KENDİNİ SEYREDEN ÖTEKİ: HALK KÜLTÜRÜ TEMSİLLERİNDE ÖZ ORYANTALİST YAKLAŞIMLAR

The Other Watching Own-Self: Self-Orientalist Approaches on Folk Culture Representations

Yrd. Doç. Dr. Evrim ÖLÇER ÖZÜNEL*

ÖZ

Doğu ve Batı arasındaki geçişler çoğu zaman zıtlıklar üzerine temellenmiştir. Benim ötekim ile onun ötekisi çoğunlukla oryantalizm ve oksidentalizm kavramları arasındaki fay hatlarında var olmuştur. Bu makalenin ana konusu ise kültürlerin kendi kendini ötekileştirici yaklaşımlarının halk kültürünü temsil biçimlerine yansıyışıdır. Öz oryantalizm Doğunun sürekli kendini Batının gözüyle seyretmesini ve kendi kendinin ötekisine dönüşmesini kavramsal olarak açıklar. Öz oryantalist bakış açısı halk kültürünün pek çok temsil alanında görülebilir. Ne var ki kültürel unsurların tanıtım, aktarım, sunum ve pazarlanma biçimlerindeki öz oryantalist yaklaşımlar her zaman net değildir. Halk kültürü temsillerinde öz oryantalist yaklaşımlar kültür turizmi, kültür ekonomisi, tanıtım filmleri, uygulamalı halk bilimi, müzecilik, kültürel animasyon tasarımı, reklam ve promosyon uygulamaları gibi alanların pek çoğuyla ilişkilendirilebilir. Ancak makalede öz oryantalizm kavramının halk kültürü temsilleriyle olan ilişkisi kültür turizmi ve medya alanlarından örneklerle çözümlenmiştir. Makalede öncelikle oryantalizm ve öz oryantalizm kavramları tarihsel ve kuramsal boyutlarıyla değerlendirilmiş ardından günümüzdeki halk kültürü temsillerine yansıma biçimi çözümlenmiştir. Ardından öz oryantalizm kavramı merkeze alınarak oryantalist simgelerin varoluş alanlarının sunum biçimleri tartışılmıştır. 2013 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesine giren Türk kahvesi kültürü ve geleneği ile sunum biçimlerindeki öz oryantalist yaklaşımlar marka ve pazarlama stratejileri bağlamında değerlendirilmiştir. Ayrıca, halk yaşamındaki oryantalist arketiplerin kültür turizmindeki temsil biçimlerine eleştirel yaklaşımlar getirilmiştir. Söz konusu simgesel dünyanın öz oryantalist sunumunun, kültürel kodların derinliğinden uzak yüzeyde bir simülasyondan ileri gitmediği ve sürdürülebilir olamayacağı öne sürülmüştür. Kültürel bir varoluş sıkıntısı yaratan bu sürecin halk bilimciler ve kültür bilimciler tarafından gündeme alınarak, sürecin yön değiştirmesine katkı verecek uygulama modelleri geliştirilmesi öngörülmüştür.

Anahtar Kelimeler

Oryantalizm, Öz oryantalizm, halk kültürü, kültür temsilleri, kültür turizmi

ABSTRACT

The bond between East and West is often based on contrasts. Thus, both cultures have existed on the fault lines between the concepts of Orientalism and Occidentalism. The main topic of this article is not how cultures alienate each other but alienate themselves by self-orientalism. Self-orientalism, explains this phenomenon within the concept of how East continuously sees itself through the eyes of West in the East-West relationship. Self-orientalism can be discussed within many areas like promotion, presentation and the marketing of cultural elements in cultural tourism, cultural economy, folklore, museology, cultural animation design and advertising. But this article chose its examples from the cultural tourism and media and discuses self-orientalist paradigm through them. Furthermore the article focuses on the origin and the historical development of orientalism and than the essence of Orientalism in Turkey. Then the history of modern, westernized Turkey and its relation between orientalism is analysed with its reflections on the folk culture. By taking the concept of self of orientalism at the hearth, the representations of orientalist icons of today are discussed. For example Turkish coffee culture and tradition, which has been, listed under 2013 the UNESCO's Intangible Cultural Heritage Representative List and presentation of brand and marketing strategies were also discussed. Besides, the oriental archetypes like hookahs, Turkish nights, the image of Turkish coffee culture represented in the forms of cultural tourism and media has been questioned bringing critical approaches. It was determined that the essence of the symbolic world of Orientalist presentation is far away from the depth of cultural codes away, and does not go beyond the superficial simulation. With respect to this situation, recommendations are made and models that can be implemented by folk or culture scientist are proposed as regard to changing the direction of the establishment of self-orientalism.

Key Words

Orientalism, Self-Orientalism, Folk Culture, Cultural Representations, Cultural Tourism

* Gazi Üniversitesi Türk Halk Bilimi Bölümü Öğretim Üyesi, Ankara/Türkiye, eolcer@gazi.edu.tr

