

Çağdaş Görsel Kültür ve Halkbilimi Araştırmaları

Erol GÜLÜM*

erol.gulum@bilecik.edu.tr

Özet: Folkloru retoriksel bir edim olarak ele alan yaklaşımlar folklorik imgelemi oluşturan unsurların iletişimde ikna edici işlevlerde kullanıldığına vurgu yapmaktadır. Folklorik imgelemin bu konudaki işlevselliği ise çağın etkin ve yaygın iletişim kanallarının nasıl kullanıldığıyla doğrudan ilişkilidir. Buna göre folklorik imgelem sözün en etkin ve yaygın iletişim teknolojisi olduğu kültürel ortamlarda sözel, görsel imajın başat iletişim kanalına dönüştüğü yani kulağın göze teslim olduğu bir çağda ise daha çok görsel olarak dışavurulma eğilimi göstermektedir. Bu bağlamda düşünüldüğünde süblimleşen folklorik imgelemin görsel imgelerle bütünleşerek ürettiği, bir ayağı popüler kültürde diğeri halk kültüründe olan melez kültürel verimlerin, taşıdığı kimi nitelikler ve sunduğu deneyim biçimleri bakımından halkbilimini de yakından ilgilendirdiği görülmektedir. İşte bu çalışmada, tasvir edilen dönüşümlere binaen bir alt dal olarak “görsel halkbilimi”nin gerekliliği, bu alanın ortaya çıkış zeminini hazırlayan paradigmatik, teorik ve metodolojik hususlara ve bu hususlarla ilişkili olarak halk kültürleri ile kültür endüstrileri arasındaki etkileşimlere odaklanan yeni bakış açılarına ve sunulan alternatif çözümlene yöntemlerine değinilecektir.

Anahtar Kelimeler: Folklor, görsel imaj, kültür endüstrileri, film, alımlama, kültürel semiyotik.

Giriş

Kültürel olanın görsel imajlar dolayımındaki dışavurumları olarak görülen ve özellikle elektronik medya aygıtları tarafından üretilerek dolaşıma sokulan verimler son yıllarda antropolojik, sosyolojik ve etnografik kültürel araştırmaların odağına yerleşmeye başlamıştır. Çağdaş görsel kültür ile halkbilimi arasındaki ilişkilerinse

* Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü Araştırma Görevlisi

henüz sağlam bir zemine oturtulmadığı, disiplini doğrudan ilgilendiren birçok konu ve problem bulunmasına rağmen bu alanın halkbilimciler tarafından yeteri kadar dikkate alınmadığı görülmektedir. Hâlbuki Thompsen'e (2013: 150) göre edebi eserlerde, sinema filmlerinde, dizilerde, reklamlarda veya sanal ortamdaki çeşitli etkileşim mecralarında "şimdide geçmişi çağrıştırma" işlevinde kullanılan her folklorik gösterge, motif, materyal ve davranış örüntüsü işlevsel anlamda sözlü kültür ortamında icra edilen geleneksel bir unsurdan daha az değerli değildir. Değh'e (1994: 1) göre ise kitle iletişim ortamındaki folklorun durumu, yeni şişedeki eski şarap benzer. Şişe ne kadar yeni görünürse görünsün, içindeki şey yıllanmış bir şaraptır. Bu bağlamda düşünüldüğünde içerik üretici teknolojilerin özünde birer şekillendirme kabından ibaret olduğu, gelenekler bileşkesine ve spesifik kültürel ortamlara özgü anlamlı içeriklerin bu kapların şeklini aldıkça yeni biçimlerde karşımıza çıkmasının son derece normal olduğu anlaşılabilir.

