı yoluna adanmış şövalyelerin kahramanlık hikâyeleriyle dolu bir üretim alanı olarak roman hem biçim ve hem de içerik bakımından değişmiş ve sıradan insanı anlatan yeni içeriğiyle daha yatay ve hiyerarşi dışı bir toplumsal perspektif dâhilinde konumlanabilmiştir. Diğer yandan sözlü kültüre içkin bir gösterge olarak hikâye anlatıcısı ile dinleyiciden oluşan kolektif iletişim deneyiminin yerine, yazılı kültüre içkin bir gösterge olarak yazar, roman, yayıncı ve okuyucudan oluşan araçlanmış iletişim deneyimi geçmiştir. Günümüzde değişimin yönü, dijital platformlarının sunduğu olanakların da et-

²Walter Ong, sözlü kültürü birincil, yazın kültürünü ise ikincil biçimlendirme sistemi olarak kavramaktadır (2003;20). Buna göre; yazının 6.000 yıllık geçmişi karşısında sözün 50.000 yıllık geçmişine rağmen yazılı kültürün sözlü kültür üzerindeki etkisini emperyalist bir etkinlik olarak tanımlamaktadır (2003;20-25). Diğer yandan sözlü kültüre has düşünme ve bilme eylemlerini bellek ve anımsama ile ilişkilendiren Ong, aktarılan bilginin biçimine dikkat çekerek; sözlü kültüre özgü belli bir ritimde aktarılan atasözlerinin bellekte çok daha kolay yer edindiğini savunmaktadır (Ong, 2003;51). Bu minvalde Platon tarafından anlatılan eski bir hikâye, tam olarak Walter Ong'un bakış açısını özetler niteliktedir. Buna göre; yukarı Mısır'ın en büyük kentlerinden birinin kralı olan Thamus; bir gün sayı, geometri, astronomi ve yazı dâhil olmak üzere pek çok şeyin mucidi Theuth'u ağırlar. Theuth, Kral'a buluşlarını sergiler ve bunların Mısır'da neden bilinmesi gerektiğini anlatır. Thamus da buluşları inceler ve sorular sorar. Sıra yazıya gelince Theuth: "Yazının Mısır halkının bilgeliğini ve hafızasını geliştireceği" öngörüsünde bulunur ve "bilgeliğin ve hafızanın reçetesini buldum." diye ekler. Kral ise: "Ey mucitlerin piri, icat yapmak ayrı şey, icadın onu kullananlara fayda mı yoksa zarar mı getireceğini kestirmek ayrı şey. Yazıyı kullanmaya başlayanlar hafızalarını kullanmaktan vazgeçecekler. Bir şeyleri hatırlamak için de kendi kaynaklarını kullanmak yerine birtakım işaretlere bel bağlayacaklar. Sen hafıza için değil, hatırlama için bir reçete keşfettin. Sonuçta belki bilgili sayılacaklar ama birçok şeyin cahilli olacaklar." karşılığını verir (Postman, 2016: 9-10).

³Günümüzde de devam eden bir süreç olarak bilgi çağı, 16. yüzyılın ilk çeyreğinde seri yazı üretimine olanak veren matbaa makinesinin keşfiyle başlamıştır. Dolayısıyla söze dayalı kültürel temsiller, yazıya dayalı kültürel temsillerle (yazılı kültürün günümüzde elektronik kültüre evrilmesi devam etmektedir) yer değiştirmiştir (Postman, 2016: 63). Diğer yandan Walter Ong, yazı ve matbaayı esas alarak birincil ve ikincil sözlü kültür evreleri olmak üzere iki ayrı dönemselleştirme yapar. Buna göre yazı ve matbaanın bilinmediği, iletişimin sadece söz ve konuşmaya dayalı olduğu kültürel çevreler birincil sözlü kültür evresine, modern iletişim araçlarının (telefon, radyo, televizyon ve diğer elektronik mecraların) kuşattığı günümüzün sözlü kültür nitelik ve işlevleri bakımından yazı yerine söze dönüştüğü için ikincil sözlü kültür dönemine dâhil edilmiştir. (Ong, 2003: 23-24).

kisiyle derinleşerek yazar, roman ve yayıncı tarafından tamamlanan markalaşma biçiminde tezahür etmektedir. Yazarı ve romanı tanımlayan kimlikler okuyucu nezdinde çok daha güçlü kavrayış olanakları sunmaktadır. Modern pazarlama bileşenleri bakımından yazarın, ürünüyle birlikte anılmasına tekabül eden fiili durum; önce ürünü ardından yazarı popüler kültür ürünü olarak pazarlamakta ve kültür endüstrisinin (Adorno, 2013) hâkim atmosferine dâhil etmektedir.

Diğer yandan dijital platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte ürün ve hizmet pazarlaması; gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçları aleyhine dijital platformlara kaymaktadır. Böylece daha fazla görünür ve tanınır olma gerekliliğinden kaynaklanan fiili durumun zorlamasıyla yayınevleri tarafından büyük reklam bütçeleri hazırlanmakta ve yazarın okuyucuya pazarlanmasında geleneksel iletişim araçları kadar dijital platformlar da kullanılmaktadır. Günümüzde pek çok yazar yayımlanan her yeni romanıyla (ya da ürün) birlikte yenilenen imajını da dolaşıma sokmaktadır. Böylece değişen iletişim deneyiminin dönüştürdüğü pek çok şeyin yanı sıra yazar ve edebi pratikler de değişmekte ve incelenmesi gereken bir alan hâline gelmektedir. Bu minvalde dijital iletişim deneyiminin kültürel alanı yeniden biçimlendirdiği günümüzde, Walter Benjamin tarafından yaklaşık bir asır önce tartışılan “deneyim, bellek ve enformasyon” kavramları; roman, yazar, yayıncı ve okuyucudan oluşan etkileşim özneleriyle ilgili yeniden değerlendirme imkânları sunmakta ve günümüzde idrak edildiği şekliyle edebi üretimin anlaşılması bakımından önemli ipuçları vermektedir.

2. Kuramsal Çerçeve ve Yöntem

Geçtiğimiz yüzyıl edebiyat eleştirmeni ve kültür tarihçisi Walter Benjamin (1892-1940) tarafından ortaya atılan deneyim, bellek ve enformasyon kavramları; edebi üretimin popülerleşerek dönüşen doğasının açıklanmasında önemli ipuçları vermektedir. Benjamin tarafından gelenek zincirinin kurulması ve kuşaklar arası deneyimin aktarılması biçiminde kavranan mesele büyüyerek günümüzde bir iletişim krizi haline gelmiştir (1995:77-78). Zira endüstriyel kapitalizm ve modernleşmenin bir sonucu olarak zuhur eden kültürün uçucu doğası deneyim krizine neden olmaktadır. Modernleşme; anlık, gel-geç ve durmaksızın yer değiştiren doğası nedeniyle modern insanın en kadim yeteneklerinden biri olarak deneyimin paylaşılması konusunda büyük bir zaaf yaratmıştır. Öyle ki, insana özgü bir pratik olarak deneyimin aktarılması meselesi modernleşme nedeniyle deneyimden kaçış (2016: 30) şeklinde tezahür etmektedir.

Fransız sosyolog Pierre Bourdieu (1930-2002) tarafından ortaya konan “kültürel sermaye” kavramı da yazar, okuyucu ve romanın dönüşümü bağlamında çalışmada başvurulan önemli bir diğer kuramsal çerçeveyi oluşturmaktadır. Buna göre; sınıfsal

farkların yeniden üretilmesinde kültürel sermaye ve kültürel tüketim eğilimleri her zaman güçlü etkilere sahip olmuştur. Bourdieu; üst sınıfları tanımlayan ve bu sınıflarla özdeşleşen beğeniyi, bunlar içinde yer alan farklı yaşam tarzlarının farklı beğeni eğilimleri oluşturmalarına bağlamaktadır. Sözelimi (Arun, 2014: 171); ortalama bireyin sahip olduğundan çok daha fazla kültürel sermayesi olan ancak görece daha düşük ekonomik sermayeye sahip bir üniversite profesörünün beğenileri, ortalama bireyin sahip olduğundan daha fazla ekonomik sermayesi olan ancak görece daha düşük kültürel sermayeye sahip herhangi bir iş insanının beğenilerinden farklılaşmaktadır. Her iki farklı pozisyondaki bireyin de üst sınıflara dâhil olmasına karşın, sahip oldukları sermayenin türü ve hacmi onları birbirinden ayırmaktadır. Bu noktada beğeniler, ayırımı kılavuzu olarak iş görmekte ve statü için mücadele veren aktörler, kılavuz yardımıyla kendi tüketim pratiklerini gerçekleştirmektedir.