İlkel, barbar ve egzotik Doğu arasında kurulan ilişkinin benzeri modern, medeni ve antik Batı arasında kurulur. On altıncı yüzyılın keşif ruhu ve hümanist akımlarıyla filizlenen, on yedinci ve on sekizinci yüzyıllarda oryantalizm olgusuyla biçimlenen Doğu ve Batı arasında kurulan bu ilişki biçimi, on dokuzuncu yüzyılın ulus devlet politikalarından, yirminci yüzyılın soğuk savaş stratejilerine ve nihayet yirmi birinci yüzyılın küresel dünya algısına kadar farklı biçimlerde sürdürülmüştür. Bu da doğal olarak pek çok disiplini Doğu-Batı ilişkisini oryantalizm ve oksidentalizm kavramları arasındaki gelgitli ortamda anlamlandırmaya çalışırken fay hatları üzerinde kuramlar oluşturmaya yöneltmiştir. Doğu, Batı tarafından şimdiye kadar, ya ötekileştirilmiş ya da egzotikleştirilmiştir. Doğu toplumlarında ise oksidentalizm dalgası ya şiddetli bir Batı karşıtlığına ya da aşırı milliyetçi akımlara dönüşmüştür. Doğu ve Batı arasındaki bu katı hâl zamanla evrilerek biçim değiştirmiştir. Bu ikili karşıtlık biçimi siyasal, sosyal, sanatsal, tarihsel, kültürel ve ekonomik pek çok boyutta değerlendirilebilir. Hatta "küresel çağ" fikrinin maddenin halleri üzerinden katı, sıvı ve gaz metaforuyla yorumlandığı günümüzde durum daha da ilginçleşmiştir. Örneğin kitapların "Amerika'lı bir yazar tarafından yazılan, editörü İngiltere'de olan ve Singapur'da basılarak pek çok dile aynı anda çevrilen ve nihayetinde bir dakika içinde bilgisayarınıza indirilebildiği" (Ritzer, 2011: 21) bir çağda ve kültürlerin adeta gaz halinde birbirinin içinden geçebildiği yirmi birinci yüzyılda ikili karşıtlığın hangi noktalarda belirginleştiği veya silikleştiğini fark edebilmek önemlidir. Söz konusu arada kalmış alanı yorumlayabilmek kendi kültürüyle öteki arasında kalmış entelektüel için de yaşamsaldır. Bu nedenle makaleye konu olan öz oryantalizm kavramını halk kültürü temsilleri bağlamında tartışmak gerekir. Öz oryantalizm tartışmaları, kendi kültürünü ötekileştirerek seyirlik bir nesneye dönüştürme biçimi olarak, Doğu ve Batı arasındaki ilişkide Doğunun sürekli kendini Batının gözüyle seyretmesi ve böylece kendi kendinin ötekisine dönüşmesini kavramsal olarak açıklar. Öz oryantalist bakış açısı halk kültürünün pek çok temsilinde görülebilir. Ne var ki kültürel unsurların tanıtım, aktarım, sunum ve pazarlanma biçimlerindeki öz oryantalist yaklaşımlar her zaman net değildir. Halk kültürü temsillerinde öz oryantalist yaklaşımlar kültür turizmi, kültür ekonomisi, hediyelik eşya sektörü, tanıtım filmleri, uygulamalı halk bilimi, müzecilik, medya, kültürel animasyon tasarımı, reklam ve promosyon uygulamaları gibi alanların pek çoğuyla ilişkilendirilebilir.

Yirmi birinci yüzyıla gelindiğinde öz oryantalizmin on dokuzuncu ve yirminci yüzyıldaki var oluş neden ve biçimlerinin dönüştüğü görülür. Başlangıçta entelektüel ve siyasal bir ilgi ve temas noktası olarak biçimlenen öz oryantalizm günümüzde ekonomik bir temasın zorunlu bir sonucu olarak var olmaktadır. Bu nedenle makalede öz oryantalizmin halk kültürünü temsil bağlamları olarak kültür turizmi ve medya gibi alanları seçilmiştir. Makalede öncelikle oryantalizm ve öz oryantalizm kavramları hakkında

bilgi verildikten sonra öz oryantalizm kavramı merkeze alınarak oryantalist simgelerin günümüzde varoluş alanlarının sunum biçimleri tartışılacaktır. Bu makalenin amacı öz oryantalizm kavramını derinlemesine tahlil etmekten çok halk kültürünün güncel temsil ortamlarındaki varlığını tartışmaya açabilmektir.

Her ne kadar oryantalizmin geçmişi on dördüncü yüzyıla kadar götürülse de konuyu kavramsal bir çerçevede tartışan ve bu alanın gelişmesini ivmelendiren Edward Said olmuştur. Said'in, 1977 yılında *Oryantalizm Sömürgeciliğin Keşif Kolu* adlı çalışmasının ardından oryantalizm, kuramsal olarak ele alınmaya başlanmıştır ve pek çok disiplininin tartışma konuları arasında yerini almıştır. Said oryantalizmi "Doğu ile Batı arasındaki ontolojik ve epistemolojik ayrıma dayalı bir düşünüş biçimi" (Said, 1989: 15) olarak tanımlar. Said neredeyse varlık ve yokluk arasındaki her türlü siyasal, kültürel, edebi ve ekonomik üretim ve tartışmanın "Doğu ile Batı arasındaki temel ayrımı" referans noktası olarak belirlediği fikrinden yola çıkar. Bu durumda Aşil'den Hugo'ya Dante'den Marx'a uzanan çizgide (Said, 1989: 16) bu kavramı tartışır. Said'in geniş yelpazeli bakışı, oryantalizmin özellikle görsel kültürel alandaki simgesel duruşu bağlamında pek çok araştırmaya konu olmuştur. Yanı sıra tarihsel ve siyasal erkin meşruiyeti bağlamında yapılan çalışmalar da mevcuttur. Ne var ki oryantalist yaklaşımlar halk kültürünün temsili ve kültür kodlarının aktarımı bağlamında kuramsal açıdan yeterince tartışılmamıştır. Oysa oryantalist seyyah ve ressamlar için İstanbul kahveleri, sokakları ve gündelik kullanımdaki pek çok etnografik eşya son derece ilgi çekici bulunarak resmedilmiş ya da anlatılmıştır. Oryantalistlerin entografik bakış açıları görmezden gelinerek yalnızca belirli simgelere karşı tutumları ile ilgilenilmiştir. Oryantalist kültürü temsil eden ressamların bazıları Doğuya hiç ayak basmamışlardır. Hiç görmedikleri bir yerdeki hayal ürünü anlatıları kendi fantazyalarında kurgulayarak yeniden üreten bu ressamlar, masa başı antropologlarına benzer biçimde Osmanlı hareminin, Osmanlı fesinin, odalık ve cariyelerin, nargilenin, Osmanlı çubuğunun, dans eden rakkase imgelerinin günümüze kadar ulaşan adeta birer arketipe dönüşmesine ve yüzyıllar öncesiyle aynı biçimde sunularak kuşaktan kuşağa aktarılmasına vesile olmuşlardır. Örneğin Işık Özdal "Oryantalizm, Görsel İzler ve Günümüz Fotoğraf Sanatı" adlı makalesinde Delacroix'nın Grand Odalisque (1814) tablosunun ressamın çoğu eseri gibi tamamen hayal ürünü olmasına rağmen resim tarihinin en tanınan, en çok kopyalanan ve bu sayede de oryantalist bakışın sembolü hâline gelmiş bir ikon eser olduğunu söylemektedir (Özdal, 2013: 65). Buna karşın Zeynep İnankur 1876 yılında Paris Uluslararası Sergisi'ndeki Osmanlı Pavyonu'nda tabloları bir Türk ressamı olarak sergilenen ve 'İstanbul'un hikâyesini anlatan adam" olarak bilinen Amadeo Preziosi'den söz eder. İnankur, Preziosi'nin İstanbul'un gündelik yaşamını yansıtan suluboya tablolar yaptığını ama tablolarının son yüzyıla kadar diğer oryantalist ressamlarınkiler kadar anımsanma-