Birçok halkbilimci özellikle çağdaş görsel kültürün en etkin içerik üretim alanı olan kitle iletişim medyasının folklorik verimleri gasp ederek kendi çıkarları için araçsallaştırdığından bahsederken folklorun etkileşime girdiği alanlardan edindiği ve dönüştürüp kendisine mal ettiği içerikleri gözden kaçırmaktadır. Dolayısıyla folklor ile diğer kültürel üretim ve tüketim alanları arasındaki ilişkiler tek değil, çift yönlüdür. Bu bakış açısı sözlü gelenekten yazılı, görsel, görsel-işitsel ve sanal ortamlara aktararak popüler kültür alanına müdahil olan folklorik yaratımların yanı sıra tersi istikamette yaşanan dönüşümleri de sorunsallaştırmak anlamına gelir. Grider'e (1976: 345-346) göre bu alanlar dikkatlice incelendiğinde özellikle görsel-işitsel medyanın doğal bağlamında üretilen folklorik icralar için içerik, motif, tema ve konu, folklorik geleneklerin ise sunulan bu içeriklerin anlamlı birer üretime dönüşmesini sağlayacak bağlamsal ve biçimsel çerçeveler sunduğu, böylece biçimsel ve içeriksel olarak popüler kültüre, bağlamsal ve işlevsel olarak halk kültürüne özgü melez kültürel verimlerin gündelik yaşamın her an ve alanını işgal ettiği görülecektir.

Bu etkileşimi erken fark eden araştırmacılardan biri olan Stith Thompson 1946 yılında sinemayı sadece geleneksel masalların aktarımı için mükemmel bir iletim kanalı değil, aynı zamanda halk

imgelemindeki yaratımların dışsallaştırılabileceği bir tür hikâye anlatma etkinliği olarak da ele almıştır. Benzer şekilde Gerald Thomas (1980) pembe dizileri (soap operas) hikâye anlatma geleneğinin bir uzantısı olarak ele alarak televizyon dizileri ile halk hikâyeleri arasında sadece içeriksel değil, biçimsel ve işlevsel olarak da önemli benzerlikler olduğunu ortaya koymuş, Jakobson (1989) ise filmi çağımızın baskın "anlatı" modu olarak tanımlamıştır (akt. Koven, 2008: 4-7). Propp'un masal türünün yapısal nitelikleriyle ilgili tespitlerinin günümüzde hala yaygın kullanım alanları olan bir kaç film teorisinin (özellikle karakter teorisi) temelini oluşturması ya da Campbell'in mitik anlatuların yapısal nitelikleriyle ilgili görüşlerine film çalışmalarda sıkça başvuruluyor olması da bu bağlamda son derece önemlidir. Bu tür çalışma alanlarının birçok halkbilimci tarafından tam anlamıyla kabul görmemiş ya da gözden kaçırılmış olmasının temel nedeni popüler kültür alanındaki üretim pratiğinin folklorunkine benzemeyişidir. Çoğunlukla "sözellik", "yüz yüze iletişim", "aktarım" ve "gelenek" kavramlarına atf edilen dar anlamlar ve bu anlamlar odağında yaratılan dar bakış açıları folklorun yaratıcı üretim ve aktarım biçimlerinin yanı sıra çağımızdaki işlev ve anlamlarını da göz ardı etmektedir.

Görsel İmajın Folklorik İşlevi Özelinde Folklorun Neline Dair Alternatif Bir Bakış Açısı

Halkbiliminin, sınırlarını daraltan geleneksel tanımlardan kurtulması ve alanın kültürel yaşamda yaşanan hızlı dönüşümlere reaksiyon gösterebilmesi için araştırma malzemesinin dilsel dönemeç (linguistic turn) olarak tanımlanan paradigmatik çerçevede yeniden ele alınmasında yarar olduğu düşünölmektedir. Bu türden bir yönelim halkbiliminin, araştırmalarda anlam ve yorumsallığı öncelleyen ve kültürel dönemeç (cultural turn) olarak tanımlanan yani "sosyal ve beşerî bilimlerdeki en etkili akım"ın (Spillman-Jacobs, 2005: 1) bir parçası haline gelmesi ve böylece modern dünyada sözü geçen bir disipline dönüşmesi için iyi bir fırsat olabilir. Çünkü kültür, Geertz'in (2010: 19) tanımladığı şekliyle yani insanın kendi ördüğu bir "anamlılık ağı" olarak ele alındığında ve bunun da özü gereği semiyotik bir sisteme dayandığı göz önünde bulundurulduğunda kültürel olanın anlaşılmasının dilsel bir yönelimi kaçınılmaz kıldığı sonucuna varılır. Folklorun da kültürel yapının içerisinde etkileşimi sağlayan sayısız semiyotik sistemden biri olduğu kabul