Modernleşme ve edebi üretim meselesine edebiyat sosyolojisi bakımında yaklaşan ve bir meta ve kültürel tüketim alanı olarak kavradığı popüler edebiyat ve roman meselesini “popüler kültür ve okuyucunun inşa edilmesi” gibi çok daha somut göstergeler kullanarak ele alan Leo Löwenthal’in (1900-1993) bakış açısı çalışmanın tarihsel omurgasını oluşturmaktadır. Löwenthal, 18. yüzyıl Britanya edebi üretim pratiğini modern toplumların tezahürü olarak kavradığı gazeteler, popüler dergiler ve romanlar üzerinden, basit zevklerin tatmin edilmesine dayalı popüler yazar ile bayağı okur arasında oluşan fiili duruma bağlamaktadır; 1740 yılında Samuel Richardson’ın “Pamela” adlı romanının yayımlanması büyük bir değişime neden olmuştur. Öyle ki, sonraki otuz yılda romanlar, dönemin önde gelen dört yazarının “Samuel Richardson, Henry Fielding, Tobias Smollett ve Laurence Sterne” çeşitli oranlarda ifade ettiği orta sınıf gerçekçiliği ve duygusallığının bir karışımıdır. Sonraki dönemde taklit, tekrar ve hünersizlik öyle bir alıp yürümüştür ki, yazarlar roman biçiminin tümüyle tükenip gitmesinden korkmuşlardır. Oysa okurlar için durum öyle değildir. Onlar için bu eğlence, çoğunlukla cazip yeni başlıklar altında yayımlanan muhtelif eski ciltlerden oluştuğunda dahi popüler⁴ olmayı sürdürmüştür (Löwenthal;2017;92).

Fiili durumun açıklanabilmesi maksadıyla çalışmada kuramsal çerçeve yanı sıra meta tüketimi ve modern pazarlama yöntemleri arasında yer alan pazarlama karması bileşenlerinden de faydalanılmaktadır. Modern işletmelerde ürün ve hizmetlerin sunumunda kullanılan pazarlama karması bileşenleri; “ürün-product, fiyat-price,

⁴ Okurun popüler olana ilgisi, 18. yüzyıldan 19. yüzyıla evrilen süreçte ve edebi pratikler kadar yazılı basında da geçerli olmuştur. Victoria döneminde basın, her ne kadar büyük kraliyet seremonilerini dikkate alıp hem taşra hem de metropol gazetelerinde tam haber yapıyorsa da bir bütün olarak monarşiye karşıdır. Hatta 1850’lerden 1870’lere değin Victoria, gazete başyazılarının değişmez eleştiri konusudur. Gazete baskılarını arttırmak için kullanılan sansasyonel skandallar ve cinayetler bile The Times ve The Observer gazetelerinin IV. William ve Victoria’nın taç merasimleri münasebetiyle savurganca hazırlanan hatıra baskılarından çok daha etkilidir (Hobsbawm, 2006;130-131).

dağıtım-place ve tutundurma-promotion” olmak üzere toplam dört unsurdan oluşmaktadır. 20. yüzyıldan itibaren tüketici tercihlerinin giderek daha fazla önem kazanması, tüketicinin istek ve beğenilerini dikkate alan üretim anlayışına ve bireyselleşmeye neden olmuştur.

Çalışmanın tecessüs kaynağında her ne kadar edebi üretim ve edebi üretimin modern tarihi bulunuyorsa da yazar; okuyucu, yayıncı ve romandan oluşan edebi üretim pratiğinin günümüze evirilen süreçte geçirdiği dönüşüm pazarlama bakımından da ele alınmaktadır. Bu maksatla romanları televizyon dizilerine uyarlanacak denli popülerleşen Azra Kohen, çalışmanın örnekleme olarak belirlenmiş ve yazarın “Gör Beni, Aeden, Fi, Çi ve Pi” adlarındaki beş romanı, popüler edebi pratik ve kültür endüstrisi bağlamında incelenmiştir. Romanlarında daha çok kentli, orta ya da üst sınıfa mensup görece eğitilmiş genç insanların bireysel sorunlarıyla insan ilişkilerini ve bu bağlamda iç dünyalarında yaşadıkları hayal kırıklıklarını ele alan yazarın üçleme roman dizisi aynı zamanda bir televizyon kanalı tarafından satın alınarak uyarlanmış ve televizyon dizisi olarak yayınlanmıştır. Popüler oyuncuların yer aldığı dizinin dijital bir televizyon kanalında yayımlanan bölümlerinin toplamda on yedi milyon tekil internet kullanıcısı tarafından izlenmiş olması; popüler edebi üretim bakımından dikkate alınarak örneklemin belirlenmesinde kıstas olmuştur. Zira sanatın ve sanatçının modern dönemde kaybettiği aurasının pazarlama tekniklerinin yardımıyla popüler kültüre dâhil edildiği ve kültür endüstrisi aracılığıyla yeniden üretilerek dolaşıma sokulduğu çalışmanın temel varsayımını oluşturmaktadır.

3. Erken Dönem Yazın Kültürü

Anadolu topraklarından başlayarak Basra Körfezi'ne uzanan, Dicle ve Fırat Nehirleri arasında kalan Mezopotamya bölgesi verimli ve uygun iklim koşullarına sahip olması nedeniyle tarih boyunca istila ve göçlere sahne olduğu gibi kavimler arası kültürel etkileşimin yoğun olduğu bir coğrafya olarak hatırlanmaktadır. Bu nedenle İlkçağ Ön Asya uygarlıkları, insan eliyle yaratılan pek çok şeyin yanı sıra medeniyet ve yazılı kültürün de erken dönem örneklerine sahiplik etmiştir. Sözelimi Mezopotamya bölgesine özgü “naru literature-naru edebiyat”⁵ olarak bilinen ve dönemin yazıcıları tarafından kuşaktan kuşağa aktarılan efsane ve söylencelerden

⁵ Naru yazın kültürü yazarın gerçekte kendisinin deneyimlemediği hikâyelerinden oluşan bir tür yazma pratiği. Naru yazın kültürü ya da naru edebiyat ilk kez Mezopotamya'da ortaya çıkmıştır. Naru, bir hükümdarın hüküm sürdüğü saltanatı boyunca gerçekleşen olayların kaydedildiği kitabeden oluşan dikili taş yazıttır. Naru edebiyatı, muhtemelen MÖ ikinci bin yılın başlarında Eski Çağ'ın ünlü kralları adına yontulmuş kıyamet yazıtından oluşur. Akad şehir devletine ait “Sargon Efsanesi” bilinen ilk örneğidir. Naru eserlerde dile getirilen meseleler efsane hatta kurgusaldır (Gurney,1995:93). Diğer yandan İslamiyet öncesi Arap yarımadasında kültürel üretimi söze bağlayan Jonathan Bloom; bilinmesine rağmen yazının gündelik yaşamda önemli bir rolü olmadığını ileri sürmektedir. Bu dönemde Araplar arasında sanatın en rafine formu şiirdi ve şairler çok fazla önemsenmekteydi (2003; 132-134).

üretilen yazın kültürü, gerçeğe dönüşerek zamanla maddi tarihin somut gerçeklik referanslarından biri hâline gelmiştir. Bunun en önemli nedeni; her ne kadar efsane ve söylencelerden besleniyor olsa da naru edebiyatın geleneksel formlardan uzaklaşabilmesi ve her seferinde geçmişe dair güçlü bir “imaj” yaratabilmesinde aranmalıdır (Jonker,1995:95). İlk Çağ efsaneleri, hayatı daha güvende yaşayabilmesi için sıradan insana doğayı, insanı ve insan ilişkilerini anlama ve yorumlama yollarını göstermiştir. Naru yazın kültürünün beslendiği efsanelerde varoluş ile ilgili normatif hikâyeler anlatılmakta ve bu sayede dinleyicilerin geçmiş tercihleri nedeniyle içlerinde biriken korku ve endişeler anlatılarda yeniden kurgulanan dünya tasavvuru üzerinden sağaltılmaktadır. Dolayısıyla anlatılarda bahsi geçen kahramanlara baskın kültürel değerleri meşrulaştıran, iktidar ilişkilerini olumlayan ve pagan nizamın korunmasını telkin eden güçlü ve kuşatıcı bir atmosfer eşlik etmektedir.