dığını ve kopyalanmadığını (İnankur, 2007: 7) söyler. Preziosi'nin eserleri, her ne kadar oryantalist etkiler görülse de İstanbul'un gündelik yaşamına dair son derece önemli görsel bir kaynak olarak değerlendirilebilir. Oryantalist etkiler halk kültürünün güncel bağlamlarında da sürdürülmektedir. Oysa oryantalist dünyanın kendi kültürünü ötekileştirmeksizin, kültürel ürünleri kültür turizmi, animasyon, müzecilik, sanat yaratımı ve sergileme gibi alanlarda yeniden üretecek olan uygulamalı halk bilimi alanı için söyleyecek hâlâ çok değerli sözleri olduğu varsayılabilir. Bu noktada oryantalizmin öz oryantalist bir bakışla değerlendirilme süreçlerine yakından bakmak uygun olacaktır. Arif Dirlik, Şarkiyatçılığın sadece Avrupalıların özerk bir yaratısı olup olmadığı ya da onun ortaya çıkışına Şarklıların da suç ortaklığı edip etmediğini sorgular. Dirlik, Said'in Şarkiyatçılığının, Avro-Amerikan düşüncesiyle ilgili bir çalışma olduğunu ve Asyalı toplumların aydınlarının ve bu toplumlardan olan diğer kimselerin Şarkiyatçılığın pratik ve kavram olarak ortaya çıkışına nasıl katkıda bulunmuş olabilecekleri sorusuna pek dokunmadığını söyler. Said'in görüşlerine bu açıdan yeni bir boyut kazandıran Dirlik için 'Şarkiyatçılık Avrupa aydınlarının bir yaratısı idiyse bile şark aydınları ona nasıl karşılık verdiler ve nasıl algıladılar? sorusunun öncelikle yanıtlanması gerekmektedir (Dirlik, 2010:187-188). Dirlik'in bu sorusunun yanıtı öz oryantalizm tartışmalarının da merkezinde durmaktadır.

Arif Dirlik, Şarkiyatçılığın, kendini bütünüyle gözler önüne sererek on dokuzuncu yüzyılda Avrupa'yı gelişmenin merkezine ve zirvesine yerleştirip, dünyayı zamansal ve mekânsal olarak Avrupa'daki gelişmeye göre değerlendirip düzenlemiş olan Avrupa merkezci bir dünya anlayışıyla bir bütünü oluşturduğunu söylemektedir. Dirlik'e göre bu şekilde yeniden düzenlenen dünyada, Avrupalı olmayan toplumlar neye sahip olduklarına göre değil, neden yoksun olduklarına göre karakterize edilmişlerdir. Avrupa'daki gelişmeye karşı çağdaş alternatifler olarak ele alınmaları şöyle dursun, genelde onların Avrupa'nın çoktan geride bıraktığı bir gelişme seviyesinde bulunduklarının düşünüldüğünü söyleyen Dirlik'e göre, onların bugünü Avrupalıların gözünde bugüne alternatif teşkil etmiyordu ve Avrupa'nın gelişim sürecinde geçmişe ait bir aşama olarak görülüp "çağdaş atalarımıza has bir teori" olarak tanımlanıyordu. Bu yeni dünya görüşü, Avrupa'nın dünyayı egemenlik altına alması ve kolonileştirmesi süreciyle el ele ilerledi (Dirlik, 2010: 186). Dirlik'in ifade ettiği süreç dünya halk bilimi çalışmalarını ve halk kavramını da etkileyen benzer bir süreçtir. Bu bakış açısıyla değerlendirildiğinde oryantalizm ve halk bilimi tarihi arasında da yeniden bir bağ kurularak konu hakkında daha derin sorunların sorulması gereklidir. Örneğin Batılılaşma, küreselleşme ve kültür endüstrisi konularına halk bilimcilerin yaklaşım biçimlerinin kendini seyirlik bir nesneye dönüştürmeyi hızlandıran öz oryantalist izler taşıyıp taşımadığını ya da kültür koruma yaklaşımlarımızda halk kültürünü seyirlik nesneye dönüştürme hâlimizin öz oryantalist süreçle ilişkisi olup olmadığını sorgulamak gerekir.