edildiğine göre onun nasıl üretildiği, aktarıldığı ve deneyimlendiğinden bağımsız olarak özünde dilsel bir edim olarak ele alınıp incelenebilmesi mümkündür. Böyle bir çaba için özellikle Saussure'nun (1998) dil olgusunu ele alırken oluşturduğu teorik çerçevenin uygun ve yol gösterici olduğu düşünülmektedir. Çünkü tıpkı konuşma dili gibi folklorik etkileşimin/çevrimin kalkış noktası işitsel ve bedensel imgelerin ötesine yani zihinde yer alan ve kavram olarak tanımlanan bilinç olgularına dek uzanır. Bu bağlamda düşünüldüğünde folklorun da tıpkı dil gibi kavramsal bir fenomen olduğu, kavramların dışsalltırılmasında başvurulan fizyolojik unsurların ve aşamaların ise folklorik olanı ifade etmede sadece birer tercih olduğu sonucuna varılır. Dolayısıyla folklor araştırmaları söz temelli dışavurumların ötesine geçerek bireysel belleklerde bulunan ortak bilinç olgularının ya da Degh'in (2001: 28) tanımladığı şekliyle "müşterek fikirler" in başka hangi şekillerde dışsallaştırılabileceğiyle de ilgilenmelidir. Bu çaba folklorik olanın fizyolojik yansımalarının ötesine geçilerek ortak bilinç olguları ile onların dışavurumunu sağlayan anlıksal yönünün de keşfedilmesi anlamına gelir.

Folklorun doğal üretim bağlamı olarak düşünülen sözel kültürden yazılı kültüre geçebilen unsurların varlığından bahseden Lord (1986: 19), bu tür geçişlerde sanıldığı kadar anlam kaybı yaşanmadığına vurgu yapar. Çünkü tıpkı söz gibi yazının da temelde folklorik imgelemi harekete geçirme gücü vardır. Bu bakış açısına göre folklorik olanın öz değeri onun somut dışavurumlarında değil, belirli bir kültürel bağlamı paylaşanların zihnindeki folklorik imgelemi yani "üyeler arasında yapılmış zımni bir sözleşmeye dayalı olarak bir dizi imge aracılığıyla ilgili topluluğun tüm yönleriyle algılama, içselleştirme, yineleme, yeniden kullanıma sokma vb. anlıksal işlemleri" (Aktulum, 2014: 278) harekete geçirebilme kapasitesiyle alakalıdır. Dolayısıyla folklorik imgelemin bir etkileşim mekanizması özelliği kazanması bireysel bir işleyişe fakat toplumsal bir niteliğe sahip olduğunu gösterir. Ong'a (1986: 148) göreyse folklorik içeriklerin anlam ve önemini belirleyen en önemli unsurlardan biri yan anlam düzeyinde konumlanan söylemlerdir. Bir topluluk tarafından tesis edilen söylemlerin kendilerini farklı şekillerde somutlaştırma, yeniden üretme ve aktarma kapasitesine sahip olduğu göz önüne alındığında folklorik içeriklerin özünde ilgili

topluluklarca üretilmiş söylemlerin somut taşıyıcıları olduğu söylenebilir.