Klasik çağın Roma yazın kültürüyse şiir, tragedya ve komedya başta olmak üzere tarihi ve felsefi metinler içeren pek çok anlatı türünden oluşmaktadır. Ancak Roma, pek çok şeyin yanı sıra yazın alanındaki üretkenliğini de selefi antik Yunan yazın geleneğinden devralmıştır. Buna göre pek çok Romalı seçkin, Yunan eserlerini Latinceye çevirdiği gibi bu eserlerde yer alan temaları da uyarlayarak Roma kültürüne dâhil etmiştir. Roma yazın kültürü içinde özel bir alan olarak özgün edebi üretim ancak MÖ 3. yüzyılın sonuna doğru “Plautus, Terence ve Ennius” gibi komedya yazarlarının eser vermeleriyle ortaya çıkabilmiştir (Rodgers, 2010:258). Diğer yandan MS 4. yüzyıldan itibaren Hristiyanlığı resmi din olarak benimseyen Roma yazın kültürü de köklü bir değişim geçirmiş; pagan dönemin yoğun müstehcenlik içeren eserleri yerine Hristiyan etiği yücelten ve dini göndermeleri bol bir edebi üretim alanına dönüşmüştür. Dönemin en bilinen yazarları arasında Milano Başpiskoposu Aurelius Ambrosius (340-397) ile Retorik Öğretmeni ve Şair Decimus Magnus Ausonius (310-395) dikkat çekmektedir. Diğer yandan köklü bir geleneğe sahip Roma tarih yazıcılığı da Roma yazın kültürü bağlamı içinde değerlendirilebilir. Sözelimi tarih yazıcısı Titus Livius (MÖ 59–MS 17), Roma tarihini kentnin kuruluşundan itibaren kaleme almış ve özellikle İmparator Augustus (MÖ 27-MS 14) dönemi boyunca Roma’da meydana gelen siyasi ve askeri gelişmelerin kaydını tutmuştur. Ancak Titus Livius’un tarih yazıcılığında da Mezopotamya Naru yazın kültürüne özgü; efsanelerin zamanla maddi birer gerçeğe dönüşmesine yol açan eğilim dikkat çekmektedir. Mezopotamya yazın kültürünü oluşturan efsane ve söylencelere dayalı yazılı kültür anlayışını geç dönem Roma yazın kültürüne miras kaldığı şekliyle üstelik tarih yazıcılığı gibi maddi gerçekliğe dayanması gereken bir alanda dahi yüzyıllar boyunca etkisini sürdürebildiği görülmektedir (Fantham, 1996:63-73).

Roma sonrası dönemin tanımlanmasında kullanılan Orta Çağ, başlangıç ve bitiş tarihleri hakkında genel fikir birliği olmamasına rağmen 5. yüzyılda Roma'nın çöküşü ile 15. yüzyılda Rönesans'ın başlangıcı arasında geçen bin yıllık döneme tekabül etmektedir. Orta Çağ, kilise ve aristokrasi tarafından uygulandığı şekliyle ancak rönesans düşünürleri tarafından yaygın olarak "karanlık çağ" (Bridbury,1969:526-537) olarak anılagelmiştir. Orta Çağ'ın erken dönemlerinde kabul gören bir edebi üretim alanı olarak epik şiirlerde; şövalye kültürüne özgü "savaşçı-kahraman"⁶yüceltmeleri baskındır. Soy bağlarına vurguyla öz görev, fedakârlık ve intikam benzeri duygular epik şiirin temalarını oluşturmaktadır. 12. yüzyıldan itibaren Avrupa yazın kültüründe epik şiirin güçlenmesinin en önemli nedeni, kilise önderliğinde Kudüs'e düzenlenen haclı seferleridir (Saul, 2011:37-59). Dolayısıyla Batı Avrupa'da idrak edildiği şekliyle erken dönem Orta Çağ yazın kültürünün omurgasını; şövalye kültü ve bu külte ait bir dizi şövalye kodlarından oluşan görev, onur ve adalet gibi "erdemler ile ahlaki öğretiler"⁷ oluşturmaktadır. Diğer yandan Orta Çağ yazın kültürü, okumayla olduğu kadar dinlemeyle de yakından ilgilidir. Ruhbanlar tarafından Latince kaleme alınan yazılı eserlerin çoğu, dini efsanelerle felsefi ya da tarihi konularda anlatılan mesellerden oluşmaktadır. Bu dönemde az sayıda insanın Latince okuyabilmesi ve çoğaltma olanaklarının kısıtlı olması nedeniyle okuyucu kitlesinden söz etmek henüz mümkün değildir. Ancak Orta Çağ'ın son dönemlerinden itibaren ticaretin gelişmesi, kentlerin büyümesi ve yeni bir sınıf olarak burjuvazinin zamanla zenginleşerek güç kazanması ardından zengin içeriğiyle yeni bir yazın kültürü doğmuştur. Böylece savaş kahramanlıkları ve havarilerin çileci yaşamlarından oluşan erken dönem Orta Çağ yazın kültürü, pek çok farklı konu ve sıradan insan hikâyelerini de kapsayacak şekilde genişlemiştir. Bu ilginin büyümesinde, Latince dışında kalan İspanyolca, İtalyanca, Fransızca ve İngilizce gibi yerel dillerde kaleme alınmış metinlerin artması etkili olmuştur. Zira Latince metinler, büyük oranda Kilise mensubu ruhbanlar tarafından üretilerek tüketilmekte ancak ender olarak halkın bu eserlere erişimine olanak tanınmaktadır.⁸

⁶Orta Çağ edebiyatının gelişimi Karolenj İmparatorluğu Hükümdarı Şarlman (742-814) tarafından 9. yüzyıldan itibaren halkın eğitimine verilen önemin doğrudan bir sonucu olarak kabul edilmektedir. Zira Şarlman; dil bilgisi, retorik, astronomi, felsefe ve matematik konularında eğitim veren pek çok okullar kurmuş ve temel olarak Karolenj dünyasında eğitimi ulaşılabılır kılmıştır (Butt, 2002:134-136).

⁷Britanya edebiyatının yapı taşları arasında gösterilen "Sir Gawain ve Yeşil Şövalye" adlı epik şiirde; günah ve ikileme maruz kalan yuvarlak masa şövalyelerinden Gawain'in verdiği erdem ve dürüstlük imtihanı anlatılmaktadır (Anonim, 2017).

⁸Söz gelimi İtalyan ozan Dante Alighieri (1265-1321) tarafından kaleme alınan "İlahi Komedya" geç Orta Çağ yazın kültürünün en önemli eserlerinden biri olmanın yanı sıra modern İtalyancanın da temellerini oluşturmuştur. Diğer yandan dünya edebiyatının ilk hikâyecisi olarak bilinen Giovanni Boccaccio (1313-1375), Decameron adlı eserinde insanın bu dünyadaki yaşamını kilise ve törelerin ötesinde tüm çıplaklığıyla ortaya koymuştur.

4. Edebi Üretim ve Piyasa İlişkileri

“Roman, tanrının terk ettiği bir dünyanın epiğidir.”

Georg Lukacs

(2003:86)

Macar Filozof ve Edebiyat Bilimci Georg Lukacs'ın (1885-1971) kavrayışında roman, mitler ve ilahlar tarafından terk edilmiş rasyonel bir dünyanın dışavurumundan başka bir şey değildir. Dolayısıyla yazarın içine savrulduğu “ironi”⁹ ancak tanrısız çağlarda rastlanan türden olumsuz bir mistisizme tekabül eder. Bu ironinin temelindeyse “romanın nesnel oluşu” (2003, 96) bulunmaktadır. Gerçekten de modern roman, anlatsının odağına uhrevi bir dünya tasavvuru yerine dünyevi bir bakış açısı tarafından belirlenen birey ve bireyin somut eylemlerini koyar ve bu sayede rasyonel bir anlayışa tekabül eder. Bu anlayış, “Aydınlanma”¹⁰ geleneğinden besleniyor olsa da aydınlanma, rönesans ile meydana gelen kültürel ve düşünsel eğilimlerin devamı ve Orta Çağ'ın bin yıllık hâkim paradigmalarından keskin bir kopuş anlamına gelmektedir. Aklın rehberliğini öneren aydınlanma sayesinde edebi üretim ve edebi üretimin öznesi olarak yazar eskiye oranla fikirlerini çok daha güçlü ve özgür bir şekilde ifade edebilmektedir. Böylece dinamik bir yenilenmeyle birlikte pek çok sanat akımını içine alacak şekilde genişleyen edebi çeşitlenme ve zenginlik meydana gelebilmiştir.

Edebiyat Kuramcısı Mihail Mihayloviç Bahtin (1895-1975)'e göre; modern roman, tıpkı modernleşme gibi henüz tamamlanmamış ve gelişimi devam eden bir edebi tür olarak kabul edilmelidir (2001:164). Bahtin'in edebi üretime ilişkin bakış açısı, toplumsal ilişki ve çelişkilerin bir şekilde eserin içeriğine sızacağını ve romanın, üretildiği dönemin siyasal, ekonomik ve kültürel gelişmelerinden bağımsız düşünülemediğini göstermektedir. Batı modernleşmesinin bir tezahürü olarak modern romanın ortaya çıkışı; modernleşmeye içkin ihtilaller, kitlesel göçler ve bitmek bilmeyen krizlerle anılan sancılı evrede gerçekleşmiştir. Bu nedenle modern roman; üretildiği döneme özgü tüm gelişmelerle karşılıklı etkileşim içinde toplumsal ilişki ve çelişkilerden beslenerek biçimlenen kavrayışın bir sonucudur.

⁹ Anlam karşısında bilgece bilgisizlik hâli “docta ignorantia” tutumudur. Bu tutumun nedeni “daimon” adı verilen yarı tanrıların iyi ya da kötü etkinliklerini sadece görüp bundan fazlasını anlamayı reddetmektir.