Oryantalizm tartışmalarının halk

kültürünün temsili bağlamında yeterince irdelenememesi ise bu sunum ve temsillerin öz oryantalist bakışla oluşturulmasına katkı sağlamıştır. Öz oryantalizm üzerine yapılan çözümlemelerin çoğu on dokuzuncu yüzyıl oryantalizmi bağlamında değerlendirilmiştir. Ne var ki öz oryantalizmin günümüzdeki varoluş dinamikleri dönüşmüştür. Bu noktada öncelikle öz oryantalizm tartışmalarından söz edilmeli ancak bu tartışmalar günümüz dinamikleri göz önüne alınarak yeniden değerlendirilmelidir. Bünyamin Bezci ve Yusuf Çiftçi'nin "Self Oryantalizm: İçimizdeki Modernite Ve/Veya İçselleştirdiğimiz Modernleşme" adlı makalesi öz oryantalizmi modernleşme-batılılaşma ekseninde ele alarak çözümler. Onlara göre öz oryantalizm kelime olarak "kendi kedini Doğulaştırmak", Batılı değerler sistemi içinde, batıya göre "kendi"ni açıklayarak/temsil ederek kendi kültürünün temsilini çarpıtmaktır. Bezci ve Çitfçi öz oryantalizmin gerçekleşebilmesinin ön koşulu olarak batılı entelektüel canlanmanın olması gerektiğinin altını çizerler. Onlara göre self oryantalistler, iradi modern toplumlarda "temasın eşiğinde" meydana çıkmaktadır (Bezci ve Çiftçi, 2012: 143). Araştırmacıların sözünü ettiği temas noktaları Doğu ve Batının entelektüel algılarının birbirleriyle karşılaştıkları modernleşme çabasının olduğu noktalarda belirginleşmektedir. Çiftçi'ye göre modernleşme dinamikleri sırasında oryantalizmin içselleştirilmesi durumu oryantalizmin bir hegemonya-güç ilişkisine dönüşmesine neden olmuştur. Bu bağlamda oryantalizmin nesnesi olarak kurgulanmış Doğu coğrafyasında bulunan Osmanlı, ilk aşamada oryantalizmin araştırma nesnesi olmuştur. Fakat bu nesnellik sadece dilbilimsel-kültürel-dinî sahalardaki araştırma ile sınırlı kalmıştır. Ancak Osmanlı'da modernleşme süreci öz oryantalist paradigmanın inşası olarak ortaya çıkar. Çiftçi'ye göre öz oryantalist paradigma, Osmanlı Batılılaşmacıları olan Cumhuriyetçiler tarafından da takip edilmiştir (Bezci ve Çiftçi, 2012: 142). Öz oryantalizmin kuramsal alt yapısında *temas noktaları* ve *entelektüel canlanma* kavramları ön plana çıkar. Çiftçi bu paradigmanın oluşum evrelerindeki en önemli unsur olarak Batı ve Doğu arasındaki temas noktalarının görüldüğünü belirtir. Batı ve Doğu arasındaki bu temas edişten kaynaklanan entelektüel canlanma olmaksızın öz oryantalist bir bakış ortaya çıkamaz (Bezci ve Çiftçi, 2012: 147). Bu nedenle entelektüel temas noktalarının varlığı önemlidir. Çiftçi'ye göre öz oryantalist paradigmanın oluşumunda en önemli unsur Batı ile Doğu arasındaki ilk temas bölgelerinin oluşumudur. Bu oluşumdan beslenen bir entelektüel canlanma olmadan self oryantalizmin oluşması mümkün değildir (Bezci ve Çiftçi, 2012: 147-48). Söz konusu entelektüel canlanma Tanzimat döneminden itibaren Osmanlı ve Cumhuriyet dönemi aydınları tarafından heyecanla içselleştirilmiştir. Bu anlamda entelektüel canlanma batılılaşma kavramı ile eş tutulmuştur. Söz konusu eşleşme bir yandan Osmanlı'nın reddi mirasına neden olurken Osmanlı kültürü Batının gördüğü ya da görmeyi arzuladığı biçimde sunulmaya da devam edilmiştir. Cumhuriyet dönemi kültür politikaları, halk kültürü yak-

laşımları, temsil biçimleri ve stratejileri irdelendiğinde dönemin aurasına uygun öz oryantalist yapı açığa çıkacaktır. Bu dönemde halk resmi, halk sanatı, halk zevki, halk temsilleri, halk mimarisi sistematik bir biçimde Batılılaştırılmıştır. Batılılaşma sürecinde entelektüellerin 'taşraya', 'köye', 'halka' ve 'köylüye' bakışı uygulanan kültürel stratejiler, öncelikle halk kültürünün ötekileştirilmesinin, ardından da halkın kendi kültürünü ötekileştirmesinin önünü açmıştır. Bu da zamanla oryantalist imgeleri birer arketipe dönüştürmüştür. Örneğin resim sanatı Batılılaşırken köy ve köylünün gündelik yaşamını resmedenlerin oryantalist ressamların algısı ve tekniğini takip etmeleri, halk evleri temsil kollarında Batı biçimli tiyatro oyunlarının köy seyirlik oyunları ya da geleneksel halk tiyatrosunun önüne geçmesi ama aynı zamanda köy ve köycülüğün romantik bir bakışla ülküleştirilmesi bu arketipleşmenin temellerini atmıştır. Bu arketiplerin temsil alanları ise dönemin halk evleri, sanat ortamları ve müzelerinde yeşermiştir. Uluslaşma ve Batılılaşma heyecanlarının yaşandığı dönemlerin temsil kurumları olarak nitelenebilecek bu kurumlarda bir yandan ulusal kültür yüceltilirken diğer yandan Batı kültürünün hegomonik meşruiyetinin kurumsallaştırıldığı gözlenir[1]. Hasan Bülent Kahraman, Atatürk'ün söylevlerinde Batı ve medeniyet kavramlarını özdeşleştirdiğine vurgu yapar. Kahraman'a göre bu vurgu bir anlamda içselleştirilmiş oryantalizmdir (Kahraman, 2011:170). Kahramanın sözünü ettiği içselleştirilmiş yani öz oryantalizm köklerini Osmanlı döneminden alır. Osmanlı döneminde 'şarkın simülasyonu' algısıyla oluşturulan sergileme biçimleri ve oryantalistlerin etnografik malzemeye gösterdikleri abartılı ilginin temsili meselesinin köklerini on dokuzuncu yüzyılda düzenlenen Dünya Fuarlarında aramak mümkündür. O fuarlarda sergilenen yerli ve otantik kültür anlayışı bugün dahi temsil kurumlarının kurgulanışında fark edilmektedir. Zeynep Çelik, *Şarkın Sergilenişi 19. Yüzyıl Dünya Fuarlarında İslam Mimarisi* adlı yapıtında Osmanlı'nın 19. yüzyılda kendini Batıya sunma biçimlerinin mimari boyutlarını tartışır. Çelik, bu fuarların Batının yükselen sanayi ve ekonomik gelişiminin zaferlerini kutlamak için ayinsel bir saygıyla düzenlendiğini aktarır (Çelik, 2004: 1). Zeynep Çelik, 1851 yılındaki Londra Büyük Sergisinin uluslararası ve kültürler arası iletişimde yeni bir çağ açtığından söz eder. Bu sergide özellikle daha egzotik ve tanınmayan yerlerin otantik kültürel tasvirlerini sunma arzusu 1867'de yerli teşhirler için bağımsız yapıların ortaya çıkmasına neden oldu. Çelik'in aktardığı biçimiyle teşhirlerin daha gerçekçi görünmesini sağlamak amacıyla, yerel kıyafetler içinde tipik günlük uğraşları "canlandıran" insanlar da işin içine katılmışlardır (Çelik, 2004: 57). Bu pavyon ve sergilerde zanaatkârların çalıştığı, geleneksel müziklerin icra edildiği, otantik yiyeceklerin ikram edildiği bilinmektedir. Çelik, on dokuzuncu yüzyıl dünya fuarlarındaki yerli teşhir bölümlerinin tüm duyulara hitap ederek temsil edilen yerin atmosferini yarattığını ifade etmektedir (Çelik, 2004: 60). Çelik'in sözünü ettiği canlandırma biçimi çağ-

daş düşünür Boudrillard'ın vurguladığı simülasyonlara benzetilebilir. Gerçek olmayan ancak gerçek(miş) gibi yapılan bu sergileri Batının Doğuyu görmek istediği biçimde sergilediğinin bir kanıtı olarak görmek mümkündür. Bu nedenle kendi kültürünü seyirlik bir nesneye dönüştüren temsil kurumlarının öz oryantalizmle ilişkileri incelenmeye değerdir.