Folklorik olanın özüne yoğunlaşan bu iki yaklaşıma göre önemli olan bir şeyin nasıl dışavurulduğu değil, ilgili topluluğa özgü ortak imgelem veya söylemi nasıl yeniden ürettiğidir. Bu niteliklere sahip kültürel verimlerin folklorik bir mahiyete sahip olduğunu savunmak folklorun farklı biçimlerde (söz, yazı, işitsel, görsel-işitsel, multimediyatik) karşımıza çıkmasının bir sorun teşkil etmediğini, hatta bu durumun ilgili sürecin doğal bir sonucu olduğunu öne sürmek anlamına gelir. Nitekim Lord'un yaklaşımı folklorun özünde zihinlerde yaşayan imge, düşünce ve duyguları harekete geçirerek paydaşlarda kültürel kimlik ve aidiyet duygularını yeniden üreten somut dışavurumlar olduğunu gösterir. Hatta Ong'a (1986: 149) göre bir alımlayıcı görsel bir imajı çözümleyecek kodları biliyorsa, onunla karşılaştığı an görsel olanı işitsel bir sekansa dahi dönüştürebilir. İşte o anda sabit bir tekst bile ilgili söylemi yeniden üreten dinamik bir ifadeye dönüşmüş olur.

Görsel imajın halkbilimi için birincil araştırma kaynağına dönüşmesinin temel gerekçesi enformasyon aktarıcı sözü de kapsayacak denli esnek, yaratıcı ve ekletik bir doğaya sahip olmasıdır. Elul'a (2012: 47) göre imaj, sözün aksine doğası gereği alımlayıcısını totaliteye götüren, yani bize bir bakışta muhtemelen ihtiyaç duyabileceğimiz enformasyonun tamamını veren ve böylece kendisine özgü bir düşünme ve algılama biçimi dayatan bir özdür. Bu özgün düşünme ve algılama biçimin en önemli özelliği çağrışımlı ve imajla düşünme pratiğidir. Görmenin salt bir duyum, algılanmanın ise kültürel bir durum olduğu gerçeğinden hareket edildiğinde çağdaş kültürün egemen algılama ve düşünme örüntülerini belirleyen düşünme pratiklerinin halkbilimini de ilgilendirmesi gerektiği sonucuna varılır. Dolayısıyla imajın halkbilimi için temel bir araştırma malzemesi haline gelmesi onun bir temsiliyet biçimi olmanın ötesine geçtiğinin yani duyumsal, materyal ve söylemsel elementlerle doğrudan ilişkili olduğunun fark edilmesiyle alakalıdır. Alımlama biçimleri ve sunduğu deneyimsellik göz önüne alındığında folklorik değer yüklü imajların ilgili kültürel yapının bir uzantısı olan bireyler açısından deneyimsel bir araç olma işlevi taşıdığı görülür.

Çağdaş görsel kültür içerisinde folklorik olanın alımlanma biçimlerine odaklanan araştırmalar için Lotman'ın geliştirdiği "otomatik iletişim" (autocommunication) kavramının uygun bir teorik çerçeve sunacağı söylenebilir. Lotman'a göre gündelik kültürün ayrılmaz bir parçası haline gelen verimlerin farklı bağlamlardaki yeniden sunumlarında alımlayıcı ile üretim arasındaki iletişim kendiliğinden gelişir. Çünkü bir kültürün özünü oluşturan bu türden geleneksel içerikler bir bilgi kaynağından ziyade kültürel belleği aktifleştirebilen katalizörler işlevindedir. Psiko-kültürel işlevlere sahip bu türden içeriklerin algılanışı ve alımlanması anlaksal olup, özünde deneyimsel bir niteliğe sahiptir. Mitleri oto-iletişimsel birimlerden biri olarak imleyen Lotman'a göre dinleyicisinin dünyasını organize edecek şekilde dizayn edilmiş bu tür içerikler öznenin semiyotik alanıyla ilişki kurmasına fırsat tanır (Semenenko, 2012: 39-40). Bizce de çağdaş görsel kültür içerisinde etkin bir şekilde kullanılan folklorik içeriklerin özellikle alımlama noktasında -Lotman'ın tanımladığı anlamda- mitolojik bir işleve sahiptir.