¹⁰ Aydınlanma, sonuçları bakımından Batı dünyasında etkili olmuştur. İngiliz devrimiyle başlayıp Fransız devrimiyle bitirilen felsefi bir hareket ve bu hareketin sonuçlarıyla ortaya çıkan toplumsal ve siyasal süreci ifade etmekte kullanılan aydınlanma; insanları “köleleştiren” mit ve ön yargılardan yani kilise tarafından temsil edilen düzen yerine, aklın temsil ettiği özgür düzeni önermektedir (Çiğdem, 2009:13-15). Diğer yandan aydınlanmaya özgü belirtilerden biri olarak “popülerleşme” (Gökberk, 2011; 292-293), MÖ 5. yüzyılda deneyimlenen Yunan aydınlanması ve tragedya ozanı Euripides'in (MÖ 480-M.Ö.406) şahsında somutlaşır. Yunan aydınlanması ile 18. yüzyıl Batı aydınlanmasının temel görüngüleri karşılaştırıldığında popülerleşme düzeyinde benzerlikler görülür.

Dolayısıyla başlangıçta mitler, söylenceler, şiirler ve tragedyalar tarafından belirlenen roman içeriği; Aydınlanma sayesinde rasyonelleşmiş ve modernleşmeyle birlikte bağımsız bir tür olarak tamamlanmıştır. Böylece aydınlanma ve modernleşme hareketlerini kapsayan 18 ila 19. yüzyıllarda gerçekleşen bir dizi toplumsal gelişmenin yarattığı etkileşim sayesinde edebi üretim (ve roman), hem biçim hem de içerik bakımından toplumsallaşarak politikleşmiştir (Hauser, 1984:220).

Stefan Zweig (1881-1842) tarafından kaleme alınan, “Balzac Bir Yaşam Öyküsü” adlı biyografik romanda hikâyesi anlatılan Honore De Balzac’ın (1799-1850) hayatı, modernleşmenin kuşatıcı atmosferi tarafından belirlenen yazar, edebi üretim ve piyasa ilişkilerinin kavranması bakımından önemli ipuçları verebilir. Balzac, hayalleri olan tutku dolu bir yazardır ve bu hayalleri gerçekleştirmek için gece-gündüz çalışmaktadır. Ancak bir taşralı olarak ne kadar çalışırsa çalışsın Paris’in şımarık entelektüellerince kabul görmemektedir. Bunun üzerine daha çok çabalamakta ve insanüstü bir şekilde aynı anda dört-beş roman üzerinde çalışmaktadır. Dolayısıyla Paris’in tanınan bir yazarı olabilmek ve soylu bir kadınla evlenmek gibi tutkuları nedeniyle Balzac, çok çalışmaktan hem beden hem de akıl sağlığını kaybetmiştir (Zweig, 2009). Balzac’ın içinde yaşadığı geçiş evresine özgü dramatik çatışma hâli bir yana; 18. yüzyılın son çeyreğinden itibaren edebi üretim aslında kârlı bir çalışma alanıdır. Bu dönemde bir yazarın popüler ya da zengin olmak gibi tutkulara sahip olabilmesi için makul koşullar oluşmuştur. Leo Löwenthal (2013:95); yazar, edebi ürün olarak roman, edebi tüketici olarak okuyucu ve yayıncılar tarafından belirlendiği şekliyle 18. yüzyıldan itibaren giderek güçlenen piyasa eğilimlerini İngiltere örneği üzerinden şöyle tarif etmektedir: “On sekizinci yüzyıl İngiltere’si modern anlamda “kitleleşme” izleyiciye sahip değildi; bu ancak sonraki yüzyılda gerçekleşecekti. Fakat on sekizinci yüzyıl, bir yazarın yapıtlarını halka satarak geçinebilmesi anlamında moderndi. Böylece özel bağış (genellikle aristokrasinin himayesi biçiminde) ve sınırlı bir izleyiciden, kamusal bağış ve potansiyel olarak sınırsız bir izleyiciye doğru bir geçiş meydana geldi. Aynı zamanda edebi yapıtların üretimi, promosyonu ve dağıtımı kârlı bir teşebbüs haline geldi. Bu değişimler, edebiyatın biçimini olduğu kadar içeriğini de etkiledi ve böylece birçok estetik ve etik probleme yol açtı.” Sonuç olarak 18. yüzyılda sanatsal üretim henüz popülerleşmiş ve 19. yüzyıla göre daha rafine bir edebi üretim söz konusu olsa da özellikle kentlerde biriken okur-yazar sayısının artmasıyla birlikte edebi üretimin doğası değişerek yayıncıdan sonra yazar için de oldukça kazançlı bir iş kolu hâline gelmiştir. Britanya okuyucusunun durumu, sanayileşmeyi 18. yüzyılın ortalarından itibaren dolayısıyla öteki Avrupa kentlerine nazaran daha erken deneyimlemiş olmasıyla açıklanabilir. Ancak Arnold Hauser’e göre

(1984;309); modern toplumsal roman Fransa'da (Britanya olduğu gibi) 1830'lu yıllarda başlamış ve ülkenin geçireceği bir dizi politik karmaşa eşliğinde 1840 ila 1850'li yıllara evirilen süreçte en parlak evresine ulaşarak burjuva değerlerinin soruşturulduğu yeni bir yazın kültürüne dönüşmüştür.¹¹

5. Hikâye Anlatıcısı ve Yazar Bakımından Değişen İletişim Deneyimi

Alman edebiyat eleştirmeni, kültür tarihçisi ve estetik kuramcı Walter Benjamin (1892-1940), hikâye anlatıcısı üzerinden kavradığı geleneksel toplumları, roman yazarı üzerinden tanımlanan modern toplumlarla karşılaştırmaktadır. Ancak asıl karşılaştırma, anonim olmasıyla bilinen sözlü kültür ile bireysel oluşuyla tanımlanan yazılı kültür arasında gerçekleşmektedir. Buna göre, geleneksel toplumlara ait bir kategori olarak hikâye anlatıcısının dilinde kuşaktan kuşağa aktarılmış "anonim bir hikâye, masal ya da efsane"¹² bulunurken modern topluma ait bir kategori olarak tanımlanan yazarın elindeyse bireysel ve kurmaca bir roman bulunmaktadır. Bu nedenle hikâye anlatıcısının kişisel tarihinden beslenen ancak dinleyicilerin de içinde yer aldığı kolektif bir deneyim oluşmakta ve bu deneyim sayesinde hikâye her seferinde yeniden inşa edilmektedir. Hikâye anlatıcısının kişisel tarihinden biriktirdiklerinin toplamı olarak dilindeki hikâye, aslında onun da bir zamanlar dinleyicisi olduğu hikâyelerin toplamıdır.

Hikâye anlatıcısı, hikâyesinin içeriğini sadece gerektiğinde değil, her anlatışında yeniden inşa etmektedir. Üstelik inşa sürecinin tek öznesi hikâye anlatıcısı da değildir. Sözlü kültüre ait bir gelenek olarak hikâyenin bir yerlerinde her zaman doğrudan etkileşim içinde olduğu bir dinleyici grubu bulunmaktadır. Dahası bu dinleyicilerin hikâyeye olan katkıları anlatıcının da içinde yer aldığı bir tür kolektif deneyimden beslenmektedir. Diğer taraftan modern roman, birey odaklı modern burjuva toplumu gibi yazarı merkeze koyan bir tür olarak ortaya çıkmıştır. Bu yönüyle anonim olmak yerine bireycidir. Hikâyenin söze yaslanan, aracsız ve kolektif deneyim sunan doğasına karşın roman, yazının aracı kılındığı bir iletişim biçimi dâhilinde ancak bireysel olarak deneyimlenebilmektedir.

¹¹ Endüstri devrimi sonrası kentlere akın eden kalabalıkların kültürel ihtiyaçlarının karşılanması bağlamında ortaya çıkan sanatın ticari ilişkilere dâhil edilmesinin yarattığı rahatsız edici fiili durum yaygın olarak "sanatsal yozlaşma" (Goethe, 1960: 19-20) şeklinde tanımlanmaktadır.

¹² Paul Thompson'a göre; geleneksel yaşam dâhilinde yer alan hikâye anlatıcıları, "gelenek aktarıcıları" olarak tanımlanmakta ve gelenek aktarıcıları, kadim geleneklerin yaşanan güne aktarılmasında oynadıkları önemli rol bağlamında saraylarda görevli yönetici elitten daha fazla önemsenmektedir. Diğer yandan sözlü kültürün sıradan insanları tıpkı Walter Ong'un "ritimle aktarılan atasözleri" yaklaşımında olduğu gibi geleneklerinin önemli bir kısmını "ritimle aktarılan şarkılardan" öğrenmektedirler (1999;20-28).