Halk kültürü temsillerindeki öz oryantalist yaklaşımlar kendisini, halkın kullandığı gündelik sıradan objelerin bir takım sergileme yöntemleri kullanılarak egzotik nesnelere dönüştürülmesi olarak kendini gösterir. Halkın kullandığı sıradan nesnelerin ve gündelik yaşamında işlevsel olarak uyguladığı pratiklerin ya camekânlar içinde sergilenmesi ya da aşırı değerli nesnelermiş gibi sunulması, seyirlik nesneye dönüştürülen kültürel unsur ve ziyaretçi arasına ötekileştirici bir mesafe koyar. Söz konusu mesafenin öz oryantalist bir içselleştirmeye neden olabileceği göz ardı edilmemelidir. Aynı biçimde kimi müzelerde ziyaretçilerin kullanımına sunulan, giyilerek fotoğraf çektirilebilen Osmanlı kıyafetleri de bu bağlamda değerlendirilmeye uygun görünmektedir. Bu bağlamda Burcu Alaarslan'ın "Türk İmgesinin Görsel İmajları" adlı makalesinde belirttiği gibi her ne kadar ezeli düşman olarak algılansa da Batının Osmanlı ve Osmanlı modasına olan tutku ve merakı devam etmiştir. Alaarslan'a göre Medici ailesinin son koleksiyoneri Prens Ferdinando'nun tema seçimi, eski düşmana karşı ilgiyi canlı tutan bir zevkin de kalıcılığına işaret etmektedir. Ferdinando'nun sahip olduğu "Av Köpekli Türkler" ve "Doğulu Portresi" gibi tablolar da bu zevke tanıklık etmektedir (Alarslan, 2005: 149). Prens Ferdinando'nun Osmanlı sultan kıyafetleri giyerek kendi tablosunu yaptırmasıyla günümüz turistlerinin müzelerde, otellerde ve saraylarda sultan kıyafetleriyle fotoğraf çektirme arzuları arasında tarihsel olarak yaklaşık beş yüz yıl olmasına karşın egzotik Doğunun fantastik imgelem ve arzu nesnesine dönüşmesi boyutunda herhangi bir değişiklik olmadığı söylenebilir. Söz konusu bu yüzyıllara karşın Doğulu imgede bir dönüşüm olmayışı oryantalist paradigmayı sürdürülebilir kılan öz oryantalist sunum ve temsil biçimleridir. Kültür kodlarının öz oryantalist bir algıyla yönetilmesi ve birer arketip yani esas imge olarak tescillenmesi hem kültür aktarımında kültürel bir varoluş bunalımına neden olur hem de kültür turizminin bir mekân ve zaman tüketim nesnesine dönüşmesini destekler. Bu uygulamalar kültür turizminde benimsenen misafirperver ve katılımcı sürdürülebilir politikaları da söz konusu öz oryantalist bakışı nedeniyle örseler.

Bu noktada öz oryantalizmin ortaya çıkabilmesi için gereken entelektüel canlanma ve temas noktaları kavramlarını yirmi birinci yüzyıl dinamiklerine göre yeniden değerlendirmek uygun olacaktır. On dokuz ve yirminci yüzyıllardaki entelektüel canlanmanın yerini yirmi birinci yüzyılda ekonomik canlanmaya bıraktığını söylemek de mümkündür. Öz oryantalizm için gereken temas noktaları ise yirmi birinci yüzyılda gaz hâlini alan kültürel yayılma alanında sınırlarını çoktan yitirmiş görünmektedir. Öz oryantalist yaklaşımları iv-

melendiren entelektüel canlanmanın yanı sıra dünyadaki küresel ekonomik dengelerin değişmesiyle birlikte öz oryantalizm algısının ekonomik yönü ile de yüzleşmek gerekmiştir. Başlangıçta entelektüel bir heves ve canlanmayla filizlenen öz oryantalist yaklaşımlar kültür endüstrisi ve ekonomideki küresel canlanma nedenleriyle pazar ekonomisi tarafından içselleştirilmiş ve böylece oryantalist arketipler yeniden canlandırılmıştır. Örneğin nargile ve çağdaş sunum biçimleri ya da lüks otellerin bahçelerine kurulan kıl çadırlar bunun için verilebilecek örnekler arasındadır. Öcal Oğuz yerel bir unsur olan nargilenin hayatımıza birdenbire yeniden girmesini "dış kültür turizminin küreselleşmenin ortaya çıkardığı tek tiplilik karşısında beliren arayışı" olarak görmektedir (Oğuz,2013:59). Oğuz'un da vurguladığı gibi küreselleşme tek tipleşmenin önüne geçebilmek için farklı kültürlerle temas eder. Bu temas kültürel olduğu kadar ekonomi ile de ilişkilidir. Küreselleşme süreciyle birlikte kültürel ve yerel unsurların metalaştırılması gündeme gelmiştir. Kültür ekonomisi ve kültür endüstrisi alanları ise kültür turizmi ile iç içedir. Oğuz'a göre son yıllarda turizmin kültür turizmine, kültür turizminin yerel, bakir, otantik gösterimlere yönelmesi sonucu Türk halk kültürünün kimi alanlarında bir canlanma gözlenmektedir. Oğuz, restoran adlı "modern" olmaya çalışan bu nedenle de içlerinde yerel hiçbir unsuru barındırmayan lokantalarda Türk usulü oturma gruplarının, Türk usulü yemek yeme alışkanlıklarının öne çıktığını belirtir. Oğuz'a göre günlük hayattan çekilen bütün halk kültürü objeleri, lüks mekânların yaygın ve aranılan dekorları arasına girmektedir. Sabanın, boyunduruğun, yabanın, dövenin ve daha binlerce "tuhaf" eski tarım araç gerecinin ne kadar "lüks" ve "turistik" mekânların "can simidi" haline geldiğini söyleyen Oğuz, Türk halkının Batılılaşmaya başladığı dönemde modern hayatla ilişkisini kuramadığı için adını anmaya utandığı kendi halk hayatının eskiyen parçaları şimdi neden baş tacı ediliyor? sorusunun şu güne kadar halk bilimciler tarafından sorulmuş bir soru olmadığını, dolayısıyla cevabının da araştırılmadığını belirtir (Oğuz, 2013: 59). Oğuz'un sorduğu sorunun yanıtını farklı açılardan yanıtlamak mümkündür. Bitpazarına nur yağması olarak da değerlendirilebilecek bu süreç temel olarak pek çok değişkene bağlıdır ama içlerinden biri makalenin sınırları dâhilinde değerlendirilebilir. Batılılaşma ile bir kenara itilen ve ötekileştirilen halk kültürü öz oryantalist yaklaşımlarla yeniden bir seyirlik nesneye dönüştürülmektedir. Burada öz oryantalizmin hem ekonomik hem entelektüel hem de kültürel temas noktalarında işlevsel olarak vücut bulduğu görülür. Küreselleşmenin getirdiği tek tipleşmenin yanı sıra gerekli kıldığı ekonomik canlanma öz oryantalist arketiplerin de yeniden canlandırılmasına neden olmuştur.