Folklorik içerikler gibi iletişimin kendiliğinden geliştiği yani kısmen diyalojik bir niteliğe sahip olduğu durumlarda alımlayıcının müzakere içerisinde bulunduğu şey bağlamsız bir metinden ibaret değildir. Öznenin zihninde yer alan ve folklorik imgelemi canlandırma niteliğine sahip görsel imajlar, etkileşim anında folklorik deneyimi üreten bir kullanım bağlamı yaratma kapasitesine de sahiptir. Zihinsel düzeyde üretilen, anlık ve soyut bir nitelik taşıyan bu bağlam, Henry Glassie (1982) tarafından "çağrimsal bağlamlama" (associative contextualization) olarak tanımlar. Bu tür bağlamlamalardan bazılarının anlık durumlardan daha fazlasının ise bellekten çekilen unsurlarla inşa edildiğini belirten Glassie, çağrimsal bağlamlamanın şimdi ve buradalığına rağmen görünmez ve duyulmaz olduğunun altını çizer. Dolayısıyla çağrimsal bağlamlama, özü itibarıyla bir performansın odağında bulunan tekstler etrafında doku- nan yani onları şekillendiren, tamamlayan ve anlamlandıran mental ilişkilerdir (akt. Correll 1997: 317). Donald Braid'ın (1996: 15, 19) "deneyimsel anlam" (experiential meaning) olarak tanımladığı şey ise temelde alımlayıcının müzakereye bulunduğu içeriği geçmiş deneyimlerinden hareketle yeniden bağlamsallaştırmasıdır. Dolayısıyla bir anlatının takibine dayalı deneyimlerde anlamın üretimi

sadece gönderimsellikle sınırlı değildir. Alımlayıcının zihinsel durumunun ve düşünce akışının anlatının zamanda açılımla yakından ilişkili olması anlam üretim sürecinin bireysellik ve yaratıcılığa dayalı ve kültürel beklentilerince şekillendirilmiş bir yorumsal çerçevede gerçekleştiğini gösterir. Netice itibarıyla bu tür deneyimler esnasında zihinsel boyutta gerçekleşmekte olan şey, geçmişin bir parçasının bir anlığına da olsa şimdi ve buraya taşınmasıdır.

Folklorik Deneyimin Tetikleyicisi İşlevinde Görsel-İşitsel Medya

Televizyon, sinema, video, sosyal medya gibi görsel kültüre yön veren teknolojilerce üretilen içerikler vasıtasıyla her an ve alanda folklorik bir deneyimin açığa çıkması ihtimaller dâhilindedir. Çağdaş kültüre yön veren sektörler açısından görsel imajların retoriksel gücü, alımlayıcılar içinse çağrışsal gücü önemlidir. Dolayısıyla profesyonellerin bir topluluğun gelenek kültürü repertuarından seçtikleri içeriklerin yaratıcı dönüşümüyle hedefledikleri daha fazla tüketiciyi ikna edip karı maksimize etmek iken alımlayıcının niyeti sadece içeriği değil onun dolayımında açığa çıkabilecek folklorik nitelikli deneyimler edinmektedir. Bu bağlamda düşünüldüğünde çağdaş görsel kültür ile folklor etkileşimin özellikle sinema ve televizyon alanlarında hat safhalara ulaştığı görülür.

Sinema ve televizyonun folklorik imgelemi harekete geçirme kapasitesini erken fark eden halkbilimcilerden biri olan Sherman, Documenting Ourselves (1998) adlı çalışmasıyla, 1934'te British Film Institute tarafından geliştirilen ve "folklorik bir içeriğe sahip, objektif temsiliyet kaygısı güden ticari olmayan üretimler" olarak tanımlanan "folklorik film" kavramını halkbiliminin de ilgilendirecek şekilde yeniden ele almıştır. Folklorik filmi bir sinema türü olarak ele alan araştırmacıya göre bu tür yapımların açık işlevi izleyicinin temsili yapılan folklorik pratikleri ve olayları gözlemlemesi ve ilgili temsiller dolayımında kendisine/kendi folkloruna yönelerek bir tür kültürel farkındalık edinmesidir (Zang, 2005: 264-265). Dolayısıyla folklorik filmlerin diğer birçok türün askine eğlendirmeyi değil refleksif bir yorumsallığı öncelediğini söylemek yanlış olmayacaktır. Şimdinin ve hatta geleceğin geçmişin referanslığında yorumlanmasının Chasman'ın (2006: 137) "eleştirel nostalji" (critical nostalgia) olarak kavramsallaştırdığı pratikle de yakın bir ilişkisi vardır. Özellikle nostalji, "insanların geçmişin seçimsel vizyonundan