Walter Benjamin'e (1986;89-90) göre hikâye, insanlar arasında gerçekleşen başta deneyim olmak üzere bir şeyleri iletmenin en kadim yöntemlerinden biridir. Hikâye, yaşam içinde olup bitenleri bir deneyim olarak dinleyiciye aktarmak üzere anlatıcısı tarafından bizzat yaşamdan devşirilmektedir. Dolayısıyla parmak izlerini şekillendirdiği çömleğe bırakan zanaatkâr misali anlatılan her hikâyede, anlatıcı tarafından bırakılmış izler bulunmaktadır. Oysa geçmişin kadim kavrayışlarını birer ikişer tarihin derinliklerine gömmeye kararlı görünen modern yaşam, iz bırakacak derinlikte üretilmeyecek kadar hızla tüketilen yaşam deneyiminden başkaca bir şey değildir.

Hikâye anlatıcısı ile dinleyici arasında kurulan ilişki bağlamında Benjamin tarafından önem atfedilen bir diğer kavram bellektir. Buna göre bellek, hikâye anlatıcısı tarafından bir meselenin kulaktan kulağa aktarılmasına aracılık eden gelenek zinciridir. Gelenek zinciri, bir romanda bulunmaz ve dolayısıyla modern romanda bellekten söz etmek de mümkün değildir. Benjamin, modern toplumların kültürel eğilimlerinin anlaşılması bakımından hikâye anlatıcısı ve bellek kavramlarıyla birlikte ele aldığı deneyime özel önem atfetmektedir. Buna göre hikâye anlatıcılığı, insani deneyimlerin paylaşılması bakımından kuşakları birbirine bağlayan gelenek zinciri ile yaşam deneyimlerinden beslenen bir çeşit bilgiye tekabül etmektedir. Hikâyenin kuşaktan kuşağa aktarılabilmesi, bireyler arası kurulan ilişki ve toplumsal aidiyet ile mümkün olabilmektedir. Oysa modernleşmeyle birlikte hikâye anlatıcısı ile dinleyici arasında kurulan ve kolektif deneyimi olduran konuşma, dinleme, doğrudan iletişim ve sözlü kültür yerini bireysel deneyime; görme, yazma, dolaylı iletişim ve görsel kültüre bırakmıştır.¹³Enformasyon teknolojileri gibi bir dizi modernleşme göstergeleri hikâye anlatıcısı ve kolektif deneyimde bir tür kırılmaya neden olmuştur.¹⁴

Modernleşmeyle birlikte yeni bir iletişim formu olarak ortaya çıkan enformasyon, yaşam deneyimlerinin kuşaktan kuşağa aktarılmasıyla oluşan fiili durumu baskılayarak modern yaşamda hikâye anlatıcısının yerine geçmiştir. Oysa hikâye anlatıcısı ile deneyim arasında doğrudan bir ilişki söz konusudur. Zira hikâye anlatıcısı yüz

¹³Theodore Adorno, modernleşmenin benzer düzlemde gerçekleşen süreci müzik üzerinden şöyle tarif etmektedir (Jay,1989;268): "Bir zamanlar aristokrasiyi hem taklit etmek hem de onunla alay etmek için yapılan hafif müzik; bugün, insanı kaderine boyun eğmeye ikna etmekle işlevlendirilmiş bulunuyor. Folk müziği ise dirimsel gücünü yitirmiştir. Çünkü kendiliğindenlik özelliği olan "Volk-Halk" kalmamıştır. Modern topluma geçiş süreci bu eski toplumsal hayat tarzının maddi temellerini yıkıp, dağıtıp yok etmiştir. Bu süreçten kalan folk müziği değil, popüler müziktir. Popüler müzik, bütün popüler kültür görüngüleri gibi yukarıdan güdümlenmenin ve yukarıdan empoze etmenin ürünüdür."

¹⁴Walter Benjamin, Ernst Junger'in "Savaş ve Savaşçı" adlı denemesine cevaben kaleme aldığı makalesinde deneyim meselesini yine teknoloji olgusunu odağa alarak ancak bu kez savaş üzerinden somutlaştırmaktadır. Buna göre doğal yönde gelişmesine olanak tanınmayan teknoloji ürünlerindeki artış, enerji kaynakları ve ilerleme temposunun mevcut hızını devam ettirmesi durumunda tıpkı birinci dünya savaşı gibi gelecekteki savaş da teknolojinin "köle isyanı" olarak tezahür edecektir (Benjamin;1995a: 103-104).

yüze iletişim ve kulaktan kulağa aktarılan hikâyeler aracılığıyla sonraki kuşaklara deneyimlerini aktarmaktadır (Benjamin, 1995;78).

Hikâye anlatımında esas önemli olan, paylaşılan deneyimin herhangi bir müdahaleye maruz bırakılmaksızın olduğu gibi aktarılmasıdır (Benjamin, 1995; 80). Hikâyeleri yazıya geçirenlerin en başarılı olanları, hikâyeleri doğruya en yakın yazıya aktaranlardır. Bu durum modern dönemde yazarı öne çıkartan roman kurgusu aksine ortak deneyimi çok daha değerli ve önemli kılmaktadır. Hikâye anlatıcısının görevi, kendisinden önce gerçekleşen bir deneyimi miras edinmek ve bu mirası sonraki kuşaklara aktarmaktır.¹⁵ Diğer yandan hikâye anlatıcısı ve dinleyici üzerinden tamamlanan hikâye anlatımından amaçlanan, kolektif olarak gerçekleştirilen bir eylem ve düşünme biçiminin müştereken kazanılan kolektif bir yaşam deneyimine dönüştürülmesidir. Oysa modern toplumlarda hikâye anlatıcısına yer verilmemesiyle oluşan fiili durum, deneyimin paylaşılmasını ve kolektif deneyimin idrak edilmesini engellemektedir. Benjamin tarafından özgürleşmenin en önemli araçlarından biri olarak kavranan hikâye anlatıcısı ile dinleyici üzerinden tamamlanan kolektif deneyim, tam da bu nedenle modern yaşamda hiçbir hükmü kalmamış, geleneksel toplumlara özgü bir iletişim pratiği hâline gelmiştir. Benjamin'e göre (1995:82); modern toplumlarda hikâye anlatıcılarına giderek daha az rastlanmasının en önemli sebeplerinden biri yaygın enformasyon ağıdır. Zira hikâye anlatıcılığının gerilediği, deneyimin ise değerini yitirdiği modern dönemde gerçekleşen tüm bilgi akışı enformasyon çerçevesinde tezahür etmektedir. Sözelimi uzaklardan gelen önemli bir bilgi yerine, yakınlarda olup biten sıradan enformasyon artık daha önemlidir. Dolayısıyla ister uzak bir coğrafyadan gelen önemsiz bir bilgi olsun, ister gelenek zincirini tamamlayan kuşaktan kuşağa aktarılan deneyimler olsun enformasyonun karşısında gerilemektedir.

Enformasyon, efsanelerden beslenen kadim hikâyelere nazaran daha makul görünmek zorunda olduğu için hikâye anlatıcılığının ruhuna ters düşmektedir. Modern insan hemen her gün dünyanın en ücra köşelerinden gelen pek çok olaydan “haberdar” edilmektedir ancak bu haberler arasında değer atfedilecek hikâyeler pek azdır.¹⁶ Hikâye anlatıcısı, dinleyenleriyle paylaştığı ortak deneyim sayesinde “şimdi ve burada”

¹⁵ Söz gelimi Homeros'un yaklaşık dört yüz yıla yayıldığı bilinen “İlyada ile Odyssea” efsanelerinin tümüne birinci elden tanıklık etmesi mümkün değildir. Bu efsanelerin aktarılmasından amaçlanan ilk bakışta MÖ 12. yüzyılda gerçekleşen bir dizi olayın aktarılmasıdır ancak efsanelerin ağızdan ağıza aktarılması nedeniyle son biçimleri ancak MÖ 8. yüzyılda tamamlanabilmiştir. Dolayısıyla Homeros, anlatısında kimi zaman geç Tunç Çağı'ni, kimi zamansa içinde yaşadığı kendi Antik Çağ'ını seslendirmektedir (Faulkner, 2014:53). Ancak Homeros'un hikâye anlatımının özünde insanlar tarafından paylaşılmaya değer bir deneyimin kuşaktan kuşağa aktarılması bulunmaktadır. İnşa edilen kolektif deneyim sayesinde söz gelimi toplumsal yapı kurulabilmektedir.

¹⁶ Modern yaşamda olup biten pek çok olay, gazeteciliğe özgü kalıplaşmış bir açıklama eşliğinde ve enformasyonun doğasına uygun olarak aktarılmaktadır. Diğer yandan enformasyon sadece yeni olduğu sürece değerlidir ve sadece önem atfedilen enformasyonun dikkat çekici bir biçimde aktarıldığı modern yaşamda hikâyenin gücünü yitirmekte oluşu özgün üslupların yaratılmasına engel teşkil etmektedir.

oluşuyla tamamlanan hakikiliğe sahipken tekniğin olanaklarıyla sanatın yeniden ürettiği bir çağda yazar ve eserin gerçekliğini belirleyen şimdi ve burada oluş kıstası artık söz konusu bile değildir. Benjamin'e göre (1993;45-77); aurasını çoktan kaybetmiş modern bir yaşamda hikâye anlatıcısı yeniden düşünülmesi gereken bir kategoridir. Modern yazarı önceleyen geleneksel toplumların hikâye anlatıcısı; sözlü kültürün masal ve efsanelerinden beslenerek kurguladığı hikâyeleri, yüz yüze iletişim kurarak aktardığı dinleyici nazarında sihirli hatta kutsal bir varlıktır. Oysa modern toplum ve üretim mantığı yazarın aurasını çekip almış ve sıradanlaştırmıştır.