Söz konusu arketiplerin yeniden canlandırılması özellikle 1980 sonrası turizm stratejilerinin oryantalist simgelerin kültür turizmiyle ilgili tüm yol haritalarında işaretlenerek hâkim kılınmasına neden olur. 1980 dönemine kadar Batılılaşma ve ötekileştirilme hâlini içselleştiren ve yerelleştiren turizm bölgesi insanları gelen turiste

özgün derin kökleri olan geleneği misafirperver bir anlayışla sunmak ve paylaşmak yerine kendisine sunması için öngörülen paket programlardan faydalanmayı tercih eder. Bu durum ise kültür turizmini ekonomik bir alan olarak algılayan özellikle yerel üretici yani halkın gözünde oryantalizmin yerlileşmesine neden olur. Çiftçi'nin sözünü ettiği entelektüel canlanma Batıyla her temas döneminde katlanarak büyür ve bu süreç öz oryantalizmin halk tarafından da kanıksanmasına yol açar. Bu kanıksayışın ardından kuşaktan kuşağa hayali kod ve arketiplerin aktarımı kendiliğinden gerçekleşir.

Kültür turizmi alanında öz oryantalist yaklaşımların sıklıkla gözlenen alanlarından biri de turistik otellerdeki animasyon programları ve düzenlenen Türk geceleridir. Bu gecelerde ön plana çıkan gösteri biçimleri oryantal göbek dansı icra eden dansözler, ateşbazlar, halk oyunları ekipleri, fesli ve yelekli kıyafetleriyle servis yapan erkekler ve Türk kahvesi ikramı gibi unsurlardan oluşur. Öcal Oğuz *Küreselleşme ve Uygulamalı Halkbilimi* adlı yapıtında sözü edilen Türk gecelerine eleştirel yaklaşır. Bu işin konusunda uzman olmayan kişiler tarafından düzenlenmesi yerine eğitimli kişiler ve bir nevi kültür mühendisleri tarafından yapılması gerektiğinin altını çizer. Oğuz ayrıca uzman kişiler tarafından organize edilmesi gereken bu gecelerin yeni, çarpıcı ve özgün olması gerekliliğinin yanı sıra turistin ziyaret ettiği ülkenin kültür profilini kavramasına yardımcı olan tasarımlar olması gerektiğini belirtir. Oğuz'a göre *Türk Geceleri* Türk düğününün canlandırıldığı ucuz bir seyirlik oyuna, nargile içerken sokaktan geçen kadınlara bıyık buran kahvehane müdavimlerine veya bir Doğu imgesine dönüştürülerek göbek dansına indirgenemeyecek kadar geniş kapsamlıdır ancak bu durum belli bir eğitim ve birikimin sonucunda görülebilir (Oğuz, 2013: 88). Oğuz'un vurguladığı 'Doğu imgesine dönüştürülme' meselesi tam da öz oryantalist bir yaklaşımın eleştirisi niteliğindedir. Oğuz bilgi ve birikim diyerek ise halk bilimci ve kültür bilimcilere düşen sorumlulukların altını çizmektedir. Bu bağlamda halk bilimi disiplininin bakış açısının, miras koruma, temsil ve uygulama alanlarının turizmden kültürel animasyona, hediyelik eşya sektöründen müzeciliğe ve müze sergi tekniklerine kadar her alanda teorik alt yapısı gözetilerek uygulanması, kendi kültürünü ötekileştiren öz oryantalist yaklaşımların fark edilerek dönüştürülmesine katkı sağlayacaktır.

Halk kültürü temsillerine öz oryantalist yaklaşım ve uygulamaların bir başka bağlamı da medyadır. Medyadaki kültürel unsurların temsili de yine ekonomik canlanma ve gaz halindeki temasın izlerini taşır. Öyle ki bu temsiller, günlük hayat içinde sıradanlaştırılmış uygulamalar veya tüketim biçimleri olarak da karşımıza çıkmaktadır. Gündelik yaşamda halen canlı bir biçimde yaşayan kahve kültürü bu bağlamda değerlendirilebilecek örnekler arasındadır. Türk kahvesi geleneği ve kültürü adı altında 2013 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesine alınan halk kültürü unsuru günümüzdeki sunum biçimleri ile halk geleneğindeki yeri