yararlanarak “an”da anlam üretmek için başvurduğu bir kültürel pratik”(Chasman, 2006: 138) olarak tanımlandığında bunun özü gereği eleştirel bir niteliğe sahip olduğu, “yaygın nostaljik modun görselliği sözelliğe önceleyen” (Chasman, 2006: 142) bir yapıya sahip olduğu göz önüne alındığında ise folklorik olanı idealize edilmiş ya da hayali bir geçmişle eşleştiren alımlayıcılar açısından imgelemi harekete geçirebilen görsel imajların birer nostaljik arzu nesnesine dönüşmesinin son derece normal olduğu görülür.

Zang’a göre ise sinemada folklorik olanın objektif temsilinin yanında sadece filmlerde karşımıza çıkan ve “hayali folklor” (imagined folklore) olarak tanımlanabilecek içeriksel ya da biçimsel anlamda folklorik verim ve performanslara benzetilen unsurların da dikkate alınması gerekir. Bu tür üretimleri “filmsel folklor” (filmic folklore) olarak tanımlayan araştırmacıya göre bahsi geçen filmlerde folklorik olan, bir sahne, aksiyon, olay, tema, konu ya da sözel veya sözel olmayan formlar şeklinde açığa çıkabilir. Yani filmsel folklorlarda amaç folklorun belgelenmesini değil, geleneksel olmayan bir ortamda yaratıcı yeniden üretimidir. Bu tür filmler açısından ironik olan, farklı motivasyonlarla folklorlardan yararlanmayı amaçlayan üretimlerin kendisinin folklorla dönüşmesidir (Zang, 2005: 267-268). Dolayısıyla bu tür filmler aracılığıyla hem yeni anlam ağları tesis edildiği hem de ilgililerce geçmiş ve şimdiki yorumlamaya olanak tanıyan bağlamlar üretildiği söylenebilir. Folklorik göstergelerin kültür içerisindeki geleneksel anlamlarını bilenler açısından bu tür kullanımlar filmi daha dikkat çekici kılmamanın yanı sıra göstergelerin ait olduğu semiyotik alana kaçış için de farklı alternatifler sunar.

Folklor ve popüler kültür olarak etiketlenen alanlar arasındaki yoğun etkileşime ve geçişgenliğine odaklanan güncel yaklaşımlardan biri de “folkloresk” kavramı özelinde geliştirilen teoridir. Popüler kültürün kendilik algısı ve folklor performansı ile ilgili olan folkloresk kavramıyla tüketicisine (izleyici, okuyucu, dinleyici, oyuncu) mevcut folklorik geleneklerden türetilmiş izlenimi veren fakat çoğunlukla ticari amaçlarla üretilen, ne tam olarak halk kültürü alanına ne de popüler kültüre dâhil edilebilecek tüm yaratıcı içerikler (filmler, çizgiromanlar, video oyunları vs.) kastedilmektedir (Foster, 2016: 5). Dolayısıyla folkloresk üretimler imgelemlerde nostaljik ve otantiklik çağrışımları yaratma gücüne sahip spesifik

kaynaklardan edinilen folklorik elementler ile melez nitelikli popüler kültür unsurlarının yeni bağlamlarda, yaratıcı ve bilinçli bir şekilde bir araya getirilmesiyle oluşturulur. Bu moddaki içerikler geleneksel ile ticari olanın ya da kültürel özgünlükler alanı ile küresel popüler kültür alanları arasındaki kontak bölgelerde üretilir. Foster'a (2016: 5) göre popüler kültür içeriği olarak etiketlenmiş olmasına rağmen bu tür üretimlerin gerçek başarısı tüketicisine folklorik bir deneyim sonucunda elde edilebilecek "otantiklik duygusu"nu yaşatmasıdır. Dolayısıyla folkloresk kavramıyla kastledilen, "fakelore" de olduğu gibi "hakiki" olandan "yapay" olana yönelen basit bir bağlamsal göçün ötesinde bir durumdur. Çünkü folkloresk, entegrasyon (integration), betimleme (portrayal) veya parodi (parody) kategorilerinden oluşan popüler kültürün spesifik bir türü (genre) olma özelliğine sahiptir (Foster, 2016: 15).