6. Popüler Edebiyat Pratiği ve Popüler Bir Yazar Olarak Azra Kohen

Geleneksel toplumlarda hikâye anlatıcısı tarafından aktarılan hikâyelerde bireye verilen en dikkate değer mesaj; mitolojik dünyanın karanlık güçlerini "kurnazlık ve neşeyle"¹⁷ karşılamaktır (Benjamin,1995; 94). Oysa modern romanın bir ürün olarak tanımlanması esas olarak modern edebi üretimin bireyci doğasından kaynaklanmaktadır.¹⁸Eserin tamamlanması ardından yazarın telif hakkına sahip olması, edebi üretim ile meta üretiminin birbiriyle benzeşen doğalarına işaret etmektedir. Bu nedenle bir ürün olarak romanın yükselişi bir yandan kitabî anlatım biçimleriyle zuhur ederken; diğer yandan ürünün tüketiciye ulaşması bakımından pazarlama ve reklamdan oluşan rekabetçi piyasa öznelerine duyulan ihtiyacın giderek artmasına neden olmuştur. Böylece sermaye sahibi olmayan entelektüel ve sanatçılardan oluşan modern profesyoneller, sermaye sahibi kimselerce denetlenen piyasalarda ürünleriyle birlikte kendilerini de vitrine koymak durumunda kalmışlardır (Berman 1994;164). Bu durum daha kârlı bir sonuç uğruna modern profesyonellerden beklenen kendilerini "doğru" bir şekilde sunabilmeleri için çaba harcamalarını gerektirmektedir. Modern profesyoneller, ürünlerini ya da kendilerini parça parça satarken fiziksel enerjileriyle birlikte zihinlerini, duyarlıklarını, duygularını ve hayal güçlerini de satılmak üzere vitrine koymaktadır. Romanın kitlesel üretime dâhil edilmesiyle tamamlanan süreçte, rekabetçi piyasanın üretim ve dağıtım ağları içinde kalmak zorunda olan diğer ürünler ile roman benzer

¹⁷ Söz gelimi Castilla bölgesi halklarını anlatan "Pikaresk" macera romanlarında; Orta Çağ'ın şövalye kültürü ya da Hristiyan çileciliğinin hikâye edildiği geleneksel anlatı kalıplarından farklı olarak toplumun alt kesimlerinden gelen kurnaz ve düzenbaz Pikaro adlı kahramana mitolojik dünyanın insanüstü varlıklarıyla yaşayacağı sorunların çözümünde akıl ve neşe öneren tavsiyelerle; boyun eğmek yerine akıl önerilmektedir. Dolayısıyla Pikaro kahramanı, geleneksel şövalye romanlarından farklı olarak dünyayı ve toplumsal ilişkileri aşağıdan yukarıya doğru yönelmiş bir bakış açısıyla yorumlamaktadır (Aytaç, 1999:237).

¹⁸ Walter Benjamin'e göre (Aktaran Oskay, 1981:4); teknoloji nedeniyle kitlesel meta üretimi ve insan ilişkilerinin şeyleşmiş olması, metalaşan imajların giderek daha fazla algılarımızın nesnelere hâline gelerek fantazyaların metalaşmış biçimlerine dönüşmesi, geleneğe dayalı yaşam tarzlarının yok olması ve yaşam deneyimlerinin bozulması modern dönemin betimleyici özellikleri arasında gösterilebilir.

“kaderi” paylaşmaktadır. Bu kader dâhilinde somutlaşan metalaşma nedeniyle herhangi bir ürün ile roman benzer şeyler ifade etmektedir. (Oskay, 1981:4–15).

Modernleşme dahilinde içi boşalan kavramların uğradığı değişim, bireyin dünyaya bakış açısındaki değişimle eşzamanlı ve eşgüdüm içinde gerçekleşmiştir. Bu nedenle pazara bağımlı bir yaşam deneyiminde insanı büyüleyen bir şey kaldıysa o da “ilk bakış yerine son bakışta aşk” (Benjamin, 1995:37) olmaya mahkûmdur. Zira endüstri haline gelen kültürel üretim, pek çok şeyi hem de çok çabuk tükettiği için sevilen bir nesneye artık son kez bakılabilmektedir. Dahası endüstriyel üretim ve dağıtım mantığından bağımsız olmayan kültürel üretim içinde modern yazar, sanatçı ya da aydın iş bulabildiği sürece yaşamını sürdürebilmekte, dolaşıma sokulan öteki ürünler gibi giderek biraz daha meta hâline gelerek rekabetçi piyasa ekonomisinin dalgalanmalarına bağımlı hâle gelmektedir.

Bu minvalde üreticiden tüketiciye ürünün akışıyla tanımlanan geleneksel pazarlama kavrayışı, günümüzde tüketicilerin ihtiyaçlarını da dikkate alan ve müşteri memnuniyetini gerçekleştirmeye gayret eden karmaşık bir süreç hâline gelmiştir (Akaydın, 2011: 4). Öyle ki, yazarın fark yaratabilmesi (dolayısıyla maddi ve manevi kazanç elde edebilmesi); ürünüyle birlikte kendisini de kapsayan bir pazarlama stratejisi ortaya koymasıyla ancak mümkün olabilmektedir. Özellikle popüler edebi üretim ve dağıtım pratiklerine dikkat edildiğinde okuyucuya ulaşabilmek amacıyla pazarlama araçlarının kullanılması kural hâline gelmiştir. Bu minvalde kullanılan pazarlama karması; satışları artırmak amacıyla ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtım bileşenlerinden oluşmaktadır. Karma planlaması, dolaşıma sokulan ürünlerin tanımlanmasıyla başlayan; dağıtım, tutundurma ve fiyatlandırma stratejileriyle tamamlanan sürece işaret etmektedir. Bu maksatla dağıtım yapılan ürünler, tüketici ihtiyaçlarını karşılayan meta veya hizmet şeklinde tanımlanmakta ve ürünün fiziksel varlığı öne çıkarılmaktadır. Ancak zaman içinde ürün yelpazesi, maddi ürünlerin yanı sıra maddi olmayan hizmetleri de kapsar hâle gelmiştir. Dolayısıyla ürün karması uygulamaları bağlamında sözelimi reklam panolarında görüntüsü yer alan yazarla birlikte roman maddileşmekte ve böylece her ikisinin de birer “meta, ürün, mamul ya da nesne” olarak pazarlanabilmesinin yolu açılmaktadır (Canbay, 2015: 193).

Karmanın dağıtım aşamasında ise araçlar yani üretim ile tüketim arasında dengeyi sağlayan kişi ya da kuruluşlar yer almaktadır. Ürün, tüketicinin istediği yer ve zamanda sunulduğu takdirde üretim bir anlam ifade edeceği için dağıtım kanallarının sürece katkısı oldukça önemlidir (Mucuk, 2007: 259). Böylece karmanın tutundurma evresinde yer alan etkili bir satış artırma programıyla birlikte okurun durumu da dikkate alınarak bir dizi reklam ve halkla ilişkiler faaliyeti yürütülmek-

tedir. Günümüzde özellikle tutundurma faaliyetleri yoğun olarak dijital platformlar üzerinden tamamlanmakta ve bu bağlamda yazarın geleneksel medya kadar sosyal medyada da görünür olması önem kazanmaktadır. Bu durum, endüstriyel üretimin kuşatıcı doğası içinde meta üretim ve dağıtımında kullanılan yöntemler ile popüler edebi üretim ve dağıtımında kullanılan yöntemlerin benzeşmesinden kaynaklanmaktadır. Böylece yazarın pazarda varlığını sürdürebilmesi, pazarlama araçlarını etkili bir şekilde kullanabilmesi ve kendi markasını yaratabilme becerisine bağlanmaktadır.

Bu bağlamda kendi ifadesiyle; "İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesinden mezun olan, Ottawa Üniversitesinde ekonomi ve Liverpool Üniversitesinde psikoloji eğitimi alan" (URL-1) yazar Azra Kohen tarafından kaleme alınan "Fi", "Çi" ve "Pi" adlı üçleme, büyük ilgi görmüş hatta eserleri "Fi" ismiyle bir internet dizisine uyarlanmıştır (URL-2). Popüler bir yazar olarak Azra Kohen, pek çok gazeteye de meç vermesinin yanı sıra televizyon programlarına da sıkça katılmaktadır. Yazar, kitaplarıyla ilgili verdiği söyleşilerin birinde; "televizyon dizisinin çekim ve yapım sürecinde başından geçenleri anlatacağı yeni bir roman kaleme alacak" (URL-3) kadar yaratıcı olduğunu göstermiştir.

