

Güzellemler Dünyasının Modernliğe Verdiği Tepkiler

Düşünce, sahip olunan dil üzerinden kurgulanıyor. Dil aracılığı ile biçimlenen düşünce, dilin içerisinde yeni kavramların doğmasını tetikliyor. Üretilen yeni kavramlar ile beraber tekrar düşünülüyor. Düşüncenin yeniden biçimlenmesinde ortaya çıkan yeni kavramlar gereken rolü üstleniyor. Kavramların sahip olduğu rolleri hakkı ile vermesiyle beraber, düşüncenin yeniden biçimlenmesini takiben yeni kavramlar üretiliyor veya var olan kavramlar mevcut olanların biçimlenmesinden payını alıyor. Neticesinde dildeki kavramlar ve düşünme eylemi birbirini karşılıklı olarak mütemadi bir etki ile canlı tutuyor. Canlı kalan her şey yazılmaya, yazılan her şey de canlı kalmaya devam ediyor. Kavramlar üzerine sürekli kafa yormak ve kavramların ortaya çıktığı haliyle kalmaması, birbirinin canlılığını sürdürebilen bu ilişkiden temellenir. Yani her kavram bu ilişkinin meyvesi, her düşünme biçimi de bu meyvenin tohumudur; burada ilişki, tohumun tekrar meyveye dönüşmesidir.

Modern olma durumu, bir kavram üretiminin sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Tıpkı güzel olma durumu gibi. Modern kelimesi, Fransızca şimdiki zamana ait anlamındaki moderne'den alıntıdır. Fransızca sözcük ise Geç Latince döneminde usule uygun, zamana göre anlamlarını taşıyan modernus kelimesinden gelmektedir. Modernus ise Latince tarz, usul, ölçü anlamlarını taşıyan modus kelimesinden türetilmiştir.¹ Güzel kelimesi de Türkiye Türkçesine özgü bir türevdir ve kaynağı Eski Oğuzcadaki körk ya da körük kelimesine dayanır. Bakma isteği uyandıran, göze hitap eden anlamına gelmektedir.² Bu anlamlar ile ortaya çıkan bu kelimeler, çıktığı zamanların düşünme biçimiyle o zamanki anlamını karşılayan yeni bir kavrama duyulan ihtiyaca karşılık var olmuşlardır. Çünkü onların varlığından önceki kelimeler, düşünme biçimlerini yoğurarak dilden bu ihtiyacı talep etmişlerdir. Fakat akla gelen ilk anlamlarından ibaret olmaları, sadece ortaya çıktığı zamanlarla sınırlı kalmıştır. Onlar da onları var eden kelimelerin içgüdüğü ile doğar ve yeni kavramlar üretmenin arzusuyla yanıp tutuşurlar. Bu arzu, anlamda stabilizeye izin vermez ve kelimelerin üretkenliğini tetikler. Haliyle ne modern olma durumu, ne de güzel olma durumu ilk anlamlarını koruyarak canlı kalma ilişkisinden uzak kalabilir. Her ikisi de, başka kavramların da desteği ile düşünme biçimlerinde yoğurulacak ve canlı kalacaktır. Aksi takdirde bu kelimeler ortaya çıktığı dönemlerde canlılığını koruyamaz ve bugünlere kadar ulaşım tartışma konusu olamazlardı.

Modern olma durumu da, güzel olma durumu da öz ve çevresel yoğurulma üsluplarına bağlı olarak dönem dönem kendini günceller. Bazen güçlenir, bazen içi boşaltılır, bazen de anlam kaymalarına maruz kalır. Yani kimi zaman varoluş sebebini korur, kimi zamansa yıkar. Sonucu kelimenin aslına olumsuz etki ederse bile kavram bu değişimi kabul eder. Çünkü canlı kalabilmek birincil ihtiyaçtır. Bunu takiben öncelikli ihtiyaçlarını karşılayabilen her canlı gibi, üreme ihtiyacı baskın konuma geçecektir ve sıradaki kavramların tohumları atılacaktır.