Folkloresk içerikler üreten amatör veya profesyoneller folklorik göstergelerden versiyonlaştırma/adaptasyon, alıntı ve gönderge ve anıştırma teknikleri kullanarak yararlanır. Bu tekniklerin temel karakteristiği tekrarlılığa değil, tazelik ve yeniliğe vurgu yapmasıdır (Foster 2016: 43-44). Özellikle anıştırma tekniğiyle üretilen içeriklerin folklorik mahiyeti, alımlayıcının kolektif belleğinde yer edinmiş soyut folklorik çerçevelere, arketipik unsurlara veya yapısal şemalara uygun içerikler üretmesidir. Alımlayıcı bu türden içeriklerle karşılaştığında onda tanıdık, bildik gelen bir şeyler olduğunu sezer. Sezgisel boyuttaki bu aşinalığın yarattığı "otantiklik aurası" folkloresk içeriklerin folklor gibi algılanmasını mümkün kılar (Foster, 2006: 46-47). Dolayısıyla folkloresk, fakelore'da olduğu gibi bir tür "folklor yanılgısı" (folklore fallacy) yaratmak yerine folklorik otantikliğe özgü duygu durumlarını oluşturmayı, deneyimletmeyi ve zihinlerine yerleştirmeyi amaçlar (Tolbert, 2006: 37). Yani Bird'in (2006: 346) de vurguladığı gibi bu türden içeriklerin başarısı onların folklor gibi davranmasından kaynaklanır. Foster'a (2016: 22) göre bu durum popüler kültürün folklore dönüşme hayalini nihayet gerçekleştirdiğinin göstergesidir.

Sonuç

Medya metaryalleri, popüler türler, filmler gibi kitle iletişim kültürünün unsurları sözlü folklorlardan farklı özelliklere sahip olmakla

beraber yerelde veya genelde halk ideolojisini, söylemini ve imgeleminini yansıtmaya ve yeniden üretme konusunda yaratıcı sektörlerdir. Folklorik deneyimi anlamaktan uzak ve sınırlandırıcı akademik epistemolojiler bir tarafa bırakıldığında ve bir şeyin folklorik değerinin bizzat onu üreten, icra eden, aktaran ve tüketen kesimlerce belirlendiği göz önüne alındığında özellikle parçası olduğumuz görsel kültür içerisinde imajın kendi başına farklı bir folklorik unsur olarak ele alınmasının ve folkloristik içerisinde sırf bu alana yönelmiş alt dalların oluşturulmasının ve geliştirilmesinin özellikle alanın güncelleştirilmesi adına bir tür zorunluluk olduğu ortadadır. Bu türden bir çabanın nihayete ermesinin ilk şartı işlevselliğini yitirmiş teorik zeminin terk edilerek görsel kültür çalışmalarını yönlendiren güncel paradigma içerisinde halkbiliminin kendi özgünlüğünü yansıtacak bir alan açmaktır. Bunun için ise halkbilimcilere görece yeni bir bilim alanı olan görsel semiyotiği, sembolik etkileşimciliği ve dinleyici etnografisini de kapsayacak disiplinlerarası bir bakış açısının kazandırılması yararlı bir girişim olacaktır.