Diğer yandan Azra Kohen tarafından verilen röportajların geneline bakıldığında, yazar olarak kişisel marka ve romanlarına ilişkin tanıtım çabası dikkat çekmektedir. Yazar tarafından verilen röportajların içeriğinde; popüler kültür tarafından kuşatılan kentli, beyaz yakalı ve görece eğitilmiş bireyi hedef alan "sıradan olmayı reddetme" ya da "farklı bir insan olabilme" gibi muğlak önerilerin baskın olduğu gözlenmektedir.

Bulgular ve Sonuç

Modern toplumlarda bilimsel bilginin uygulamaya geçirilmiş somut hâli olarak teknolojinin özellikle enformasyon alanında kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte geleneksel kavrayış dâhilinde sanat ve edebiyat deneyimleri değişerek, dönüşmüştür. Deneyimin değişen doğası, bilginin en kadim aktarılma biçimleri arasında gösterilen mimetik yetileri zayıflatmış ve deneyime dayalı pratikleri getirmiştir.

Tablo-I: Deneyim ve Hafıza Göstergeleri

| Geleneksel Toplum- larda Deneyim ve Hafıza Göstergeleri | Modern Toplumlarda Dene- yim ve Hafıza Göstergeleri | Dijital Toplumlarda Deneyim ve Hafıza Göstergeleri |
|---|--|---|
| İstemli | İstemsiz | İstemsiz |
| Zihne Dayalı | İmgeye Dayalı Duyusal | Çoklu İmgeye Dayalı Duyusal |
| Bütünleşik | Parçalı | Çoklu ve Parçalı |
| Kalıcı | İmgesel Karşıtıklarda Beliren Anlık ve Gelgeç | Çoklu İmgesel Karşıtıklarda Beliren Anlık ve Gelgeç |
| Dinlemeyle Elde Edilen | Yazı ile Elde Edilen | Çoklu İmgeyle Elde Edilen |
| Yüz Yüze İletişimle Elde Edilen Doğrudan Etkileşim | Dolaylı İletişimle Elde Edilen Araçlanmış Etkileşim | Dolaylı İletişimle Elde Edilen Yarı Araçlanmış Etkileşim |
| Kolektif Deneyim | Bireysel Deneyim | Yarı Bireysel Deneyim |
| Sözlü Kültür: Hikâye Anlatıcısı ve Hikâye | Yazılı Kültür: Yazar ve Roman | Dijital Kültür: Dijital Anlatıcı ve Çok- lu İmge |

Süreç içerisinde giderek daha fazla endüstriyelleşen enformasyon üretim ve dağıtımı, günümüzde dijital iletişim platformları tarafından belirlenen popüler edebiyat pratiklerinde somutlaşarak yüz yüze iletişime dayalı geleneksel deneyim kavrayışı yerine dolaylı ya da araçlanmış iletişim deneyimini geçirmiştir. Bu bağlamda iletişim kültürünün doğasına ilişkin yazar Azra Kohen ve ürünlerinin örneklem olarak incelendiği çalışmada elde edilen iki temel bulgu şöyle özetlenebilir: “Fi, Pi ve Çi” adlı roman üçlemesi ile “Aeden” ve “Gör Beni” adlı romanlarıyla Azra Kohen’in bir yazar olarak kendi marka ve kimliğini inşa ettiği görülmektedir. Bu önermenin iki dayanağı bulunmaktadır. Yazar, kimliği üzerinden markasını inşa ettiği süreçte geleneksel ve dijital medya mecralarını etkili biçimde kullanmakta ve kimliğiyle eşgüdüm içinde kurguladığı bakış açısını tekrarlamak suretiyle okur nezdinde kişisel markasını başarıyla konumlandırmaktadır. Diğer yandan kimliğini somut bir uzmanlığa, psikoloji bilimine dayandıran yazar; romanlarında hikâyesini anlattığı karakterler ile gündeme ilişkin açıklamalarında yer alan “kadın olmak, mutlu olmak, acı duymak, irade ve beden” konularındaki göndermeleriyle kentli, orta sınıf ve görece eğitilmiş okuyucu kitlesine “nasıl bir hayat” yaşaması gerektiği konusunda önerilerde bulunmaktadır. Bu minvalde daha çok kişisel gelişim ve psikoloji alanlarına değen mesajlarında, insan doğasını bağladığı bir algoritmadan bahisle alternatif hayat tarzları ve düşünme biçimlerine ilişkin güçlü tavsiyelerde bulunmaktadır. Bu bağlamda Azra Kohen’in geleneksel ve dijital iletişim

platformlarındaki varlığı “popüler” bir yazar olarak kategorize edilmesinin somut göstergesi olarak kabul edilmiştir.

Tablo-II: Azra Kohen'in Sosyal Medya Hesaplarındaki Etkinliği

| Sosyal Medya Mecrası | Takipçi Sayısı | Adres |
|----------------------|----------------|---|
| Facebook | 50.000 | https://www.facebook.com/akilahazrakohen |
| Instagram | 200.000 | https://www.instagram.com/azrakohen/ |
| Twitter | 50.000 | https://twitter.com/AkilahFi |
| Youtube | 52.000 | https://www.youtube.com/channel/ |

Diğer yandan yazarın “Fi, Pi ve Çi üçlemesinin ilk kitabının adını taşıyan ve bir dijital platformda 15 bölüm hâlinde yayımlanan televizyon dizisinin 17 milyon tekil kullanıcı tarafından izlendiği bilinmektedir. Bu bağlamda bir edebi eserin televizyon dizisi olarak uyarlanması ve geniş izleyici kitlesine ulaşması yeni bir şey olmasa da kültür endüstrisinin edebi pratikleri içine alan benzeştirme gücünü göstermektedir. Böylece gösteri çağı, imgeler evreni ve şöhret kültürü gibi kavramlar etrafında tartışılarak sanat ve sanatçının doğasında meydana gelen değişimleri öncelediği iddia edilen kültür endüstrisi somutlaşmaktadır. Zira yazar ve piyasa kurallarına uygun olarak üretilen ürün bağlamında dile getirilen kayıp hale metaforu, kültür endüstrisi tarafından desteklenen yapay atmosfer ve şöhret kültürü sayesinde telafi edilmektedir.

Tablo-III. Azra Kohen Tarafından Verilen Gazete-Dergi Röportajlarının İçerik Analizi

| Dergi/Gazete | Tür | Röportaj Başlığı | Vurgu | Bağlam |
|--------------|--------|--|------------------------|---|
| Cosmopolitan | Dergi | Dünyanın En Gelişmiş Toplumlari Dışil Enerjiye Saygı Gösterenler | Kadının Gücü | Toplumsal cinsiyet, ekonomik ayrımcılık ya da siyasal bağlamdan bağımsız “güçlü kadına” öneriler. |
| Sabah Kitap | Gazete | Hayatın Hizmetçisiyim | Yazarın Görevi | Bilgi aktarıcısı olarak tanımladığı yazarlık işlevini “hizmetkâr” metaforu üzerinden kutsama. |
| Hürriyet | Gazete | Birleşeceğiz ya da Birbirimizi Yok Edeceğiz | Kaynakların Kullanımı | Çiftçi metaforu üzerinden topluma bir arada olma ve doğaya sahip çıkma çağırısı. |
| Psychologies | Dergi | Duyularınızı Zehirlemeyin | Mutluluğun Biyokimyası | Bireysel mutluluk için yapılması gerekenler. |
| Paros | Dergi | Azra Kohen ile İnsan Olma Yolculuğu | Varoluş ve İnsan Olmak | Bireyin kim olduğunu sorgulaması ve yapması gerekenler. |
| Şamdan Plus | Dergi | En Belirgin Özelliğim İnsan Oluşum | İnsan Organizması | Bireyin olgunlaşma yolculuğu ve gelişimi. |