¹ <http://www.etimolojiturkce.com/kelime/modern>

² <http://www.etimolojiturkce.com/kelime/güzel>

Toplum arzu makinelerine sahip olan bir fabrikadır. Dilin üreme arzusu da o dili canlı tutan toplumun arzularından beslenir. Ancak arzu makineleri, fabrikalarının ürünlerinin pazarlama politikalarından bağımsız çalışmazlar. Zaten fabrikanın pazarlanacak olan ürününde ihtiyacı olmasaydı arzu makineleri oluşturulmaz ve üretim mahallerinde yer almazdı. Görüldüğünden daha kompleks bir arz-talep ilişkisi ile toplum, bacalarından zehirli gazlarını gökyüzüne usulüne uygun olarak bırakır (Usul fabrikanın kuruluşundaki yönetim planında meşrulaştırılmıştır). Modern kelimesi şimdiki zamanı, şimdiki zamana ait olanı pazarlamak için; şimdiki zaman arzusu fabrikalarda üretilip paketlenerek yazılara ulaştırılmıştır. Paketlerden çıkan arzular sindirilmiş ve gübreleri, anlamında değişmelere başlamadan önceki aşama olarak yayılmıştır. Fabrika için rekabet ortamı tüketimin aktif halinin sürmesi anlamına gelir. Dizginsiz tüketim kültürü üretimin sürekliliği için önemlidir. Geçmişe duyulan özlemi tanımlayan nostalji kelimesi bunun için vardır. Bu iki kelimenin çatışma haline geçmesinden en çok fabrika kazançlı çıkar. Kazancını da yeni kavramların üretimine yatırım olarak kullanır veya üretimdeki kavramların düşünme biçiminin değişmesi ile güncel hallerini üretip eskisini sindirenlere pazarlama amacıyla üretmeye kullanır. Dilin canlı kalması ile fabrikanın canlı kalması arasında simbiyotik bir ilişki belirir. Dili, arzu makinelerinde yeni veya güncel arzu üretimleri yapmak için fabrika tüketir, üretilen arzuyu dilde yeni veya güncel kavramlar üretmek için dil tüketir. Velhasıl birbirlerine üretmek için birbirlerinden tüketirler.

Peki güzel olma durumu fabrikanın pazarlama dünyasında ve dilin yeni kavramlar üretmesinde ve düşünmenin yeniden biçimlenmesinde nerede yer alır? Nostalji ve modern gibi benzer arzu makinelerinden mi çıkar? Modern olma durumu ile ilişkisi anlamında bir başka rekabet ortamı üretmek için mi vardır? Hiyerarşik olarak modern olma durumu ile aynı safta mıdır? Bakma isteği uyandıran her şey moderndir ya da modern olan her şey bakma isteği uyandırır denilebilir mi? Divanü Lügati't-Türk, içeriğine körk (güzellik) kelimesini alırken hangi arzuya ne şekilde cevap vermeyi amaç edinmiş olabilir? Güzel olma durumu bir estetize etme arzusu ile üretilir. Başka bir arzu makinesi menşei ile meydana getirilmiştir. Modern olma durumundan daha farklı bir biçimde üremiştir. Estetize olmayan ya da olamayan da estetize edilme arzusu ile paketlenmeye başlar. Ancak paketlerin yazılarda açılması ile güzel olma durumunun farkı anlaşılmalıdır. Paketin içinde güzele dair bir şey yoktur, güzel olma durumu paketin ta kendisidir. Dolayısı ile diğer kavramlarla kurduğu ilişki açısından önceki örneklerden farklılaşır. Toplum adı verilen fabrika, tek bir üretim politikasının arkasına sığınacak kadar yalın değildir. Politikalarını çoğaltmıştır, böylelikle herhangi biri tüketimi örgütlemek anlamında başarılı olamadığı zamanlarda, diğer politikaları ile güçlü kalmayı sürdürür ve başarılı olamayan yöntemlerin içinde üretilen kavramları diğer politikaları ile tüketmeye, düşünme biçimlerinde eritmeye devam eder. Modern olma durumu ile güzel olma durumunun kurduğu ilişki bu işleyişe iyi bir örnektir. Güzel olma durumu önceki örnekteki kızıştırarak tüketimi canlı tutma metodu ile üretilmez. O, hiçbir kavramın rakibi değildir, aksine tüm kavramların dostudur. İçi tıklım tıklım dolu değildir. Akışkandır. Böylelikle pazarlamasında ona ihtiyaç duyan kavramın şeklini alır, ona yeni bir soluk kazandırır. Güzel olma durumu fabrikanın bir ambalaj tasarımıdır. En başta bahsedilen dilin işleyişinde kavramların içeriğini değiştirerek yeni düşünme biçimi geliştirmesi işlevini, kavramlara eklenip o kavramların dışını (yani ambalajını) değiştirerek sağlar. Düşüncenin yeniden biçimlenmesinde yaşanan aksaklıkları, bir çeşit dikkat dağıtma yöntemi ile çözümler. Dikkatin kavramların alt metnine yoğunlaşmasına engel olur, kavramların üzerinde oluşan dikkati estetize etme yöntemi ile dağıtır.

Modern olma durumu her yerde değildir. Ama güzel olma durumu yaşamın her anındadır. Her yerde gözükmese de her kavramın arkasında tetikte bekler. Bazen kavramları yeni düşünce üretiminde bilinçli olarak ambalajı ile sarar, bazen de sadece acil durumlarda belirir. Sonuç olarak çoktan dünyasını kurmuştur: Gzellemeler dünyası. Bu dünya zaman zaman bazı kavramlara kucak açar, zaman zaman da reddeder. Bunun altında yatan sebep oldukça açıktır: Toplum denen fabrikanın stokları. Bir kavram üretilmiş ama yeterince kendi hazmı ile tketilememişse güzel olma durumu kucalarını o kavrama yönlendirir. Stokları eritilmiş kavramları ise yeniden üretimlerine geçilene kadar sarıp sarmalmasına gerek kalmaz. Bunca szn özü, modern olma durumuna güzel olma durumu onu kucaklıyorken mutlu hissettirin, ama modern olma durumunun kendisini güzel olma durumu ile sonsuz bir güvene kaptırmamasında fayda var.