akılda tutularak gözden geçirilmelidir. Yanı sıra Türk kahvesi geleneği ve kültürünün halk tarafından üretilen sözlü gelenek ve ritüele dayalı kullanım biçimlerinin marka stratejilerinde kullanılma, pazarlama ve reklam alanlarındaki durumuna göz atmak gerekmektedir. Özellikle dış pazarda kendine yer edinen *Selamlique* adlı bir Türk kahvesi markasının medya aracılığıyla dolaşıma soktuğu reklam filmi bu bağlamda değerlendirilmeye uygun görünmektedir. Marka *Haremlique* adlı bir ev tekstil ve banyo ürünleri pazarlayan bir şirketin kardeş markası olarak 2011 yılında pazara girmiş ve yaygın bir biçimde tüketilmeye başlanmıştır. Marka adı itibariyle oryantalist bir simge olan harem ve selamlık olgularını çağrıştırmaktadır ve daha başlangıçtan kendi kültürünü ötekileştiren bir strateji benimsediğini göstermiştir. Markanın internet sayfasında Türk kahvesinin nasıl yapıldığı hakkında bilgi verilmiştir ve çevrimiçi kahve falına baktırmak mümkündür. Tarçınlı, kakuleli, sakızlı, çikolatalı gibi kahve türlerinin de satışa sunulduğu siteden ayrıca kahve fincanı ve 'kahve bahane' adlı kahve makinesini satın almak mümkündür. Ayrıca kahvenin hikâyesi ve yapım aşamaları da siteden izlenebilir.[2] Markanın sunum ve tanıtım stratejisi ilk bakışta Amerikan kahve devi markası *Starbucks*'ı anımsatır. *Starbucks* gibi *Selamlique* da marka stratejisini hikâye ve yerellik üzerine kurmuştur. Ancak *Starbucks* kahvelerinin arka planında kolonizasyon izlerini rahatlıkla görmek mümkündür. *Selamlique* markasının stratejilerine yakından bakıldığında ise öz oryantalist yaklaşımları fark etmek oldukça kolaydır. Örneğin markanın Selma Ergeç'in oynadığı reklam filmi de öz oryantalist yaklaşımın klişeleriyle donanmıştır[3]. Oryantalist düşüncenin kadın ve harem olgularına bakışı kadın bedeninin bir arzu nesnesine dönüştürülerek teşhir edilmesi üzerine temellenmiştir. Melda Yeğenoğlu, *Sömürgeci Fanteziler Oryantalist Söylemde Kültürel ve Cinsel Fark* adlı yapıtında Doğulu kadın üzerine yazılmış etnografik metinleri, temsil eden özneye hükümran bir konum sağlayan aydınlanma projesinin bir parçası olarak değerlendirmenin mümkün olabileceği gibi peçeyi açma arzusunun da, görünür olanı ayrıcalıklı kılan modern görsellik rejiminin bir uzantısı olarak değerlendirmenin olası olduğunu belirtir (Yeğenoğlu, 2003: 142). Yeğenolu'nun modern düşüncenin oryantalizmle bağıntılı bir biçimde Doğulu kadını görünür kılmasıyla ilgili kullandığı peçe metaforu önemlidir. Doğulu kadını peçesinden arındırmak onu modern Batıda görünür kılacak ve Batının görsel algısını meşrulaştıracaktır. Bu bağlamda söz konusu reklam filmine yakından bakmak gerekir. Filmde kadın ve mekân arasında egzotik ve erotik bir bağ kurularak Doğunun örtülü yüzü aralanmaya çalışılır. Filmin egzotik Doğunun simgesi olan bir İstanbul ve Galata Kulesi sahnesiyle başlaması, ardından Doğunun örtülü erotik kadın bedeninin görünürlüğünü meşrulaştıran kadın oyuncunun haremin altın yoluna benzer bir yoldan ilerleyerek raflardan bir kahve kutusu seçmesi kadın bedeni ve İstanbul imgeleri üzerinden Doğunun örtüsünü aralama çabası olarak okunabilir. Ayrıca rek-

lam filminin çekildiği dönemde Selma Ergeç'in Osmanlı dönemini anlatan Muhteşem Yüzyıl dizisinde rol alması ve padişahın kız kardeşi olarak haremdeki diğer kadınlarla kurduğu ilişkide hep iktidarın bir simgesi olarak konumlanması reklam filmini izleyenleri doğal olarak harem, iktidar, Osmanlı ve Doğu imgelerine götürmektedir. Çiftçi self oryantalizm hakkındaki makalesinde çeşitli düşünürlerden alıntı yaparak geleneğin abartılı bir şekilde dramatize edilmesi (Yan'dan aktaran Çiftçi, 2010: 159) ve 'stilize edilmiş gerçekliklerle hikâyenin yürütülmesi' (Kıraç'tan aktaran Çiftçi, 2000: 13) ile self oryantalist imajın sürdürülmesinin söz konusu olduğunu belirtir. Çiftçi'ye göre görsel medya politik bir bakış açısı olarak self oryantalist paradigmayı kullanır ve harflerin, seslerin ve görüntülerin politizasyonunu üstlenir. Çiftçi bunu Zizek'in sözünü ettiği yamuk bakışla ilişkilendirir ve bu yamuk bakışın, yamuk bir algılama düzeni oluşturduğunu ve self oryantalist paradigmayı şiddetle sürdürmekte olduğunu söyler. Bu bağlamda Çiftçi'ye göre self oryantalizmi devam ettiren televizyon, sinema ya da moda gibi araçlar bir yandan kültürel uzlaşı çağrısı yaparken diğer yandan kültürel erotikleşme mefhumunu ve bir eksiklik durumunu ortaya çıkarmakta ve de self oryantalizmi körüklemektedirler (Burman'dan aktaran Çiftçi, 2007: 193). Bu bağlamda *Selamlique* markasının kendi örtüsünü açan öz oryantalist stratejisinin dünya miras listelerine giren bir kültürel unsur için çok da sürdürülebilir bir miras koruma yaklaşımı önermediğini söylemek mümkündür. Oysa geleneksel kültürde kahveyle ve sunumuyla ilgili pek çok anlatı ve uygulama yer almaktadır. Kız isteme ritüellerinden, fal bakma pratiklerine, misafir ağırlama biçimlerimizden, dostluk ve arkadaşlık algımıza kadar pek çok kültür üretiminde başat rol oynayan kahve ve etrafındaki geleneksel kültürü medya üzerinden yansıtmak markanın öz oryantalist yaklaşımını dönüştürebilir bir unsur olarak değerlendirilebilir. Markaların sürdürülebilir bir koruma stratejisi ile kültürel ürünlerin yeniden canlandırılmasına ya da kültür endüstrisine katkı sağlamalarına yardımcı olmaları kendi kültürlerinin öz oryantalist bir temsilini sürdürmeyi ve hayali bir arketipin peşinden koşmayı önleyecektir.