| | | | | |
|-----------------|--------|---|--------------------------------------|--|
| Mag | Dergi | Biz Olabilmenin Sırları | Önyargılar | Dizi olarak uyarlanan “Fi” adlı romanına yönelik eleştirilere cevap. |
| Birgün | Gazete | Bozulmuş Nesiller Ülkesi Olmamak İçin | İnsan Organizması | Dünya saati ve evren saati arasındaki fark bağlamında yanlışlardan dönebilmek. |
| Hello Lifestyle | Dergi | İnsanın En Büyük Düşmanı Kendisidir | Bireyselliğini Keşfetmenin Önemi. | Birey olmanın ancak bireyselliğin keşfiyle mümkün olabileceğine yönelik farklılık vurgusu. |
| Hürriyet | Gazete | Yaşamak İstiyorsan Yaşat | Gezegene Katkı İçin Yazmak. | Evrenin parçası olmanın sorumluluğu herkesin tarafından hissedilmeli. |
| Vatan | Gazete | Hayat Vazgeçmez, Biz Vazgeçmediğimiz Sürece | Hayatı Zorlaştırmak. | Sahip olunan alışkanlıkların hayat ve insan gelişimi üzerinde yarattığı engel ve baskılar. |
| Pozitif | Dergi | İnsan Projesi | İnsan Neden Yaratıldı. | Tanrı ve bilim arasındaki ilişki: Tanrı, bilim aracılığıyla insanla konuşur. |
| Hürriyet | Gazete | Dünyayı Değiştirmek İçin Yazdım | Dünyadaki Görevimiz | Bir amaca adanan hayatın daha mutlu ve anlamlı olması. |
| Elele | Dergi | Mutluluğa 25 Adım | İnisiyasyon | Ruhun evrim yolculuğu ve varlığın bir üst aşamaya yolculuğu. |
| Radikal | Gazete | Parazit gibi Yaşamaya Hayır | Hakiki İnsan Olmak | Hayata anlam katan şeyler ve insanın hakiki insan olma yolculuğu. |
| Vatan | Gazete | Acılarına Sahip Çıkanlar Dengeye Varabilir | Bireyin Kendi Farkındalığına Varması | Hayatın bir dengesi olduğu ve bilginin ancak acıyla kazanılabileceği. |
| Şalom | Gazete | Acı, Bilginin Bedene İnmesidir | Bireyin Kendi Farkındalığına Varması | Birey, kendi farkındalığına ve bilgiye ancak acıyla ulaşabilir. |
| Milliyet | Gazete | Yaşam Deneyimlerine Sahip Çıkanların Hikâyesi | Bireyin Kendi Farkındalığına Varması | Yaşamdan çıkarılacak dersler, acının bilgi aracılığıyla bedende yer bulmasıdır. |

Sonuç olarak Azra Kohen tarafından muhtelif zamanlarda yazılı basına verilen ve Tablo-III’te gösterilen seçili röportaj ve açıklamalarda öne çıkan konuların içerik analizi şöyle özetlenebilir:

- Yazar; daha çok kentli, görece eğitilmiş ve beyaz yakalı çalışan kadınların odağında olduğu hikâyeler anlatmakta ve bu doğrultuda ürettiği medya mesajlarında daha çok kadının sahip olması gereken özgüven ve iradeye vurgu yapmaktadır. Ancak yazar tarafından yüceltilen modern ve seküler yaşam biçimine rağmen verilen mesajlarda mistifiye edilmiş kimi unsurlar yer almaktadır.

- Yazar tarafından verilen mesajlarda bulunan “acılaraya sahip çıkabilmek”, “bilgiye erişebilmek” ya da “mutlu olabilmek” gibi vurgularda somutlaşan gündelik hayata ilişkin öneriler ve “mutluluğun biyokimyası” gibi muğlak meseleler insanın “gezegende işgal ettiği yer” ve bu bağlamda “ödevlerine” bağlanmaktadır.
- Bireyin içinde yaşadığı gezegene karşı ödevlerine olan sadakati “sıradan bir insan” olmaktan çıkarak “hakiki bir insan” olmasıyla tamamlanan bir tür modern kemale erme sürecine tekabül etmektedir.
- Benzer şekilde insan ile doğa arasındaki ilişki de bireysel düzlemde tavsiye edilen doğal kaynakların kullanımında somutlaşmaktadır. Diğer yandan yazar tarafından hitap edilen kitlenin gündelik alışkanlıkları bakımından doğayla arasına en uzak mesafeyi koymak durumunda oluşuysa bir paradoks yerine, doyurulması gereken bir ihtiyaç olarak görülebilir. Zira gerçekte doğaya en ağır hasarı veren kentli kitlelerin rasyonel yaşam biçimleri dikkate alındığında söz gelimi daha az su kullanmak ya da bir pencere askısında çiçek yetiştirmekle tamamlanan kolayca yerine getirilen bir tür vicdani arınma söz konusudur.

Kaynakça

- Adorno, T. (2013). Kültür Endüstrisi, Çeviren: N. Ülner, M. Tüzel ve E. Gen, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Akaydın, A. (2011). Basın İşletmelerinde Pazarlama Yönetimi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Anonim, (2017). Sir Gawain ve Yeşil Şövalye, Çeviren: N. Ağıl, İstanbul: YKY.
- Arun, Ö. (2014). İnce Zevkler-Olağan Beğeniler, Cogito, Sayı:76.
- Aytaç, G. (1999). Genel Edebiyat Bilimi, İstanbul: Papirüs Yayınevi.
- Bakhtin, M. (2001). Karnavaldan Romana, Çeviren: C. Soydemir, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Benjamin, W. (1993). Pasajlar, Çeviren: A. Cemal, İstanbul: YKY.
- Benjamin, W. (1995). Son Bakışta Aşk, Çeviren: N. Gürbilek, S. Yücesoy, İstanbul: Metis.
- Benjamin, W. (1995a). Estetize Edilmiş Yaşam, Çeviren: Ü. Oskay, İstanbul: Der Yayınları.
- Benjamin, W. (2016). Parıltılar, Çeviren: Y. Öner, İstanbul: Belge Yayınları.
- Berman, M. (1993). Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor, Çeviren: Ü. Altuğ, B. Peker, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bloom, J. (2003). Kâğıda İşlenen Uygarlık, Çeviren: Z. Kılıç, İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Bridbury, A. (1969). The Dark Ages. The Economic History Review, 22 (3).
- Butt, J. (2002). Daily Life in the Age of Charlemagne, Westport: Greenwood Press.
- Canbay, B. (2015). Edebiyatta Pazarlama ve Kişisel Markalaşma, GÜ İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 40, 190–209.
- Çiğdem, A. (2009). Aydınlanma Düşüncesi, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Fantham, E. (1996). Roman Literary Culture, Baltimore: The Johns Hopkins University Press.

- Faulkner, N. (2014). *Marksist Dünya Tarihi, Çeviren: T. Öncel*, İstanbul: Yordam Kitap.
- Georges, J. (2002). *Yazı İnsanlığın Belleği, Çeviren: N. Başer*, İstanbul: YKY.
- Gerdien, J. (1995). *The Topography of Remembrance: The Dead, Tradition and Collective Memory in Mesopotamia*, Leiden: Brill Academic Publication.
- Gurney, O. R. (1955). *The Sultantepe Tablets (Continued). IV. The Cuthean Legend of Naram-Sin*, *Anatolian Studies* V-5.
- Goethe, J. W. (1960). *Faust-Tiyatroda Ön Temsil, Çeviren: S. Irmak*, İstanbul Kitabevi.
- Gökberk, M. (2011). *Felsefe Tarihi*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hauser, A. (1984). *Sanatın Toplumsal Tarihi, Çeviren: Y. Gölönü*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hobsbawm, E. (2006). *Sermaye Çağı, Çeviren: M. Şahin*, İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Jay, M. (2005). *Diyalektik İmgelem, Çeviren: Ü. Oskay*, İstanbul: Belge Yayınları.
- Löwenthal, L. (2009). *Edebiyat, Popüler Kültür ve Toplum, Çeviren: B. Kejanlıoğlu*, İstanbul: Metis Yayınları.
- Lukacs, G. (2003). *Roman Kuramı, Çeviren: C. Soydemir*, İstanbul: Metis Yayınları.
- Mucuk, İ. (2007). *Pazarlama İlkeleri*, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Ong, W. (2003). *Sözlü ve Yazılı Kültür, Çeviren: S. Banon*, İstanbul: Metis Yayınları.
- Oskay, Ü. (1981). *Benjamin'de Tarih, Kültür ve Fantazya, Oluşum: Frankfurt Estetik Özel Sayısı*, 4-15.
- Postman, N. (2016). *Kültürün Teknolojiye Teslim Oluşu, Çeviren: M. Yılmaz*, İstanbul: Sentez Yayıncılık.
- Rodgers, N. (2010). *Ancient Rome*, London: Hermes House.
- Rohde, G. (2017). *Yunan Romanı, Çeviren: A. Erhat*, *AÜDTC Fakültesi Dergisi*, V. 2, N. 5.
- Saul, N. (2011). *The Making of Chivalric Culture*, Massachusetts: Harvard University Press.
- Sennett, R. (2002). *Karakter Aşınması, Çeviren: B. Yıldırım*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Thompson, P. (1999). *Tarihçiler ve Sözlü Tarih, Çeviren: Ş. Layıkel*, İstanbul: Tarih Vakfı.
- Zweig, S. (2009). *Balzac: Bir Yaşam Öyküsü, Çeviren: Ş. Sunar, Y. Tükel*, İstanbul: Can.
- Elektronik Kaynakça
- URL-1: <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/ayse-arman/dunyayi-degistirmek-icin-yazdim-29823238> (Erişim Tarihi: 02.03.2020).
- URL-2: <https://www.haberturk.com/kultur-sanat/haber/1346118-akilah-azra-kohen-bilinmeyenlerini-anlatti> (Erişim Tarihi: 02.03.2020).
- URL-3: <http://www.haberturk.com/yazarlar/mustafa-dogan/1773186-kohenin-itirazi-var> (Erişim Tarihi: 02.03.2020).



Kütüphanede kitap arařtırmak, Getty images