Kaynaklar

- Aktulum, Kubilay, (2014), "Folklorik İmgelem: Bir Toplumsal İmgeler Rezervuarı Olarak İmgelemin Epistemolojik Temellerine Giriş", *Millî Folklor*, 26, 101: 277-290.
- Bird, S. Elizabeth., (2006), "Convergence Studies as Confluence: The Convergence of Folklore and Media Studies", *Popular Culture Theory and Methodology: A Basic Introduction*, Harold E. Hinds Jr., Marilyn F. Motz, and Angela M. S. Nelson (Ed.), Madison: University of Wisconsin Press, pp. 344-55.
- Braid, Donald, (1996), "Personal Narrative and Experiential Meaning", *The Journal of American Folklore*, Winter, 109, 431: 5-30.
- Cashman, Ray, (2006), "Critical Nostalgia and Material Culture in Northern Ireland", *The Journal of American Folklore*, 119, 472: 137-160.
- Correll, Timoty Corrigan, (1997), "Associative Context and Joke Visualization", *Western Folklore*, 56, 3/4: 317-330.
- Degh, Linda, (1994), *American Folklore and the Mass Media*, Bloomington: Indiana University Press.
- Degh, Linda, (2001), *Legend and Belief: Dialectics of Folklore Genre*, Bloomington: Indiana University Press.
- Ellul, Jacques, (2012), *Sözün Düşüşü*, (Çev.: Hüsamettin Arslan), İstanbul: Paradigma.

III. Uluslararası Genç Halkbilimciler Sempozyumu Bildirileri

- Foster, M. Dylan, (2016), "Introduction: The Challenge of the Folkloresque", *The Folkloresque: Reframing Folklore in a Popular Culture World*, Michael Dylan Foster and Jeffrey A. Tolbert (Ed.), Colorado: University Press of Colorado, Utah State University Press, pp. 3-37.
- Foster, M. Dylan, (2016), "The Folkloresque Circle: Toward a Theory of Fuzzy Allusion", *The Folkloresque: Reframing Folklore in a Popular Culture World*, Michael Dylan Foster and Jeffrey A. Tolbert (Ed.), Colorado: University Press of Colorado, Utah State University Press, pp. 41-64.
- Geertz, Clifford, (2010), *Kültürlerin Yorumlanması*, (Çev.: Hakan Gür), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Grider, Sylvia Ann, (1976), *The Supernatural Narratives of Children*, Bloomington: Indiana University Press.
- Jacobs, Mark D and Lyn Spillman, (2005), "Cultural Sociology at The Crossroads of The Discipline", *Poetics*, 33: 1-14.
- Koven, Mikel J., (2008), *Film, Folklore, and Urban Legends*, Maryland: Scarecrow Press
- Lord, Albert B., (1986), "The Merging of Two Worlds: Oral and Written Poetry as Carriers of Ancient Values", *Oral Tradition in Literature: Interpretation in Context*, John Miles Foley (Ed.), Columbia: University of Missouri Press, pp. 19-65.
- Ong, Walter J., (1986), "Text as Interpretation Mark and After", *Oral Tradition in Literature: Interpretation in Context*, John Miles Foley (Ed.), Columbia: University of Missouri Press, pp. 147-170.
- Saussure, Ferdinand de, (1998), *Genel Dilbilim Dersleri*, (Çev.: Berke Vardar), İstanbul: Multilingual Yayınları.
- Semenenko, Aleksei, (2012), *The Texture of Culture: An Introduction to Yuri Lotman's Semiotic Theory*, New York: Palgrave MacMillan.
- Thompson, Tok, (2013), "Trajectories of Tradition: Following Tradition into a New Epoch of Human Culture", *Tradition in the Twenty-First Century: Locating the Role of the Past in the Present*, Trevor J. Blank, Robert Gleen Howard (Ed.), Colorado: University Press of Colorado, Utah State University Press, pp. 149-173.
- Tolbert, Jeffrey A., (2016), "Introduction", *The Folkloresque: Reframing Folklore in a Popular Culture World*, Michael Dylan Foster and Jeffrey A. Tolbert (Ed.), Colorado: University Press of Colorado, Utah State University Press, pp. 37-41.
- Zhang, Juwen, (2005), "Filmic Folklore and Chinese Cultural Identity", *Western Folklore*, 64, 3/4: 263-280.