Sonuç olarak yüzyıllardır Doğu ve Batı arasındaki oryantal ve oksidental tartışma alanlarının gün geçtikçe birbirine karıştığını ve klasik anlamdaki sınırların silikleştiğini söylemek mümkündür. Ancak sınırların silikleştiği, gaz hâlinin yaşandığı ve her şeyin bir tüketim nesnesine dönüştürüldüğü günümüzde kendi kültürünü ötekileştirici tavrın özellikle halk bilimciler ve kültür bilimciler tarafından derinlemesine ele alınarak çözümlenmesi gerektiğinin altını çizmek gerekmektedir. Şüphesiz oryantalizm ve halk kültürünün temsillerinin her boyutu bu makalenin sınırlarında tartışılamamıştır. Burada yapılan halk kültürü temsillerinde Batılılaşma fenomeninin yanı sıra derinden ilerleyen öz oryantalist yaklaşımların kuramsal bir çerçevede tartışmaya açılması olmuştur. Bu tartışmaların her biri kültür bilimciler ve halk bilimciler tarafından yeniden ele alınıp derinlemesine

incelenerek farklı kuramsal açılımlar ortaya çıkartmak mümkündür. Ayrıca kültürel dünyamızda öz oryantalist hegemonyayı dönüştürmek, ötekileştirici değil birleştirici bir stratejiyle yeni ve geleceği sürdürülebilir kılan kültür koruma yaklaşımları ve politikalarının da önünü açacaktır.

Notlar

1 Bu konunun derinleştirilmesi için Cumhuriyet dönemi kültür politikalarını ayrıntılı bir biçimde irdelemek gerekir. Bu konuda zengin bir kaynakçanın varlığından söz edilebilir. Örneğin kaynakçada belirtilen, *Resmi İdeoloji Sahnede: Kemalist İdeolojinin İnşasında Halkevleri Dönemi Tiyatro Oyunlarının Etkisi* ve *İktidarın Resmi: Tek Parti Dönemi Türk Resmi* adlı yapıtlara bakılabilir.

2 Markanın internet sayfası yandaki gibidir. http://www.selamlique.com/indexen.asp

3 Söz konusu reklam filmi aşağıda verilen linkten izlenebilmektedir. http://www.youtube.com/watch?v=hGJ7ixq0rWs

Kaynakça

Alarslan, Burcu. "Türk İmajının Görsel Yansımaları". *Dünyada Türk İmgesi*. İstanbul: Kitap Yayınevi, 2005. (129-162)

Başbuğ, Esra Dicle. *Resmi İdeoloji Sahnede: Kemalist İdeolojinin İnşasında Halk Evleri Dönemi Tiyatro Oyunlarının Etkisi*. İstanbul: İletişim Yayınları, 2013.

Bezci, Bünyamin ve Yusuf Çiftçi. "Self Oryantalizm: İçimizdeki Modernite Ve/Veya İçselleştirdiğimiz Modernleşme". Akademik İncelemeler Dergisi (Journal of Academic Inquiries) Cilt/ Volume:7, Sayı/Number:1 Yıl/Year:2012. http://asosindex.com/journal-article-fulltext?id=23674&part=1 erişim tarihi 26.05.2014

Buruma, Ian ve Margalit, Avishai. *Garbiyatçılık: Düşmanların Gözünde Batı*. çev. Güven Turan. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2009.

Dirlik, Arif. *Postkolonyal Aura: Küresel Kapitalizm Çağında Üçüncü Dünya Eleştirisi*. çev. Galip Doğduaslan. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi yayınevi, 2010.

Ezer, Özlem. *Üç Kadın Seyyahımızın Kaleminden Doğu, Batı ve Kadın 1913-1930*. İstanbul: Kitap Yayınevi, 2012.

Findley, V. Carter. *Dünya Tarihinde Türkler*. çev. Ayşen Anadol. İstanbul: Kitap Yayınevi, 2006.

Giovanni, Ricci. *Türk Saplantısı Yeniçağ Avrupa'sında Korku, Nefret, Sevgi*. çev. Kemal Atakay. İstanbul: Kitap Yayınevi, 2005.

Kahraman, Hasan Bülent. "İçselleştirilmiş, Açık ve Gizli Oryantalizm ve Kemalizm". Doğu-Batı: 20. Sayı 1. Cilt. 2002. Ankara: Doğu-Batı Yayınları.

Keser, Nimet. *İktidarın Resmi: Tek Parti Dönemi Türk Resmi*. İstanbul: Karahan Kitabevi, 2012.

Kula, Onur Bilge. *Batı Edebiyatında Oryantalizm ve Türk İmgesi II*. İstanbul: İş Bankası yayınları, 2011.

Lewis, Reina. *Oryantalizmi Yeniden Düşünmek. Kadınlar Seyahat ve Osmanlı Haremi*. çev. Beyhan Uygun Aytemiz, Şeyda Başlı. İstanbul: Kapı Yayınları, 2004.

Metin, Abdullah. *Oksidentalizm. İki Doğu İki Batı*. İstanbul: Açılım Kitap, 2013.

İnankur, Zeynep. " İstanbul'un Hikâyesini Anlatan Adam". *Amadeo Preziosi*. İstanbul: YKY, 2007.

Oğuz, Öcal. *Küreselleşme ve Uygulamalı Halkbilimi*. Ankara: Akçağ Yayınları, 2014.

Özdal, Işık. "Oryantalizm, Görsel İzler ve Günümüz Fotoğraf Sanatı". Yedi: Sanat Tasarım ve Bilim Dergisi, Kış 2013, sayı: 9. (61-73) http://www.isikozdal.com/oryantalizm-gorsel-izler-ve-gunumuz-fotograf%20sanati-01.pdf erişim tarihi. 01.06.2014.

Özdemir, Nebi. *Kültür Ekonomisi ve Yönetimi*. Ankara: Hacettepe Yayıncılık, 2012.

Ritzer, George. *Küresel Dünya*. çev. Melih Pekdemir. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011.

Said, Edward. *Oryantalizm: Sömürgeciliğin Keşif Kolu*. çev. Selehaddin Ayaz. İstanbul: Pınar yayınları, 1989.

_____. *Oryantalizm Eleştirileri*. çev. İslam Özkan, Süleyman Şahin, Şenay Özden. İstanbul: İlk bahar Yayınları, 2000.

Yeğenoğlu, Melda. *Sömürgeci Fantaziler Oryantalist Söylemde Kültürel ve Cinsel Fark*. İstanbul: Metis Yayınları, 2003.

Yıldız, Aytaç (ed). *Oryantalizm Tartışma Metinleri*. çev. Salih Akkanat, Ferit Burak Aydar, Yasemin Çına, Melike Kır, Birgül Koçak, Aytaç Yıldız. Ankara: Doğu-Batı Yayınları, 2007.